

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE LINGUAGEM E COMUNICAÇÃO
CURSO DE BACHARELADO EM COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

THAIS LOPES VIEIRA

**UNIVERSO 316: PROPOSTA DE UM PROGRAMA DE TV COM CONTEÚDO
CRISTÃO E NERD**

PROJETO DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

CURITIBA

2018

THAIS LOPES VIEIRA

**UNIVERSO 316: PROPOSTA DE UM PROGRAMA DE TV COM CONTEÚDO
CRISTÃO E NERD**

Trabalho de Conclusão de Curso –
Modalidade Produto Experimental -
apresentado à disciplina de TCC 2, do Curso
Superior de Bacharelado em Comunicação
Organizacional do Departamento de
Linguagem e Comunicação - DALIC - da
Universidade Tecnológica Federal do Paraná,
Campus de Curitiba, como requisito parcial
para a obtenção do título de Bacharel em
Comunicação Organizacional.

Orientadora: Prof^a. Dr^a Carolina Fernandes da
Silva Mandaji.

CURITIBA

2018



Ministério da Educação
Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Câmpus Curitiba
Departamento Acadêmico de Linguagem e Comunicação
Curso de Comunicação Organizacional



TERMO DE APROVAÇÃO
Trabalho de Conclusão de Curso - TCC

**UNIVERSO 316: PROPOSTA DE UM PROGRAMA DE TV COM CONTEÚDO
CRISTÃO E NERD**
por
THAIS LOPES VIEIRA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado às 10 horas do dia 20 de novembro de 2018 como requisito parcial para obtenção do título de Comunicador Organizacional, Curso de Comunicação Organizacional da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Câmpus Curitiba. A candidata foi arguida pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo-assinados. Após deliberação, a Banca Examinadora considerou o trabalho APROVADO.

Banca examinadora:

Profa. Dra. Anuschka Reichman Lemos
UTFPR Câmpus Curitiba

Profa. Ms. Julius Vinicius Marques Nunes
UTFPR Câmpus Curitiba

Profa. Dra. Carolina Fernandes da Silva Mandaji
UTFPR Câmpus Curitiba
Orientadora

A "Ata de Defesa" e o decorrente "Termo de Aprovação" encontram-se assinados e devidamente depositados na Coordenação do Curso de Comunicação Organizacional da UTFPR Câmpus Curitiba-PR, conforme Norma aprovada pelo Colegiado de Curso.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente gostaria de agradecer à Deus, que me sustentou em todos os momentos e me fez perseverar neste projeto. Em segundo lugar aos meus pais, que sempre cuidaram para que eu tivesse a melhor educação e qualidade de vida possível. Gostaria de agradecer ao meu noivo por ter tido tanta paciência comigo nesses longos meses de projeto. Vocês foram incríveis!

Agradeço à minha orientadora, Carolina Mandaji, que acreditou no projeto, me ajudou e me aconselhou em todas as etapas desse processo. Agradeço à minha equipe que, de forma voluntária, abraçou à ideia e acreditou no Universo 316, e trabalhou arduamente para que o projeto pudesse sair do papel.

Agradeço à Rede Super de Curitiba, que emprestou toda infraestrutura necessária para que pudéssemos produzir este episódio piloto. Agradeço aos professores Julius Nunes e Anuschka Lemos que deram ótimos conselhos e orientação em relação ao processo de produção e que tornaram esse projeto mais consistente.

Agradeço à designer, Beatriz Campos, que fez de forma voluntária a capa e plotagem do DVD de demonstração. Agradeço ao Ministério de Comunicação da Primeira Igreja Batista de Curitiba que me deu todo apoio para realizar o programa. Agradeço aos integrantes do teste de audiência que participaram de forma voluntária e contribuíram muito para o projeto.

Por fim agradeço a todos que me encontraram nos corredores, me mandaram mensagens de Whatsapp, ajudaram e aconselharam de alguma maneira para que este projeto pudesse ser um pouco melhor. Muito obrigada!

RESUMO

O presente trabalho busca discutir a programação religiosa da grade aberta de televisão brasileira e a relevância da televisão nos dias atuais com a expansão da internet. Analisou-se também a expansão do mercado *nerd* e *geek* e a necessidade de programas de qualidade voltados para a juventude na televisão. A partir dessa discussão foi proposto um produto experimental no formato programa de televisão, com o planejamento e produção de um episódio piloto cujo objetivo visa à inovação temática, unindo a cultura cristã à cultura *nerd* e *geek*. Para tal, foi realizada pesquisa bibliográfica sobre o tema mídia e religião, sobre a cultura *nerd* e *geek*, sobre gêneros e formatos televisivos e produção para televisão. Além disso, foi aplicada uma pesquisa quantitativa semiaberta em grupos cristãos e *nerd* para entender suas preferências de entretenimento. Também verificou-se, através do processo de *benchmarking*, canais televisivos religiosos brasileiros, canais cristãos e de conteúdo *nerd* no Youtube, canais *nerd* no Youtube e programas televisivos com conteúdo *nerd*. Através do processo de referências estéticas e de conteúdo, realizou-se a produção e difusão do programa Universo 316 de agosto a outubro de 2018.

Palavras-chave: comunicação organizacional; produto experimental; programa de televisão; cultura cristã; cultura *nerd*.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	6
1.1 Justificativa	7
1.2 Objetivos	9
1.2.1 Objetivo Geral.....	9
1.2.2 Objetivos Específicos.....	10
1.3 Metodologia	10
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	12
2.1 O fenômeno televisivo	12
2.2 Mudanças na linguagem televisiva	15
2.3 O fim da televisão	16
2.4 Serviços on demand e conteúdos transmidiáticos	17
2.5 A Igreja em expansão na televisão brasileira	19
2.6 Sobre a linguagem religiosa	21
2.7 O público nerd e geek	22
2.8 Como se comunicar	24
2.9 Gênero, formato e programa de televisão	26
2.10 A relação com a comunicação organizacional	27
3. REFERÊNCIAS ESTÉTICAS DO PROGRAMA DE TELEVISÃO	29
3.1 Fotografia	29
3.1.1 OmeleteTV	29
3.1.2 Hiperlinkados.....	30
3.2 Estilo	31
3.2.1 Zero 1.....	31
3.2.1 Dois Dedos de Teologia.....	32
3.3 Conteúdos Nerd de Sucesso	33
3.3.1 Jovem Nerd	33
3.3.2 Velberan	34
4. DESCRIÇÃO DA PRODUÇÃO E DO PRODUTO	36
4.1 Planejamento de produção	36
4.2 Pré-produção	36
4.2.1 Pesquisa	36
4.2.2 A escolha da equipe	38
4.2.3 A escolha do cenário	39
4.3 Produção	42
4.3.1 Recursos humanos, técnicos e materiais.....	42

4.3.2 Gravação oficial	44
4.3.3 Edição.....	47
4.3.4 Identidade visual.....	49
4.3.5 Redes sociais	49
4.3.6 Teste de audiência.....	50
4.4 Viabilidade	52
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	55
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	57
APÊNDICES.....	64

1. INTRODUÇÃO

No último censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2010, a televisão estava presente em 95% dos lares brasileiros, contra o índice de 88% da década anterior (IG, 2012, n.p). Segundo uma pesquisa levantada pela Secretaria Geral de Governo em 2017, aproximadamente 90% dos brasileiros se informa pela TV, sendo que 63% têm esse meio como o principal para adquirir informação. Dentre estes 90%, a internet é preferida em 26% dos casos (G1, 2017, n.p.). Outro dado importante contabilizado pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) é que, aproximadamente, 30% dos telespectadores possuem televisão por assinatura (EBC, 2015, n.p). Sendo assim, a maioria dos brasileiros que assiste televisão tem acesso apenas à televisão aberta.

Segundo Aronchi de Souza (2004), muito se tem discutido sobre a importância que os conteúdos religiosos têm tomado na grade brasileira. Na televisão aberta em 2004, existiam 18 canais religiosos que também retransmitiam para as operadoras de TV por assinatura. Além destes, existiam os canais por satélite como o JesusSat, da Assembleia de Deus, ou o TV AD Sat e o Win Time de TV, da Igreja Adventista do Sétimo Dia, que também eram incluídos em pacotes de assinatura (CAPARELLI; SANTOS, 2004). Ademais, os conteúdos religiosos ocupavam, em 2017, 21% da grade dos canais laicos da televisão aberta, como CNT, RedeTV!, Band, entre outros (STYCER, 2017, n.p.).

Existe, atualmente, um mercado em ascensão de produção de conteúdo para o público jovem, com enfoque no público *nerd* e *geek*. Esse público tem demonstrado alto poder de consumo e fidelidade ao seu nicho de mercado. Em um artigo no site da revista “Pequenas Empresas & Grandes Negócios”, da Editora Globo, o *nerd* aparece compondo um “poderoso mercado” formado por “clientes exigentes, fiéis e dispostos a gastar muito dinheiro para ter aquele game, DVD ou gibi”. A matéria ainda traz dados da FNAC Brasil (cadeia de lojas que opera no varejo) sobre o crescimento do que chama de “mercado *nerd*” entre 2008 e 2009: 70% para livros de ficção científica, 19% livros de RPG, 15% jogos eletrônicos, citando apenas alguns. Os empresários do “segmento *nerd*”, informados na matéria, comemoram lucros anuais na casa dos milhões de reais com a comercialização dos

artigos citados (GLOBO, 2010, n.p). Isso demonstra como o mercado de entretenimento e consumo de bens culturais movimenta uma indústria e como esse público se tornou fundamental.

Pensando nisso, o presente trabalho propõe um produto experimental em forma de programa de televisão para uma retransmissora e canal religioso de Curitiba e Região Metropolitana. O programa de televisão terá como objetivo propor uma visão cristã da cultura nerd e *geek* atual, cujo público-alvo seriam os jovens de 18 a 35 anos de idade que ainda assistem televisão ou tais conteúdos disponibilizados por emissoras em plataformas digitais.

Foram, assim, realizadas pesquisas bibliográficas a respeito dos temas televisão, religião e cultura nerd e *geek*. Em um segundo momento, foi aplicado um questionário quantitativo semiaberto com jovens de Curitiba e Região Metropolitana para entender as preferências e opiniões sobre a televisão aberta brasileira, canais religiosos e sugestões para o produto experimental. Além disso, foi feito um *benchmarking* dos canais religiosos que transmitem para a região escolhida e de “youtubers” que já realizam esse tipo de conteúdo. Por fim, foram apresentadas as linguagens e estéticas escolhidas para a proposta do produto experimental e o processo de produção desenvolvido entre os meses de agosto e outubro de 2018.

1.1 Justificativa

Como tratado anteriormente, a televisão ainda é um forte veículo de comunicação. O aparelho televisivo está inserido há tempos desde seu surgimento nas casas dos brasileiros e possui a facilidade de transmissão de conteúdo instantânea. De acordo com Santos,

Enquanto o cinema exigia o deslocamento até suas salas, e toda uma cerimônia de escurecimento das salas sem interrupções durante a exibição, a televisão, neste momento, está na sala, deve ser vista com luzes acesas e tem sua produção diluída entre os anúncios publicitários. Desta forma, seu conteúdo é absorvido de forma mais efetiva que em outros meios. (SANTOS, 2004, p. 38)

Sendo assim, há 15 anos a televisão possuía um conteúdo de absorção efetiva, os conteúdos produzidos para televisão deveriam levar em conta esse

ambiente de transmissão. A autora argumenta também a diferenciação de conteúdos produzidos para o cinema e para televisão, exemplificando importância da televisão como forma de transmissão de mensagens. Atualmente, existe uma revolução no que diz respeito ao modo de se produzir televisão. Com o surgimento da internet e as plataformas de *streaming* - tecnologia que envia informações multimídia através da transferência de dados utilizando a Internet – muito se tem discutido sobre a produção de programas de televisão e a captação de telespectadores.

Outro ponto importante são as mídias regionais e locais. Este trabalho propõe um programa de televisão para uma rede de televisão local (Rede Super de Televisão em Curitiba APÊNDICE A). Segundo Peruzzo (2005, p. 70) “com o desenvolvimento da globalização e da economia global, pensou-se, num primeiro momento, que a comunicação local chegaria ao fim”. No entanto, ela afirma que, ao contrário disto, verificou-se a emergência ou consolidação da mídia regional em diferentes contextos e sob múltiplas plataformas. Portanto, mesmo com a globalização a comunicação local não chegou ao fim. Logo, busca-se com essa proposta incentivar a mídia regional de comunicação da cidade de Curitiba.

Además, a Rede Super de Curitiba pertence a uma organização religiosa, denominada Primeira Igreja Batista (PIB) de Curitiba. Essa organização tem como missão “fazer Jesus conhecido de todos os povos”. De acordo com Kunsch (2006, p.16), “a comunicação organizacional por si só é complexa”. Mas ela precisa agregar valor às organizações, ou seja, deve ajudar as organizações no cumprimento de sua missão, na fixação pública dos seus valores e nas ações para atingir seu ideário de visão de mundo (KUNSCH, 2006). Deste modo, através desse produto experimental, a PIB de Curitiba poderá se aproximar do cumprimento da sua missão e poder se aproximar de uma parte da população que possui uma linguagem diferente de se comunicar: o público jovem. Por ser uma igreja centenária, muitas vezes a linguagem utilizada pode não dialogar com o público dessa faixa etária. Unindo a produção deste programa de televisão aos ministérios de jovens da própria Igreja, e, através da televisão e do Youtube, a Igreja poderia captar mais membros nessa faixa etária que se sentissem atraídos pelo programa.

Kunsch (2006) também afirma que a comunicação integrada deve levar em conta as demandas, interesses e exigências dos públicos estratégicos da sociedade. O público *nerd* e *geek* pode se tornar um público estratégico para consumo de programas de televisão de Curitiba e Região Metropolitana. Exemplo disto são

eventos como Shinobi Spirit na cidade, que reúnem em torno de 100 mil participantes por edição (POVO, 2018, n.p.). Outro fator importante é a escolha da região pelos criadores do site Jovem Nerd, Alexandre Ottoni e Deive Pazos, para sediar um dos maiores portais de cultura *geek* do país, canal que em 2016 possuía 300 mil ouvintes por semana. Portanto, para possuir uma comunicação integrada, tanto a emissora quanto a Primeira Igreja Batista de Curitiba devem elaborar estratégias para atingir esse público em potencial.

Por fim, a necessidade de aproximação entre a religião e a arte. Antes do grande sucesso do filme Ben-Hur (1959), que conseguiu atingir o público cristão com a história de um personagem fictício histórico, a igreja tinha aversão aos conteúdos cinematográficos (UP, 2016, n.p.). Segundo Miklos (2012), nos três últimos séculos, houveram embates entre artistas e a igreja quanto ao conceito de arte e o que os fiéis deveriam consumir ou não. Porém na última década houve um aumento de consumo do público cristão aos conteúdos produzidos pelo cinema e pela televisão. Haja vista o filme e novela “Dez Mandamentos”, da Rede Record, que foi sucesso de audiência no horário nobre e campeão de bilheteria do cinema nacional, ultrapassando a marca do filme de José Padilha, “Tropa de Elite” (O GLOBO, 2016, n.p.).

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral

Desenvolver um episódio piloto de um programa de televisão para a Rede Super de Televisão, que transmite para Curitiba e Região Metropolitana, com o diferencial de inovar na mensagem comunicacional demonstrando uma visão cristã da cultura nerd e *geek* e auxiliando no cumprimento da missão da organização ao se aproximar do público jovem.

1.2.2 Objetivos Específicos

A partir do desenvolvimento do episódio piloto proposto para este projeto experimental e por meio dos conhecimentos obtidos na área da comunicação:

- Compreender o mercado de televisão religioso brasileiro e local;
- Entender a imagem comunicacional televisiva para o público escolhido;
- Produzir um programa de televisão com conteúdo cristão e *geek* voltado ao público jovem para uma rede religiosa de televisão;
- Assimilar as críticas e sugestões do público-alvo para alinhamento de produção do programa.

1.3 Metodologia

Para realizar o trabalho proposto fez-se necessária a revisão bibliográfica sobre autores que já trataram sobre os temas televisão e igreja. O principal teórico utilizado para falar sobre a televisão e gêneros televisivos foi Dominique Wolton; para tratar o tema de linguagem televisiva foram utilizados João Cardoso, Roberto Santos e Elias Goulart; Toby Miller foi o autor utilizado para defender a ideia de que a televisão não foi substituída pela internet; Suzy dos Santos e Sérgio Caparelli foram usados para falar sobre a expansão da igreja sobre as mídias comunicacionais; Bernardo Domingues foi citado como fonte para discutir a linguagem religiosa; Patrícia Santos tratou sobre a importância do público *nerd* e *geek*. Para falar sobre a linguagem *nerd* baseou-se em Enildo Silva e Igor Souza e trouxe exemplos de linguagem do trabalho de Dillman Bicca, Angela Cunha, Ana Jahnke e Max Esteves; e por fim, François Jost e José Aronchi de Souza foram usados como base para a discussão de formato e gênero do programa de televisão e Margarida Kunsch para falar sobre comunicação organizacional.

Foi lançado então um questionário quantitativo semiaberto de 14 a 17 questões que buscou compreender as preferências de entretenimento (APÊNDICE

C e D), aplicado pela internet em dois momentos diferentes. No primeiro, dos dias 12 a 26 de abril, o questionário foi aplicado em grupos de jovens cristãos de Curitiba e Região Metropolitana. Foram coletadas 40 respostas. Dos dias 27 de abril a 4 de maio, o questionário foi aplicado em grupos de jovens que se auto intitulavam nerds e *geeks* de Curitiba e Região. Foram coletadas 19 respostas.

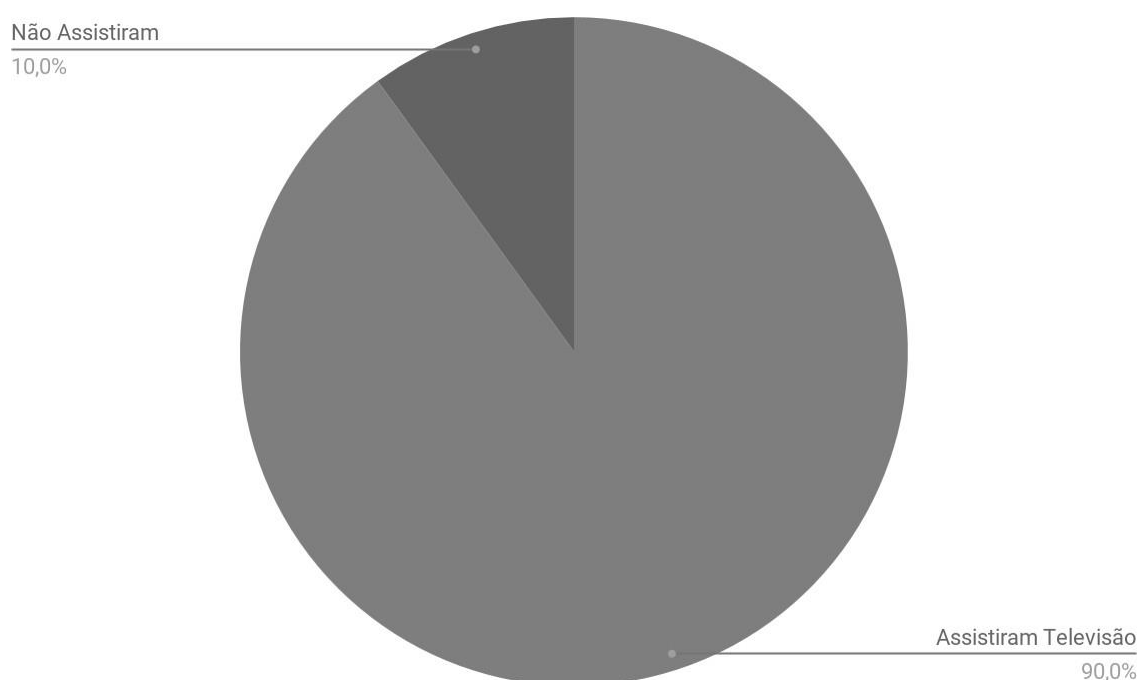
Logo mais, fez-se o *benchmarking* das duas maiores redes de televisão religiosas, levando em conta o número de retransmissoras e aquelas que transmitem conteúdo diferenciado do tradicional culto religioso, Rede Gospel e Rede Novo Tempo. Também realizou-se a pesquisa de canais nerds cristãos no Youtube, “Bando de Quadrados” e “Parábolas Geek”, escolhidos pelo maior número de inscritos. Para completar foi analisado o canal “Jovem Nerd” no Youtube, um dos canais mais influentes com conteúdo nerd do país (NERD, 2017, n.p.). Também foi analisado o programa da Rede Globo de Televisão “Zero 1”, que tem a proposta de se comunicar com o público nerd (GLOBO, 2016, n.p.).

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 O fenômeno televisivo

Miller (2009) explicava que, ao se alastrar por toda parte, após a Segunda Guerra Mundial, a televisão havia se tornado o dispositivo cultural e político mais importante nos lares das pessoas. Foi realizada uma pesquisa durante o desenvolvimento do projeto com jovens de Curitiba e Região Metropolitana, cristãos ou não, que se identificavam ou não com a cultura nerd e geek (APÊNDICE D). A pesquisa apontou para a manutenção do interesse do público pelos conteúdos televisivos, pela qual 90% dos entrevistados afirmou ter assistido televisão nos últimos dois anos. No Brasil, o auge do triunfo tecnológico da tevê aconteceu entre os anos de 1975 a 1988 quando o Brasilsat se expandiu por quase todo o país e cerca de 60% do mercado publicitário foi destinado para o veículo de comunicação (ROCHA, 2000). Hoje a televisão continua sendo o meio preferido por 63% dos brasileiros para se informar, contra 26% que procura a internet (G1, 2017, n.p.).

Gráfico 1: Pessoas que assistiram televisão nos últimos dois anos



Fonte: A autora.

Segundo Missika e Wolton (2005), o final dos anos 80 demonstrou com total evidência uma teoria que alguns sociólogos defendiam: a de que não havia fronteiras que se podiam opor ao fenômeno televisivo, isto é, que em virtude da influência dos meios de comunicação de massa, entre os quais se destacava a televisão, o mundo se transformou progressivamente numa "aldeia global", onde as populações se orientavam por modelos de vida muito idênticos.

Essa aldeia global se reflete hoje na televisão. A cultura de massa, como expõe os autores, se mostra nos gostos pelos mesmos programas e conteúdos televisivos. Aronchi de Souza (2004, p. 25) explica que as redes televisivas eram – e algumas ainda são - verdadeiras fábricas de programas de todos os gêneros e formatos, que procuram entreter um exército de telespectadores e teleconsumidores no mundo todo, transformando-os numa “aldeia global”. Aqueles que consomem seu conteúdo, então, acabam por escolher qual produto da “fábrica” de programas pretende assistir.

Wolton (1996) era um árduo defensor da televisão generalista, isto é, ele argumentou que a TV era adaptada à democracia de massa, no sentido de que visava oferecer a todo mundo o maior número possível de programas, garantindo certa igualdade cultural. A tentativa de criar um programa cristão com linguagem nerd oferece para esta televisão generalista mais um programa, para aumentar a gama deste “maior número de programas possíveis”, e é uma tentativa de garantir essa democracia de massa e de levar a programação da televisão a uma igualdade cultural.

De acordo com Rocha (2000), a atividade de comunicação social atribuída à imagem da televisão generalista estava no fato dela remeter-se a um quadro e a um contexto. Colocando em um quadro comparativo, percebe-se que uma das diferenças entre a TV e o cinema, por exemplo, é de ser recebida num local privado que remete o telespectador ao mundo público. Os conteúdos produzidos para televisão devem levar em conta o local que são assistidos, que atualmente podem ser de qualquer lugar. Com o surgimento das plataformas de *streaming*, como por exemplo, o Globo Play, as pessoas assistem de seus próprios *smartphones* conteúdos produzidos pelas redes televisivas.

Outro fato interessante é saber que grande parte da população assiste à televisão como forma de entretenimento. Na pesquisa realizada para este projeto,

98% dos jovens responderam que assistiam à televisão como forma de se entreter, seja comendo algo de frente para o televisor ou simplesmente para “passar o tempo”. As respostas mais coletadas de forma aberta foram “para me entreter” e “para me divertir” (APÊNDICE D). Missika e Wolton (2005) afirmavam que, para o público em geral, a história da televisão tem um significado simples: é sobretudo um meio de entretenimento, onde, habitualmente, são os programas recreativos e o espetáculo que contam, na maior parte das vezes, com a preferência do grande público. Eles argumentavam que, em alguns casos excepcionais, podia-se privilegiar a informação e a cultura, o que não impedia da televisão ser o meio preferido pelos cidadãos de todas as partes do mundo para ocuparem grande parte do seu tempo livre com os programas de seu agrado (MISSIKA; WOLTON, 2005). Dos entrevistados para esse trabalho, 83% votaram como conteúdos televisivos preferidos as novelas, filmes e séries. Demonstrando que, ainda hoje, a televisão é utilizada como forma de entretenimento.

Para Jost (2004, p.11), “a televisão seria uma instância midiática que forneceria simplesmente informações, informações que tem a necessidade de se apresentarem como um espetáculo, pois é ele que atrai os telespectadores”. Fato é que as informações a serem transmitidas na televisão precisam atrair o público de frente ao televisor, pois a televisão depende, em sua maioria, de seus patrocinadores. Aronchi de Souza (2004) exemplificou essa tese dizendo que, no Brasil, a classificação dos gêneros obedece ao interesse de cada rede - o que levou ele a concluir que a definição dada aos programas pelas emissoras tem como objetivo principal atrair o telespectador ao invés de cumprir o gênero que elas se propõem a produzir (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p.36).

Entreter os telespectadores na era tecnológica de expansão de conteúdos midiáticos é um grande desafio. A televisão deve competir com as redes sociais, videogames, serviços de *streaming*, entre outros conteúdos. As formas de se fazer humor também passaram por grandes transformações e surgiram assim os chamados “memes”, definidos como “unidade de transmissão cultural ou uma unidade de imitação” (CANDIDO, 2015). Pode-se encontrá-los em diversas manifestações virtuais, sendo propagados nas redes sociais. Os “memes” foram criados com o intuito de imitar situações do cotidiano, como trabalho, escola, família ou fatos marcantes que tiveram repercussão na mídia. Esses “memes”, que são retratados de maneira cômica, são uma espécie de brincadeira que por meio da

repetição acabam se espalhando. Essa nova forma de expressão vem ganhando cada vez mais adeptos, numa linguagem simbólica e divertida, principalmente para os jovens, que são o público alvo deste trabalho. Seria necessário então alinhar a linguagem televisiva a essa nova linguagem de humor para captar mais telespectadores?

2.2 Mudanças na linguagem televisiva

Desde sua concepção, a televisão tem um conceito polissêmico que mescla vários tipos de linguagens já conhecidas por outros meios (som, fala e imagem), organizadas de maneira similar ao cinema (constituídas por planos, cenas e sequências) (CARDOSO; SANTOS; GOULART, 2007, p. 58). Quando a televisão chegou ao Brasil, a linguagem apresentada tinha grande influência do rádio. Por não ter profissionais específicos para essa mídia, técnicos, locutores e artistas radiofônicos migraram do rádio para a televisão e começaram a construir uma linguagem nova em que a imagem falada era mais importante que as palavras (CARDOSO; SANTOS; GOULART, 2007).

Ainda na fase de implantação - nos anos 60 – a televisão passou por seu primeiro processo de mutação. Em 1960 surgiu o VT (*videotape*) no Brasil e a televisão passou a transmitir programas pré-gravados e a realizar produções externas (CARDOSO; SANTOS; GOULART, 2007, p. 60). Esse recurso passou a ser utilizado principalmente pelo jornalismo na época, mas hoje se tornou uma linguagem fixa televisiva, durante toda a programação e é utilizado em diversos gêneros televisivos como forma de preencher o tempo do programa (ARONCHI DE SOUZA, 2004).

Com a implementação da TV Digital, a qualidade de imagem e som aumentou radicalmente. Com a imagem sendo transmitida em alta definição e som digital, o telespectador passou a perceber detalhes que antes passavam despercebidos (PAIM, 2009).

A convergência midiática é outro fator importante que está transformando a linguagem televisiva conhecida hoje. Ela chegou para pôr um fim no paradigma de que para assistir televisão é necessário estar em casa, em frente a um aparelho de TV (PAIM, 2009). Atualmente, já é possível ter acesso a conteúdos televisivos

através de outros suportes midiáticos como no celular ou internet. A Rede Globo lançou o Globo Play, a TV por assinatura NET, estreou o NET NOW, todas as plataformas de *streaming* que reproduzem conteúdos televisivos de qualquer aparelho *smart*. Com isso, o telespectador pode acessar informações que podem ser complementares ou criadas especificamente para aquele veículo, de acordo com o interesse individual de cada um.

Uma notícia mais recente também aponta para uma mudança nos paradigmas televisivos. Em setembro deste ano o programa “Choque de Cultura” estreou na grade de televisão da emissora Rede Globo (Gshow, 2018, n.p.). O programa, que antes adquiriu quase dois milhões de visualizações por episódio no Youtube, foi transportado para uma das maiores emissoras de televisão brasileira. Isso demonstra a preocupação que as redes de televisão estão com a mudança da linguagem televisiva, com o surgimento da internet, e se configura numa ação de captação de público da rede de computadores para a tela da TV.

2.3 O fim da televisão

Na pesquisa aplicada com jovens cristãos e não cristãos, em grupos das plataformas Facebook e Whatsapp, quarenta dos 59 entrevistados afirmaram assistir televisão de 1 a 2 horas por dia na semana. Isso equivale a 70% dos questionários. Atualmente existem manchetes como “O Youtube e o Netflix vão substituir a TV tradicional?” (GAZETA DO POVO, 2015, n.p.) e muito se tem discutido sobre esse tema. Sobre a prevalência da internet sobre a televisão Miller diz que

o suposto desfecho? A internet é o futuro. O grande organizador da vida diária por mais de meio século perderá o lugar de honra tanto na disposição física do lar quanto na ordem cotidiana do drama e da informação. Todos devemos dar boas-vindas ao mundo pós-televisão, onde os duplos monopólios foram rompidos – o objeto físico não domina mais, nem o seu modelo de produção unidirecional. A TV perdeu a sua identidade. (...) No entanto, a evidência para tais alegações é esparsa e inconsistente. (Miller, 2009, p. 18)

Segundo a linha de raciocínio do mesmo autor, os vídeos do YouTube são o maior trunfo imaginável para a televisão (MILLER, 2009). Em vez de substituir os programas de TV, estes canais de divulgação os promovem. “Um exemplo é que

quinze entre os vinte termos de busca mais registrados no YouTube dizem respeito a programas de tevê norte-americanos” (MILLER, 2009, p. 21). Apesar de o conteúdo amador constituir a maior parte do que se encontra no YouTube ainda hoje, ele ainda é mal assistido em comparação aos textos das indústrias culturais - indústria de produção de conteúdos para a maior parte da população¹.

E qual a situação fora dos Estados Unidos? Em 2011, existiam milhares de emissoras de tevê a cabo e via satélite no mundo inteiro: mais de 7.000 na Rússia; 3.000 na China e 2.700 na União Europeia (MILLER, 2009). Em 2007, 2,5 bilhões de pessoas no mundo todo gastaram, em média, mais de três horas por dia assistindo tevê. Já foi exposto neste trabalho que o número de compra de TVs no Censo de 2010, pela primeira vez superou o número de geladeiras. Além disso, na pesquisa realizada com jovens simpatizantes ou não da cultura nerd e geek, de Curitiba e Região Metropolitana, identificou-se que quase 60% dos entrevistados possuía televisão por assinatura em casa. Esses números demonstram que a televisão não está se acabando como as manchetes procuram fomentar.

Hoje o Youtube já tem mais de 1,8 bilhões de usuários, é quase um terço da população mundial. A internet está crescendo aceleradamente e, desta forma, à medida que a internet se consolida como meio de interação entre pessoas e mídias, a televisão se vê obrigada adaptar seu conteúdo devido ao comportamento do público (MARCON, 2017, p. 2). Segundo a autora (2017), a televisão acaba pautando a internet e levantando temas e assuntos que são discutidos na rede. Pode-se argumentar que muitas pessoas assistem à televisão para ficarem informados e comentar sobre os assuntos abordados nas redes sociais. Então pensar televisão em 2018 é pensar em conteúdos que se insiram no cotidiano das pessoas ao ponto que transpassem a tela e cheguem à rede ao mesmo tempo também utilizar a rede de computadores para instigar as pessoas a assistir televisão.

2.4 Serviços on demand e conteúdos transmidiáticos

¹ Tudo indica que o termo indústria cultural foi empregado pela primeira vez no livro *Dialektik der Aufklärung*, que Horkheimer e eu publicamos em 1947 em Amsterdã. (...) Abandonamos essa última expressão para substituí-la por indústria cultural a fim de excluir de antemão a interpretação que agrada aos advogados da coisa: eles entendem, com efeito, que se trata de algo como uma cultura surgida espontaneamente das próprias massas, em suma, de uma forma contemporânea de arte popular. Ora, desta arte a indústria cultural se distingue radicalmente (ADORNO, 1985, p.93)

A TV paga brasileira perdeu 171.233 assinantes em abril de 2017, segundo dados da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel). Do outro lado, as opções de *streaming* (tecnologia que envia informações multimídia, através da transferência de dados, utilizando redes de computadores, especialmente a internet), cresceram no mercado. Visto que a Netflix, maior *streaming* do mercado, atingiu a marca de 48,713 milhões de assinantes fora dos Estados Unidos no mesmo ano (VEJA, 2017, n.p.).

Segundo a reportagem da Veja, a última vez em que a TV paga registrou aumento de assinantes foi em setembro de 2016, com cerca de 23 mil novos pagantes, depois disso os assinantes começaram a diminuir. Isso demonstrou que a crise financeira brasileira criou um ambiente propício para que os telespectadores mudem para ambientes de *streaming*, que costumam ser mais baratos (o pacote mais barato da Netflix custa, em outubro de 2018, R\$ 26,90 contra R\$ 129,90 na TV por assinatura NET) ou para ambientes gratuitos, que é o caso da televisão aberta e da plataforma de *upload* de vídeos Youtube. No caso deste produto experimental, a proposta é que seja transmitido em um canal de televisão aberta e seja criado um canal no Youtube para divulgação.

Ao falar da “revolução digital”, o autor Jenkins (2008), apresentou o conceito de narrativa transmidiática, que se refere a um novo modelo que surgiu em resposta a esse consumo de entretenimento da atualidade. Este tipo de narrativa visa as exigências dos consumidores e depende da participação ativa das comunidades de conhecimento – comunidades onde as pessoas se reúnem para trocar conhecimento, exemplo via plataformas digitais. Seria a interação entre múltiplos textos, ou seja, múltiplos conteúdos, para a criação de uma narrativa tão ampla que não pode ser contida em um só meio de comunicação, ou seja, uma narrativa transmidiática.

Para Jenkins (2008), as narrativas transmidiáticas estão se tornando uma arte de construção de um universo, e os meios digitais, que possuem uma "capacidade enciclopédica", conduzem as novas formas de narrativas, à medida que o público busca informações.

Uma história transmidiática se desenrola através de múltiplos suportes midiáticos, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmidiática, cada meio faz o que faz de melhor - a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. Cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do game e vice-versa (JENKINS, 2008, p. 135).

Desse modo, a narrativa transmidiática não é sinônimo de adaptação de um mesmo conteúdo em diferentes mídias, como acontece no caso do *crossmedia*, ou seja, o desenvolvimento de conteúdos ou ajustamento de um mesmo conteúdo para múltiplas plataformas e canais. Porém, a narrativa transmidiática deve ser entendida como o desenvolvimento de diferentes histórias que irão integrar ou se referir a uma narrativa chave.

No caso do Universo 316 pensou-se em estratégias transmidiáticas para que o público pudesse “conversar” com o programa. A proposta inicial foi a criação de uma rede social para que os conteúdos do programa de televisão “saísse” da tela e pudesse narrar histórias fora da realidade televisiva. Ao mesmo tempo em que foi possível interagir, através de comentários e mensagens, sobre o que acontece no programa. Outra estratégia foi começar a propagação da história do programa de televisão pelas mídias sociais para que a continuação se passasse na televisão e o fechamento pudesse ser através de uma *live* em alguma rede social. Sendo assim, a proposta é que o tema não se encerre apenas no programa de televisão, mas que perpetue por outras mídias.

2.5 A Igreja em expansão na televisão brasileira

Não é de hoje que a igreja cristã tem se inserido nos meios de comunicação do Brasil. No caso da Igreja Católica, esse reconhecimento tornou-se público em 1963, quando o Papa Paulo VI publicou um Decreto sobre os meios de comunicação, onde eram determinadas as condições iniciais para a atuação católica. Defendendo o direito da Igreja Católica em possuir e usar toda a classe de meios de comunicação, este documento papal convocava os fiéis a agruparem-se em associações profissionais, instaurava uma jornada anual em cada diocese para ilustrar os fiéis em relação aos seus deveres para com o sustento e o fomento dos

meios da Igreja e instituiu aos bispos a função de articular e coordenar estes meios (VATICANO, 1963).

As igrejas pentecostais e o protestantismo existem no Brasil desde a década de 1920, como é o caso da Assembleia de Deus, embora sua inserção política e econômica tenha sido relativamente discreta até os anos 80. Também no campo da comunicação esta atuação era discreta (CAPARELLI; SANTOS, 2004). Segundo os autores (2004), representantes da Assembleia de Deus ou da Igreja Adventista do Sétimo Dia dividiram espaço de forma quase harmônica com a Igreja Católica em outorgas de rádio desde a década de 60.

Segundo Rocha (2002), embora os interesses dos evangélicos já estivessem organizados nos EUA, através da *National Broadcasting Religious*, desde os anos 40, a onda de religiosidade e misticismo associada à contracultura nos anos 60 foi responsável pela transposição dos programas de pastores evangélicos •como Pat Robertson, Billy Graham, Jimmy Swaggart e Rex Humbard – do rádio para as redes de televisão. No universo protestante também se tornaram expressivas as articulações em torno dos meios eletrônicos de comunicação.

Santos e Caparelli (2004) afirmam que, a partir da aquisição da TV Record pela Igreja Universal do Reino de Deus, em 1989, é que se pode falar de uma Igreja em atuação no país.

Embora sua atuação seja recente, esta configuração religiosa pode ser caracterizada como a mais expressiva modificação de atores de todo o cenário televisivo nacional. Enquanto a maior parte da estrutura de propriedade da televisão aberta reproduz a continuidade de atores definidos entre os anos 60 e 70 e a participação do capital internacional está concentrada na televisão por assinatura, as igrejas rapidamente se expandiram em diversos setores da Indústria Cultural no país. (CAPARELLI; SANTOS, 2004, p. 6)

Foi a partir do Censo de 2000, quando se constatou que o catolicismo havia perdido fiéis para outras religiões evangélicas (IBGE, 2001), que se tem discutido a participação das igrejas evangélicas nas comunicações. Hoje, existem diversos canais religiosos na televisão aberta brasileira, que produzem conteúdo diariamente para o público. No ano de 2017, 21% da programação dos canais laicos foi arrendada para conteúdos religiosos. Isso demonstra a importância de entender a linguagem utilizada por esses veículos e a criação de conteúdos para a grade aberta brasileira.

2.6 Sobre a linguagem religiosa

Segundo Domingues (1992), a linguagem religiosa trata de algo específico: a experiência da pessoa religiosa como tal, ou seja, acerca do vivido. O autor exemplifica em seu livro alguns aspectos mais característicos da linguagem religiosa. “É uma linguagem própria, porque tem um conteúdo original. Ela abarca, ainda, a totalidade do ser humano” (DOMINGUES, 1992, P. 48). Ou seja, é uma linguagem que é original, baseada na Bíblia, e que abarca a totalidade do ser humano, transmitindo através da linguagem a transcendência do que é falado.

“É englobante, na medida em que se articula no agir humano” (DOMINGUES, 1992, p. 48). A linguagem é englobante, pois o cristianismo apresenta-se como uma religião universal. Então, como ela se articula no agir humano, acaba por englobar o maior número de pessoas. E “é interpessoal, estabelecendo relações dialogais, tanto a nível humano quanto transcendente, sob a forma de discurso teológico ou de oração, nas suas várias formas” (DOMINGUES, 1992, p. 48). É interpessoal porque estabelece a relação entre duas pessoas. Seja entre o cristão e seu próximo, ou entre o próprio cristão e seu Deus.

“É a palavra de Deus e a palavra humana integradas, tentando exprimir a dimensão humana fundamental” (DOMINGUES, 1992, p.49). O cristão acredita que a Bíblia Sagrada é a própria “Palavra de Deus”. Sendo assim, ao interpretar as escrituras, quem o faz está integrando a palavra humana com a palavra de Deus. Além disso, essa linguagem “difere da linguagem científica por não se circunscrever ao seu objeto, nem ser preferentemente demonstrativa, tanto na forma indutiva como dedutiva” (DOMINGUES, 1992, p.49). Quem transmite a linguagem religiosa parte do pressuposto que não precisa “provar” nada ao receptor. Acredita-se que por meio da “fé”, todas as coisas ditas são verdades absolutas.

“O que deve ser sempre é a proposta de salvação, segundo um estado cultural concreto, mas em termos de objetividade imanente e transcendente” (DOMINGUES, 1992, p. 49). Segundo o cristianismo, o propósito de todo final de linguagem é a “proposta da salvação”, ou seja, um convite aos que ouvem à conversão da religião.

É necessário ater-se as essas características da linguagem religiosa ao produzir o programa de televisão, pois o emissor da mensagem é uma rede religiosa, que possui esse tipo de linguagem como fundamental.

2.7 O público nerd e geek

Assim que Bill Gates foi eleito o maior bilionário do ramo tecnológico em 2015 pela Forbes (G1, 2015), ser um nerd entusiasta em tecnologia começou a ter um novo peso. A maioria dos recentes discursos aponta que, nos dias de hoje, com os avanços e a democratização da tecnologia e o advento da Sociedade da Informação, o nerd passa a ser tratado como alguém que ocupa uma posição privilegiada na sociedade, sendo de extrema importância para a cadeia produtiva devido à sua suposta habilidade em lidar com ferramentas hoje essenciais para a nossa vida diária (SANTOS, 2014).

Para a mesma autora (2014), hoje a figura do nerd aparece, no discurso midiático, como símbolo de juventude ideal, profissional bem sucedido, consumidor astuto capaz de fazer as melhores escolhas e máquinas pensantes especialistas em tecnologia tão necessárias nos dias atuais. O que antes era fonte de problemas para crianças e adolescentes passou a ser defendido como estilo de vida por alguns jovens e celebrado pela mídia, dando origem a um nicho de mercado, com lojas especializadas e serviços voltados para esse público.

Existem produtoras de conteúdo que já perceberam o sucesso de audiência e consumo desse público. O Universo Cinematográfico Marvel é a franquia de maior sucesso financeiro da história. Nos últimos dez anos, a Marvel transcreveu e gravou 18 filmes dos heróis das histórias em quadrinhos como Hulk e Homem-Aranha, faturando quase 15 bilhões de dólares em bilheteria (NEGÓCIOS ÉPOCA, 2018).

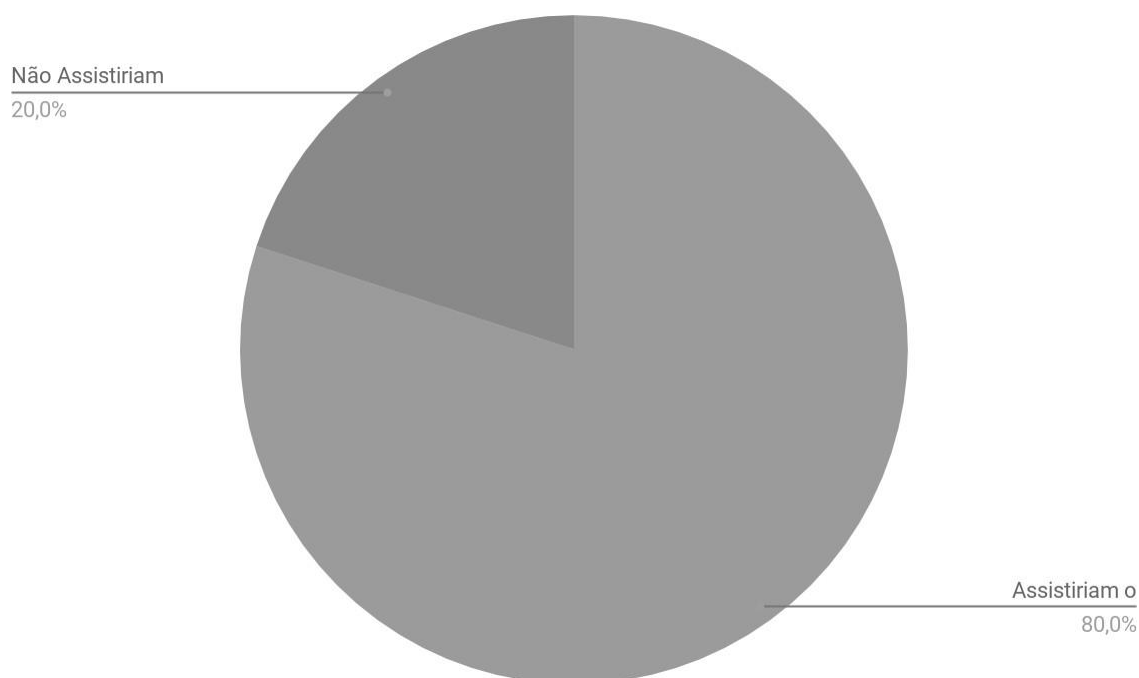
Também é possível perceber que, à medida que nerds e geeks passaram a se autoproclamar orgulhosamente como tais, como pode ser comprovado em expressões como “nerd power” e “orgulho nerd”, o termo não só passou de insulto a elogio em determinados contextos como se transformou em fator de identificação e disputa (SANTOS, 2014). Com um tom otimista, as visões atuais sobre os nerds evidenciam que, cada vez mais, o que antes era praticamente restrito a eles está se popularizando e que o estilo nerd e *geek* de alguma forma está na moda.

Os nerds ganharam tanta importância que tem até um dia no calendário, o Dia do Orgulho Nerd, comemorado internacionalmente em 25 de maio desde 2006, em homenagem ao filme Star Wars, um dos ícones do cinema nerd, que foi exibido pela primeira vez em 25 de maio de 1977.

Existem diferenças entre os públicos *nerd* e *geek*, que segundo um estudo elaborado pelo site Olhar Digital, se dá nos gostos e preferências de cada público. Os traços de um *nerd* incluem diversas características: interesse extremo e obsessivo com livros e estudos, introversão, dificuldade para se relacionar socialmente; e diversas habilidades mais desenvolvidas devido ao gosto por games, filmes, ciência e computadores. Já os traços de um *geek* são mais centrados que os de um *nerd*. Os *geeks* tendem a se tornar especialistas naquilo que gostam. Seus gostos pessoais incluem videogames, filmes, colecionar objetos, paixão por gadgets e tecnologia, computação, códigos, hacks, música eletrônica. Além disso, eles costumam usar camisetas com frases irônicas e engraçadas (DIGITAL, 2012, n.p.).

Em Curitiba, esse público está se tornando mais forte e engajado. Um grande marco para a cultura *nerd* e *geek* em Curitiba foi a realização da Geek City, em setembro de 2017, que teve sua segunda edição em setembro deste ano e foi visitada pela equipe do Universo 316. Na pesquisa realizada com os jovens de Curitiba e Região Metropolitana, dos 40 entrevistados dos grupos cristãos, 73% dizem se identificar ou gostar da cultura *nerd* ou *geek* e quase metade dos entrevistados dos grupos *nerds* eram cristãos ou simpatizantes da fé cristã. Outro dado importante é que 63% dos entrevistados respondeu que assistiria ao programa proposto neste trabalho, sendo que a resposta foi positiva em 80% positiva nos grupos cristãos.

Gráfico 2: Cristãos que assistiriam o programa



Fonte: A autora.

2.8 Como se comunicar

A comunidade nerd, segundo Silva e Souza (2013), começou a unir-se a partir do interesse pela tecnologia e pelo gosto em comum por filmes de ficção científica, como por exemplo as franquias Star Wars e Star Trek, que, a propósito, foram desenvolvidas por pessoas que também se identificavam como nerds, ou seja, como se as produções fossem feitas “de nerd para nerd”.

Nerds e *geeks* também são conhecidos por transformar os hobbies da infância e adolescência em negócio e atribuir características do mundo adulto aos brinquedos. O caso das *action figures*, ou figuras de ação, é exemplar nesse sentido. Muitos colecionadores consideram os bonecos, geralmente inspirados em personagens de filmes, séries de TV e quadrinhos, como arte e frequentemente contestam a afirmação de que eles seriam brinquedos – o personagem principal do filme “O virgem de 40 anos” (*The 40 Year Old Virgin*, 2005) é um exemplo. “Gente grande que coleciona brinquedos e bonecos, marmanjos que passam boa parte do tempo jogando videogame. Ser nerd ou geek, hoje em dia, já virou estilo de vida

para muitos jovens e adultos. E o mercado está de olho nesse público”, afirma a reportagem da Globo News (NEWS, 2013, n.p.). A mesma reportagem também enfatiza o crescimento do mercado de bonecos, *games* e revistas em quadrinhos e dá como exemplo um action figure do filme “O Exterminador do Futuro” que chega a custar R\$ 1800.

As afinidades dessa comunidade não estão relacionadas apenas à cultura tecnológica. Seus interesses estão relacionados também, por exemplo, a livros com temas medievais e fantasias do mesmo gênero, afirmam Silva e Souza (2013). Esse tipo de literatura, filmes de ficção científica, histórias em quadrinhos, entre outros tipos de produtos, como aparelhos eletrônicos, tornaram-se símbolos da comunidade nerd.

Como então os atores da sociedade se comunicam como esse público? Em uma análise realizada pelos autores Bicca, Cunha, Jahnke e Esteves (2014) em blogs de cultura nerd e *geek*, foram encontradas expressões linguísticas usadas pelos jovens nerd e *geek* como um dos elementos importantes para a constituição identitária. Segundo os autores, as expressões foram usadas de forma recorrente como forma de saudar ou se despedir dos/as seus/suas leitores/as. Esta seria, também, uma forma como aquele/a que escreve um blog endereça seu texto para outros integrantes do grupo cultural. “Isso leva a que o uso de expressões linguísticas constitua uma forma de convocação para que os indivíduos assumam determinadas posições de sujeito, o que é imprescindível à constituição de identidades culturais” (BICCA; CUNHA; JAHNKE; ESTEVES, 2014, p. 376).

Desta forma, criam-se expressões que o significado não tem que corresponder necessariamente ao sentido original que assumia nos textos de onde foram retiradas, embora mantenham uma conexão importante com alguns elementos dos textos de origem. Segundo Bicca, Cunha, Jahnke e Esteves (2014), um exemplo é a expressão ‘padawan’, usada para referir alguém que se apropria dos textos culturais preferidos dos/as nerd/geek de forma obcecada. ‘Padawan’ é o termo usado para denominar os aprendizes de cavaleiro Jedi que um dia deverão assumir a tarefa de manter a paz, a ordem e a justiça na República Galáctica imaginada no filme Star Wars – Uma nova esperança, lançado em 1977 e disponibilizado em DVD no Brasil em 2004, e suas continuações (OMELETE, 2015).

Aliás, segundo os mesmos autores (2014), a expressão mais recorrente nos blogs analisados, também oriunda das produções da franquia Star Wars, refere-se

justamente à 'força' que os cavaleiros Jedi aprendem a usar para lutar pela paz e a justiça. Os blogs mencionam a expressão 'que a força esteja com vocês', usada como uma forma de despedida. A 'força' referida na expressão 'que a força esteja com vocês' é o que envolve, penetra e confere poder a um cavaleiro Jedi, constituindo-se em uma forma de campo de energia criado pela união de todos os seres vivos do universo de Star Wars, como se pode compreender assistindo aos referidos filmes.

A utilização de expressões linguísticas de filmes relacionados com a cultura nerd, como a própria franquia Star Wars, é só um exemplo de como os apresentadores do programa de televisão podem criar essa conexão com o público se referindo a linguagem e elementos que os nerds consomem.

2.9 Gênero, formato e programa de televisão

Segundo Aronchi de Souza (2004, p. 38), o entretenimento é necessário para toda e qualquer ideia de produção. Todo programa deve entreter, senão não haverá audiência. "Entreter não significa somente vamos sorrir e cantar. Pode ser interessar, surpreender, divertir, chocar, estimular ou desafiar a audiência, mas despertando sua vontade de assistir. Isso é entretenimento" (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p. 38). Então qualquer que seja a categoria de um programa de televisão, ele deve sempre entreter e pode também informar. Ou pode ser informativo, mas também deve ser de entretenimento.

Em seu livro o mesmo autor (2004) diz que existem três categorias que abrangem a maioria dos gêneros: entretenimento, informativo e educativo. No caso deste programa de televisão, adotou-se a categoria entretenimento. O conceito de formato definido por Aronchi de Souza (2004, p. 46, grifo do autor), "é a *forma* e um *tipo* da produção de um gênero de programa de televisão". Dentro de um mesmo gênero, pode haver vários formatos de programa. Ele afirma ainda que o formato de um programa pode apresentar-se de maneira combinada, a fim de reunir elementos de vários gêneros e assim possibilitar o surgimento de outros programas. O formato escolhido para o programa proposto será o de Variedades, programa em que o telespectador "vê, ri, chora e se espanta com tudo que é apresentado." (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p. 139).

Como é um formato que permite ao produtor certa flexibilidade, o programa será adaptado conforme as atrações que mais se encaixem com a proposta. Além disso, Aronchi de Souza (2004) explica que o programa de televisão reflete o momento histórico em que está sendo criado. Sendo assim, é importante levar em consideração as referências históricas do atual momento de formação do programa.

Outro ponto importante destacado por Jost (2004, p. 66) é que um programa é “uma mistura instável de tudo que o antecipou”. Neste caso, é preciso levar em conta os programas já produzidos pela rede religiosa de televisão, os que já foram produzidos com a mesma temática na grade brasileira e o que não funcionou nos últimos anos. Para o mesmo autor (2004), ao definir o gênero do programa, a emissora está fazendo uma espécie de contrato com o telespectador, “um acordo graças ao qual o emissor e receptor reconhecem que se comunicam e o fazem por razões compartilhadas” (JOST, 2004, p.9). Então, ao assumir um gênero e um formato, a emissora deve pensar nesse contrato que está fazendo com o telespectador e tentar ser fiel à maneira como foi proposta.

2.10 A relação com a comunicação organizacional

Pode-se compreender que a comunicação organizacional abrange todo tipo de organização social — pública ou privada. Como citado anteriormente, a comunicação organizacional relaciona-se com este trabalho a partir do momento que visa auxiliar a organização Primeira Igreja Batista (PIB) de Curitiba em sua missão: “tornar Jesus conhecido em todos os povos”. Segundo Cardoso (2006), existe uma nova dimensão da comunicação organizacional de que estamos tratando, uma dimensão que não aceita mais que o processo de comunicação mantenha-se com seus modelos homogeneizados, verticalizados e com ênfase na instrumentalidade da comunicação. É preciso responder aos desafios da gestão estratégica das organizações em tempo de globalização. (CARDOSO, 2006, p. 1126). Esses modelos homogeneizados que o autor trata são os relacionados com a comunicação no século passado². Porém, com os desafios da globalização, hoje é necessário

² Kunsch (1986, p.72) explica que no século passado era utilizado o modelo mecanicista de comunicação organizacional, sobretudo na década de 1960, 1970 e 1980. Esse modelo preocupa-se

pensar em estratégias para as organizações conseguirem atingir seus públicos. Quando uma organização compromete-se com uma perspectiva comunicacional estratégica, ou seja, trabalha no âmbito da nova dimensão da comunicação organizacional, ela reconhece não só novas maneiras de ver o trabalho, mas também as relações internas e os diversos processos de interação com seus variados públicos externos.

Como já citado neste trabalho, o público jovem e que simpatiza com a cultura nerd e *geek*, é um público em potencial que pode ser alvo para a organização PIB de Curitiba alcançar. Criar um programa de televisão com segmento próprio, e toda rede de comunicação que envolve um programa de televisão, como as redes sociais, por exemplo, configura-se em uma maneira de sair desses modelos verticalizados e começar a atingir novos públicos externos à organização. É preciso buscar novos meios de comunicação e interação com o público, e a proposta do Universo 316 se atenta a isso.

De acordo com Kunsch (1986, p. 28), a comunicação organizacional tem que ser vista numa perspectiva integrada. Ela pode ser difundida com os mais diferentes públicos através dos veículos orais, escritos, pictográficos, escrito-pictográficos, simbólicos, audiovisuais e telemáticos (KUNSCH, 1986, p. 87). No caso deste projeto pretende-se uni-lo a uma comunicação integrada da Primeira Igreja Batista de Curitiba. Atualmente, a igreja possui seis ministérios que trabalham com jovens: ONE Ministério, Jovens Casais, Jovens Adultos, UPC (para universitários), MAP (para adolescentes) e UP! (para pré-adolescentes). O projeto propõe a divulgação entre os ministérios da estreia do programa, como maneira de engajamento. Além disso, os episódios serão disponibilizados para os jovens divulgarem e utilizarem como forma de propagação do evangelho e da mensagem comunicacional da Igreja. Por fim, propõe-se realizar eventos que visam unir o público que assiste ao programa e os simpatizantes da cultura nerd e *geek*, em parceria com os ministérios, para alavancar a forma de divulgação do programa e poder integrar a comunicação da Igreja com esses públicos.

3. REFERÊNCIAS ESTÉTICAS DO PROGRAMA DE TELEVISÃO

Abaixo estão as referências estéticas para o programa de TV, subdivididas em abordagens de representação e execução. Como já tratado anteriormente, este será um programa de televisão, que visa unir conteúdos cristãos e conteúdos nerd e *geek*. Cada uma das referências citadas abaixo se caracteriza por fazer parte do nicho de conteúdos já consumidos pelo público alvo.

3.1 Fotografia

A seguir serão destacadas as referências utilizadas para a composição deste produto experimental no que se trata das percepções de fotografia, sendo ou não extraídas de programas do Youtube, mas que evidenciam a cultura nerd em geral. Segue-se a estética de um ambiente limpo, mas com características que fazem alusão à cultura nerd, para que o telespectador possa se inteirar sobre o que o programa trata ao sintonizar o canal de televisão.

3.1.1 OmeleteTV

O OmeleteTV é uma transmissão ao vivo que vai ao ar de segunda a sexta-feira e comenta os assuntos e filmes que rondam o mundo nerd naquela semana. O OmeleteTV faz parte do site brasileiro de entretenimento Omelete, criado em 29 de junho de 2000, e que aborda temas da cultura pop como cinema, histórias em quadrinhos, música, televisão e jogos eletrônicos. A estética de cenografia e direção de arte deste projeto foi baseada neste canal, pois retrata bem o que projeto busca: um cenário “limpo” para o programa de televisão, ou seja, que não seja abarrotado de objetos, mas com pouca decoração que possa retratar elementos da cultura nerd e *geek*.

Figura 1: Star Wars: Os Últimos Jedi



Fonte: Canal Omelete, Youtube (2018)

3.1.2 Hiperlinkados

Programa que relaciona a linguagem nerd com a linguagem bíblica. É um programa de conversa de 28 minutos entre dois pastores da Igreja Adventista. O foco não é na cultura nerd, mas sim na Bíblia Sagrada. A ideia do programa é utilizar a linguagem jovem, gírias e linguagem da internet, tornando as passagens bíblicas de fácil compreensão. O programa existe desde abril de 2015 e é exibido toda sexta-feira às 22h30, além de ser disponibilizado no Youtube. A referência estética do programa é a forma como o cenário foi montado e planejado para gravação. A ideia para este produto experimental é dois apresentadores, sentados em uma mesa, com um plano de filmagem parecido com a deste programa e com poucos objetos ao redor que caracterizam a cultura nerd e *geek*.

Figura 2: A Bíblia no Branco dos Réus



Fonte: Rede Novo Tempo (2018)

3.2 Estilo

Nessa categoria separaram-se as referências que mais norteiam as percepções em relação ao formato que este produto obtivesse. Escolheu-se o programa Zero 1 da Rede Globo de Televisão, pois atualmente é o um programa que procura trazer elementos da cultura nerd e *geek* para a televisão aberta. Outra referência é o canal Dois Dedos de Teologia, que tem como preceito analisar elementos de filmes e séries e inseri-los no contexto cristão, dando exemplos práticos de conduta.

3.2.1 Zero 1

“Zero1” é um programa de televisão da Rede Globo que aborda jogos, filmes, campeonatos de *eSport*, cultura pop e *geek*. O programa tem duração de 15 minutos e passa na madrugada de sábado para domingo. Possui um apresentador, Tiago Leifert, que veio de programas como “Esporte Espetacular” e “Big Brother Brasil”. O programa já está em seu terceiro ano de produção. Os quadros deste programa

servem como referência para produção do produto experimental. O “Zero 1” possui entrevista com convidados, apresentação dos convidados, análise de produto da cultura pop (filme, jogo ou quadrinho), apresentação de novas tecnologias e *gameplay* (momento onde os convidados jogam vídeo games ou jogos de computador com o apresentador).

Figura 3: Zero 1 - “Com Youtuber Pianista Vinheteiro”

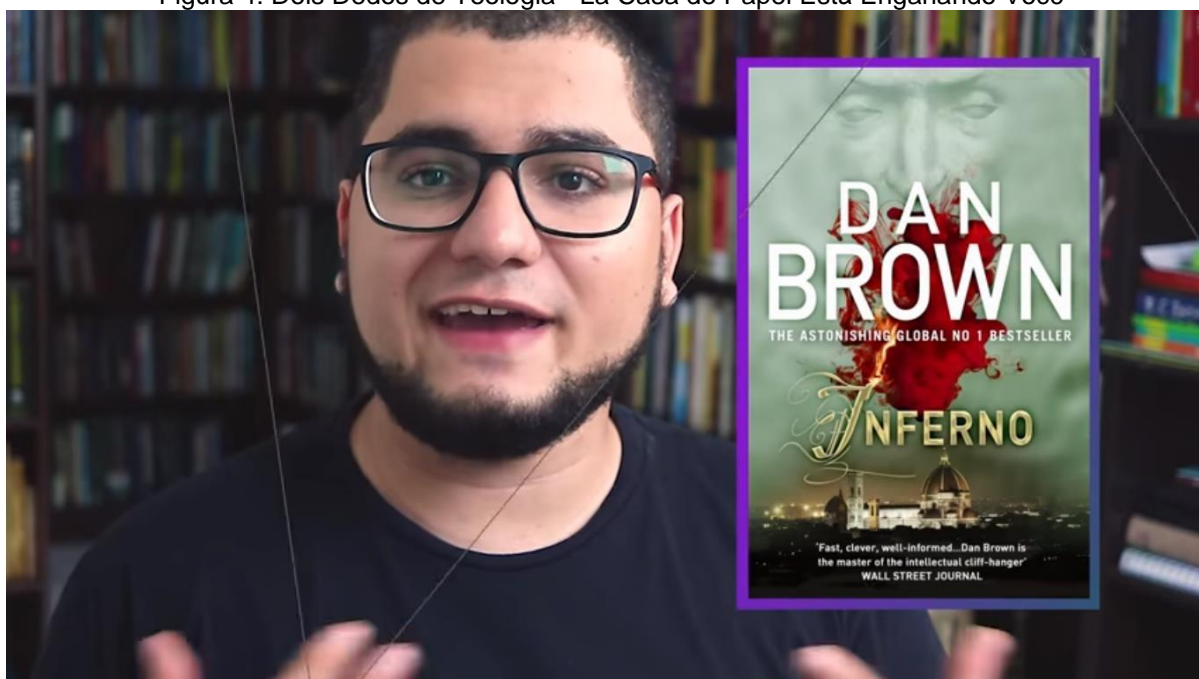


Fonte: GloboPlay (2018)

3.2.2 Dois Dedos de Teologia

O “Dois Dedos de Teologia” é um canal no Youtube, inaugurado em janeiro de 2015 e faz parte da série de produtos do site “Dois Dedos de Teologia”. O criador é o pastor Yago Martins que, além do canal, possui o blog “Dois Dedos” e podcast “DDT cast” como plataformas de distribuição de conteúdo. Neste ano, em abril, foi inaugurada dentro do canal a sessão “Mundo Cópia”, que visa analisar produtos da cultura nerd (filmes, séries, músicas, jogos e quadrinhos) e fazer relações e aplicações entre esses produtos com a vida cristã. Esse canal serve como referência de formato, pois no produto experimental pretende-se unir o conteúdo cristão e *geek*, e propor formas de aplicação de elementos da cultura pop na rotina do jovem cristão.

Figura 4: Dois Dedos de Teologia - La Casa de Papel Está Enganando Você



Fonte: Canal Dois Dedos de Teologia, Youtube (2018)

3.3 Conteúdos Nerd de Sucesso

Foram selecionados dois canais do Youtube que podem representar algumas referências de conteúdo para elaborar este produto experimental. Os canais foram escolhidos por possuírem um grande número de inscritos e ideias que se assemelham às que o programa de TV deseja reproduzir.

3.3.1 Jovem Nerd

O canal Jovem Nerd, que faz parte do site “Jovem Nerd” de humor e notícias, criado em 2002 por Alexandre Ottoni de Menezes e Deive Pazos Gerpe, aborda temas sobre entretenimento, em especial, cinema, séries de televisão, ficção científica, quadrinhos, *role-playing game* e viagens. Como dito anteriormente, foi eleito como um dos mais influenciadores da cultura nerd do país. O “Jovem Nerd” foi escolhido como referência por causa da simplicidade com que os apresentadores expõem os conteúdos e a utilização de referências de sua infância e adolescência

para criar um clima de descontração no canal. Uma das partes divertidas do conteúdo também é como os dois apresentadores discordam em alguns assuntos e isso gera um debate saudável que aborda os vários pontos de vista. Pode-se citar como algo relevante, também, a edição do vídeo por se utilizar de referências de outros conteúdos de humor da internet.

Figura 5: Jovem Nerd - O que achamos de Deadpool 2



Fonte: Canal Jovem Nerd, Youtube (2018)

3.3.2 Velberan

O “Velberan” é um canal do Youtube de análises, *gameplays* e curiosidades sobre jogos de todas as épocas. Criado por Velberan, o vlog teve sua primeira publicação em junho de 2012, no Japão. Por possuir fácil acesso a jogos e videogames que eram lançados antes no país, Velberan começou a ficar famoso com suas resenhas. Ao voltar para o Brasil, o canal ficou conhecido por ter uma proposta de visitar feiras e eventos do segmento nerd e *geek* para entrevistar os participantes e entender melhor este público. O canal foi escolhido como referência, pois neste produto experimental propõe-se a visita de feiras e eventos nerd da cidade de Curitiba para inserir como um dos quadros do programa. Acredita-se que

Curitiba possui vários eventos durante o ano que podem ser cobertos pelo programa (exemplo da Geek City e Shinobi Spirit) e, como já foi argumentado anteriormente, tem se demonstrado um local de receptividade da cultura nerd.

Figura 6: Velberan - Muitas Novidades na Feira de Jogos Indie Nacionais



Fonte: Canal Velberan, Youtube (2018)

4. DESCRIÇÃO DA PRODUÇÃO E DO PRODUTO

4.1 Planejamento de produção

O produto proposto para este trabalho é um programa de televisão que tem como objetivo trazer uma visão cristã do mundo *nerd* e *geek*. Com base na pesquisa realizada, este produto visa o público jovem e propõe ser uma opção de entretenimento para jovens de uma emissora de televisão cristã denominada Rede Super de Televisão em Curitiba.

A pesquisa para a produção deste produto aconteceu no mês de maio e junho (APÊNDICE E), seguida da primeira reunião de equipe (redação da proposta de roteiros e equipamentos), que se deu no mês de julho deste ano. No início de agosto, foi realizado o primeiro teste de câmera, roteiro e cenário. Também durante o mês de agosto foram realizadas as alterações de roteiro, equipamentos e cenário.

No início de setembro se deu o segundo teste de cenário e câmera. Durante o mês de setembro, foi realizada a coleta de objetos para cenografia, acordos entre os participantes da equipe, bem como correções no roteiro. Também no mês de setembro aconteceu a cobertura da feira Geek City, que aconteceu na Expo Renault, em Curitiba. Durante o mês de setembro foi realizada a edição audiovisual da cobertura da feira. Ao final de setembro realizou-se a gravação oficial do episódio piloto do programa Universo 316. Durante as duas primeiras semanas de outubro foi realizada a edição audiovisual do programa e, na terceira semana de outubro, a pós-produção. Por fim, na última semana de outubro aconteceu o teste de audiência com o público simpatizante ou não da cultura *nerd* e *geek*.

4.2 Pré-produção

4.2.1 Pesquisa

A primeira pessoa com quem se conversou para colaborar com este trabalho foi o estudante de Engenharia da Computação, Gabriel Borba, que é cristão e admira conteúdos *nerds* e *geek*. A primeira reunião de equipe foi realizada no final de maio e foram cogitados os primeiros quadros do programa, qual seria o tema do

episódio piloto e algumas ideias de cenografia, assim como sugestões de nomes. Logo após a reunião, foi dado início a uma pesquisa mais aprofundada do tema, levando em consideração o universo da cultura nerd (como, por exemplo, a origem de alguns personagens nas histórias em quadrinhos). Essa pesquisa foi realizada também para o aprofundamento no referencial estético, na busca por um programa com temática similar, como *Jovem Nerd*, *Nerd All Stars*, entre outros.

Durante essa primeira reuniões no mês de maio foram abordadas características fundamentais do programa de televisão. O primeiro ponto discutido foi que o programa deveria ter dois apresentadores. Constatou-se que os programas de um só apresentador com esse tipo de conteúdo eram monótonos. Além disso, há no mercado bons exemplos de programas nerds que deram certo com dois ou mais apresentadores, como o *Jovem Nerd* e *OmeleteTV*. A escolha de dois apresentadores foi para haver interação entre os apresentadores e com o público.

Quanto ao formato ficou decidido que o programa seria de Variedades. O programa traria diversos assuntos, novas tecnologias, cobriria feiras, teria entrevistas e comentaria produtos da cultura pop. Por isso a necessidade de um formato amplo.

Foi definido que o roteiro genérico do programa se daria da seguinte maneira: Os apresentadores apresentariam seus nomes e, se houvesse necessidade, algum bordão relacionado ao mundo nerd. Logo após, seria mostrada uma nova tecnologia relacionada ao mundo *geek* ou cristão que poderia ser útil para o telespectador e que seria interessante para o programa. No caso de a cidade de Curitiba estiver recebendo eventos relacionados ao mundo nerd e *geek*, os apresentadores, ou repórteres selecionados, iriam cobrir o evento e isto seria transmitido no programa em formato de quadro. A segunda parte do programa se daria com a entrevista do(s) convidados(s) para o programa, que poderiam ser tanto do mundo religioso e/ou do mundo nerd e *geek*, dependendo do tema a ser abordado. Logo após, seria feita a exposição e análise de um produto do mundo nerd, que poderia ser um filme, quadrinho, série, mangá, jogo, entre outros. Os apresentadores e convidado(s) iriam dialogar sobre a opinião deles a respeito do produto e contar a história dos personagens. Por fim, a terceira parte se daria com a relação entre a história apresentada e o contexto da vida cristã. Seria o objetivo principal de a terceira parte responder à seguinte pergunta: “como podemos aprender com este personagem e aplicar essas lições de forma prática com os ensinamentos da Bíblia Sagrada”?

Depois de realizada a primeira reunião e a pesquisa de campo, acordou-se abordar o tema “Tempo” no episódio piloto. O tema foi passível de encaixe com o lançamento da Marvel “O Homem Formiga e a Vespa”, que trata sobre o “Reino Quântico”, um lugar onde o tempo não passa. Além disso, o tema relaciona-se com a Bíblia, pois existem duas definições de tempo na Bíblia, em grego, o tempo *kairós* e o *chronos*, que são, respectivamente, o tempo de Deus e o tempo dos homens. Além disso, o tema é relacionado aos filmes “Click”, “Máquina do Tempo”, e outros exemplos famosos. Também foi definido que o programa teria três blocos com duração de 5 a 7 minutos cada um.

A escolha do nome foi um fator importante nesse processo, pois iria guiar o roteiro e toda identidade visual do programa. Depois de várias opções, optou-se pelo nome “Universo 316”. A escolha se deu com base nas histórias em quadrinhos onde existem os multiversos. Multiversos são quando dois ou mais universos se unem para formar um novo universo. No caso do Universo 316, a união será do universo cristão e do universo nerd e *geek*. O número “316” foi escolhido devido a aproximação que os cristãos têm com o versículo da Bíblia Sagrada que está no livro de João, Capítulo 3 e versículo 16, que diz “Porque Deus amou o mundo de tal maneira que deu o seu Filho unigênito, para que todo aquele que nele crê não pereça, mas tenha a vida eterna.”

4.2.2 A escolha da equipe

Foi acordado a necessidade da formação de uma equipe para a execução do projeto. A ideia inicial partiu da autora, que atuou como diretora, produtora e idealizadora do Universo 316. Como já informado anteriormente, o primeiro integrante da equipe foi o estudante Gabriel Borba, que auxiliou na produção e roteirização, além de se tornar um dos apresentadores.

Durante o mês de julho foi realizada a segunda reunião para definição dos objetivos e metas a serem traçadas para o projeto. Neste dia, integraram-se a equipe mais dois participantes: a estudante de jornalismo, Isabelle Almeida, que possui mais de quatro anos de experiência em direção e produção do programa de televisão “Alta Tensão”, para jovens de 12 a 20 anos. Ela ficou responsável pela direção de fotografia e edição; E o estudante de Direito, Luke Mewes, que ficou

responsável, inicialmente, pela pós-produção do programa e elaboração da identidade visual, além de ter se tornado apresentador. Todos os integrantes aceitaram participar do projeto do episódio piloto de forma voluntária e sem nenhuma remuneração.

Em julho foram discutidas questões de orçamento para cenografia, identidade visual, elaboração de roteiro e teste de apresentadores. Além disso, aconteceu um teste com os integrantes Gabriel e Luke com uma breve fala do programa para saber como eles lidavam diante das câmeras. O teste foi gravado com celular e, após discussão de equipe, acordou-se que os dois seriam os apresentadores do programa, pois tinham uma boa desenvoltura diante das câmeras.

Figura 8: Teste com Apresentadores durante a 2ª Reunião



Fonte: A autora

4.2.3 A escolha do cenário

Para fazer um programa com leitura cristã do mundo geek foi necessário criar um cenário que conversasse com telespectadores cristãos e não cristãos, da faixa etária que esse projeto propõe (de 20 a 35 anos) e que simpatizassem com a cultura pop. Como fomentado anteriormente, foi projetado um cenário que possuísse elementos que remetesse a filmes, quadrinhos e outras figuras que chamassem à atenção do telespectador para a televisão.

Durante o mês de julho foi levantada a possibilidade de parcerias com lojas de produtos *geek* que pudessem patrocinar a parte cenográfica do programa, visto que o valor para uma cenografia da cultura pop costuma ser elevadíssimo (vide item 4.4). Porém essa possibilidade foi descartada em reunião por dois motivos: o primeiro por não ser possível mostrar algo atraente, como o próprio episódio piloto, para busca de patrocínio e exemplificar onde seriam utilizados os objetos emprestados. E o segundo, pela incerteza de qual canal de divulgação se daria o programa (Youtube, Rede Super, outras emissoras). Sendo assim, ficou acordado arrecadar e utilizar objetos de todos os que desejassem ajudar na cenografia do programa.

O primeiro teste de gravação e cenografia aconteceu na sala de reuniões do Ministério de Comunicação da Primeira Igreja Batista de Curitiba. Poderia ser interessante ter uma televisão que pudesse transmitir a logo do programa e a equipe pensou que, por ser um ambiente todo branco, talvez fosse fácil de preencher. O teste aconteceu na primeira semana de agosto, após a elaboração da primeira versão do roteiro.

Figura 9: Teste de Gravação e Cenografia 1



Fonte: A autora.

Após o teste, foram identificados vários pontos a serem melhorados. Primeiramente a composição do cenário ficou vazia e sem uma lógica visual. Em

segundo lugar, a televisão era muito alta e não teria como fazer um plano geral sem cortar parte da TV. Em terceiro lugar as banquetas, mesmo que dando um tom “mais descontraído” para o programa, não valorizavam um dos apresentadores, o que acabou deixando ele desconfortável após a gravação.

Os cartazes ficaram pendurados sem lógica de disposição (foi cogitada a ideia de inseri-los em molduras para ficar mais coerente, no entanto essa possibilidade foi descartada por falta de recursos financeiros da equipe; vide o orçamento no item 4.4). Além disso, durante o teste, foram identificadas várias frases e textos que precisavam ser alterados no roteiro para que a conversa dos apresentadores fluísse com facilidade. Por fim, foi perceptível a necessidade da utilização de *teleprompter* por um dos apresentadores, já que ele apresentou dificuldades em decorar o texto.

Após redesenhar a cenografia - até foi cogitada a utilização de *Chroma Key*, mas essa possibilidade foi descartada - o estúdio da Rede Super de Televisão foi emprestado para a realização de testes cenográficos. O segundo teste foi realizado no começo de setembro.

Figura 10: Segundo Teste Cenográfico



Fonte: A autora.

Após esse teste, foi perceptível que o cenário não estava nos padrões adequados. Além de a estante ser muito pequena, o fundo de madeira deixou o

cenário “mais adulto” do que o esperado. Optou-se então pela troca das estantes por estantes maiores que pudessem cobrir todo o cenário detrás. As cadeiras pretas continuariam no cenário, pois, ao invés das banquetas, deixaram o “ar” de descontração que a equipe esperava e não desvalorizaram os apresentadores.

Com relação ao entrevistado, os produtores tiveram dificuldades devido aos conflitos de agenda e horários em que toda equipe poderia gravar. Como toda equipe é voluntária, os horários se configuram em dias úteis à noite ou aos fins de semana. Os pastores com qual a equipe tentou agendar desmarcaram seguidamente. Foi optado, para apresentação deste episódio piloto, convidar o coordenador de Fotografia da PIB Curitiba, Wanderson Gonzaga³.

4.3 Produção

4.3.1 Recursos humanos, técnicos e materiais

Após a produção e revisão do roteiro (APÊNDICE F), a gravação oficial foi marcada para o final de setembro. No mês de setembro outro integrante entrou na equipe: o cinegrafista Thomas Santos, também de forma voluntária. As funções ficaram definidas da seguinte maneira:

Tabela 1: Definição de Funções

FUNÇÃO	EQUIPE
Direção Geral	Thais
Produção	Thais/Gabriel
Roteiro	Thais/Gabriel
Cenografia	Thais/Gabriel/Isabelle
Direção de Fotografia	Isabelle
Direção de Filmagem e Áudio	Thomas
Teleprompter	Thais

³ O prazo de gravação ficou apertado, pois a equipe teve uma pausa durante duas semanas de setembro quando passaram por semana de provas em suas respectivas universidades. Optou-se pela gravação e entrega do episódio piloto neste semestre, pois muitos assuntos como o objeto da cultura pop e a feira nerd Geek City ficariam desatualizados.

Edição de Áudio e Vídeo	Thais/Isabelle
Identidade Visual	Luke/Isabelle/Lucas ⁴
Pós Produção	Luke/Isabelle
Redes Sociais	Thais
Teste de Audiência	Thais

Fonte: A autora.

No dia da gravação oficial foram utilizados os seguintes equipamentos técnicos:

Tabela 2: Equipamentos Utilizados na Gravação Oficial

QUANTIDADE	EQUIPAMENTOS UTILIZADOS
1	Câmera Canon T5i
2	Câmera Sony HXR Full HD
1	Lente Canon 50mm
1	Lente Canon 18-135mm
3	Tripés
1	Estúdio de Gravação Profissional Televisivo
3	Microfones de lapela
1	Gravador Digital Zoom H6
1	Mesa de Som c/ 4 lapelas
2	Baterias extras
4	Cartões de memória SD
1	Notebook
1	Teleprompter

Fonte: A autora

⁴ Inicialmente o integrante Luke havia ficado com toda produção da identidade visual. Por motivos pessoais, não foi possível a realização completa por parte dele. Fez-se necessária a participação do profissional de audiovisual Lucas Toledo.

Para um dos quadros do programa foi realizada a cobertura da feira de cultura pop chamada Geek City que aconteceu de 31 de agosto a 02 de setembro, na Expo Renault, em Curitiba. Neste dia os equipamentos utilizados foram uma câmera Sony HXR e o microfone acoplado à câmera. Para realizar a cobertura da feira foi necessário despender, além dos recursos técnicos, recursos humanos e financeiros. A Rede Super de Televisão já estaria no dia do evento cobrindo a feira para o programa jornalístico chamado “Super Repórter”. Então, houve a necessidade de entrar em contato com a assessoria de imprensa da feira para liberação de credenciais para a repórter e o cinegrafista, apenas. Aproveitando a ocasião, a Rede Super também cedeu uma hora de trabalho dos colaboradores para que fosse possível fazer a cobertura da feira para o programa Universo 316.

Figura 11: Cobertura da Feira Geek City



Fonte: A Autora.

4.3.2 Gravação oficial

No dia da gravação oficial a equipe chegou com duas horas de antecedência. Enquanto os apresentadores ficaram passando o roteiro e conversando com o convidado, foram realizados testes de luzes e montagem do cenário. Após a

conclusão, começou a gravação e o convidado e apresentadores puderam ficar com o roteiro à vista.

Figura 12: *Making Off* Gravação Oficial



Fonte: A autora.

Os objetos trazidos para compor a cenografia eram de caráter pessoal e pertenciam ao Gabriel, ao Thomas e à Isabelle. Todos concordaram em trazer os objetos sem custo e, logo após a gravação, eles foram retirados e devolvidos.

As imagens obtidas foram consideradas pela equipe de boa qualidade, bem como o áudio captado, sem ruídos que prejudicassem a gravação e que se fizesse necessária a regravação. A iluminação também se considerou adequada, no entanto fez-se necessário a correção de cor, o que é comum quando se utiliza câmeras de diferentes marcas e modelos.

Figura 13: Plano Geral



Fonte: A autora.

Figura 14: Plano Fechado 1



Fonte: A autora.

Figura 15: Plano Fechado 2



Fonte: A autora.

4.3.3 Edição

No começo de outubro foi realizada a decupagem dos arquivos e a primeira edição, chamada de “edição bruta”, ou seja, os cortes principais, sincagem de áudio e como deveria se configurar o “esqueleto” do programa. Em meados de outubro foi realizada a edição de áudio e edição profissional do programa de televisão, inserindo referências do mundo nerd, como referências de filmes e quadrinhos. Na terceira semana de outubro foi realizada a pós-produção do programa com efeitos sonoros, vinhetas, videografismos, “memes”, efeitos especiais, *lowers* e trilha sonora. Para salientar, a edição da reportagem da feira geek já havia sido realizada antes da gravação oficial, pois os apresentadores precisavam assistir durante o programa, em meados de setembro.

O processo de edição levou em conta as referências estéticas pesquisadas para a produção do programa de televisão. Foi observada a troca de câmeras, entre apresentadores, rápida e contínua para se assemelhar aos canais de Youtube. No entanto, o diálogo prolongado foi priorizado, pois a equipe notou essa estética em programas de televisão. A pós-produção tentou criar a “atmosfera” de programa nerd proposto pelo projeto, com trilhas e efeitos sonoros que remetem à cultura nerd e *geek*. Além disso, buscou-se referenciar todos os filmes, quadrinhos, piadas e citações dos apresentadores e convidado durante o programa (um exemplo é a

utilização dos “memes”). Os softwares utilizados para fazer a edição do episódio piloto foram o Adobe Premiere, Adobe After Effects e Adobe Audition e os efeitos e trilhas sonoras foram coletadas da biblioteca de áudios gratuitos do Youtube.

Figura 16: Cortes de Câmera



Fonte: A autora.

Figura 17: Referência Quadrinhos



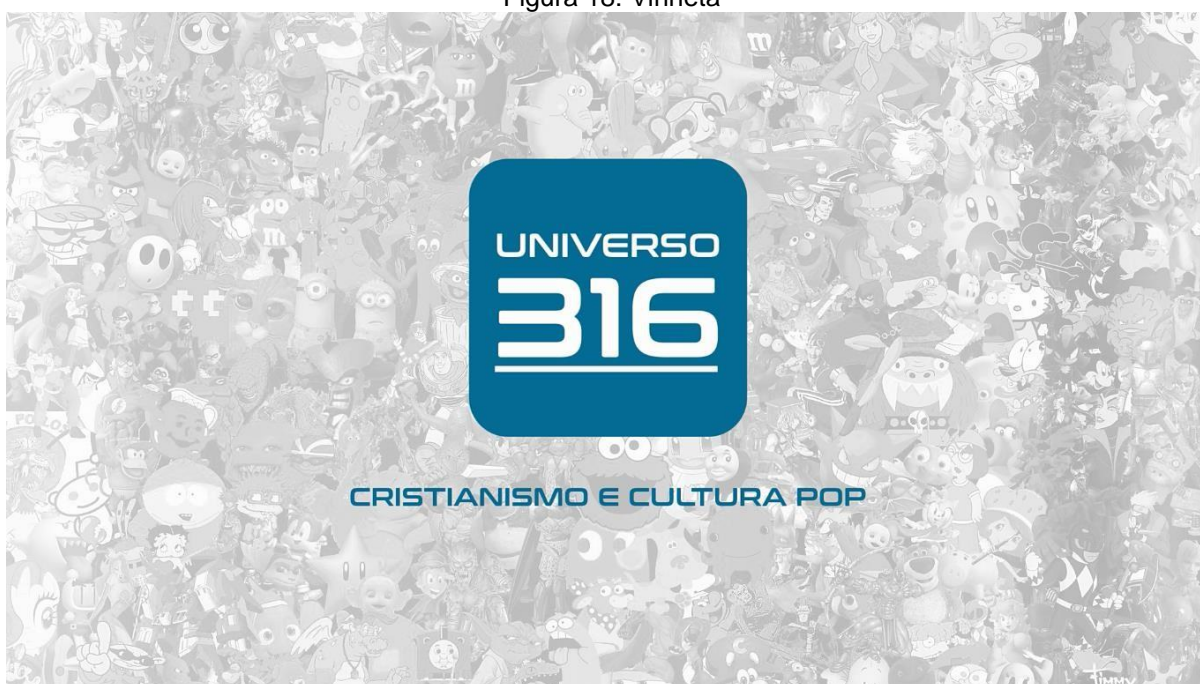
Fonte: A autora.

4.3.4 Identidade visual

A identidade visual foi pensada levando em conta a ideia do programa Universo 316. O fundo que compõe a vinheta é composto de videografismos de figuras icônicas que fazem alusão ao mundo nerd e *geek*. São personagens de filmes, jogos e televisão. Então a imagem de fundo é uma representação dos vários universos ficcionais que formam a cultura pop. O raio conecta duas cargas diferentes (+ e -) da mesma forma que o programa conecta a cultura pop ao cristianismo. Segundo Pastoureau (1997, p. 23) e também Heller (2004, p. 23-48) a cor azul é a preferida por mais da metade da população ocidental. O céu é azul e por isso o azul é a cor do divino, a cor do eterno.

A vinheta foi produzida pelo profissional de audiovisual Lucas Toledo, à pedido de autora. Já a parte de identidade visual interna do programa, como *lower* e referências de filmes foi criada pela editora Isabelle Almeida.

Figura 18: Vinheta



Fonte: A autora.

4.3.5 Redes sociais

Após o estudo de fundamentação teórica para a elaboração deste produto experimental, foi identificada a necessidade de um conteúdo transmidiático que

conversasse com os telespectadores. Como se trata de um episódio piloto, uma página na rede social Facebook foi criada para interagir com possíveis telespectadores do programa. A página foi compartilhada entre os amigos da equipe e a seguinte questão foi levantada (antes da gravação oficial do programa): “E vocês? O que acham? Se o seu personagem favorito pudesse voltar no tempo, o que ele faria?”. Segundo os dados fornecidos pela própria plataforma, 26 pessoas foram alcançadas com pelo menos 24 envolvimento. 17 comentários foram postados. Todos os comentários eram relevantes para o programa de televisão, no entanto, a produção teve que escolher somente três para a dinamicidade de gravação.

Figura 19: Redes Sociais



Fonte: A autora.

O objetivo em realizar essa postagem (e se o programa permanecer, continuar nas mídias sociais) é interagir com o público para inseri-lo no contexto televisivo. As redes sociais também poderão ser utilizadas para questionar próximos temas de programas que os telespectadores gostariam de assistir, receber *feedbacks* e realizar este tipo de transferência de opiniões entre mídias e plataformas, como houve no episódio piloto do Universo 316.

4.3.6 Teste de audiência

Na última semana de outubro realizou-se com 12 jovens de Curitiba e Região Metropolitana o teste de audiência do episódio piloto do programa de televisão

Universo 316 (vide APÊNDICE G e H). Para o teste buscou-se pessoas dentro da faixa etária do público-alvo, homens e mulheres, cristãos ou não, que simpatizassem ou não com a cultura nerd e *geek*. O teste teve duração de duas horas e aconteceu em uma sala de reunião com as portas fechadas para que os convidados ficassem mais à vontade para conversar.

Tabela 3: Teste de Audiência

PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
Ótima proposta	Apresentadores inexperientes
Tom de humor	Identidade visual não condiz
Conteúdo de fácil assimilação	Convidado poderia ser melhor
Cenário característico	Cortes rápidos de câmera
Tempo de duração	Conteúdo cristão raso
Boa opção de entretenimento	Faltou objetos no cenário
Assistiriam se disponibilizado no Youtube	Metade não assiste mais à televisão com frequência

Fonte: A autora.

Todos gostaram do programa sem exceções, inclusive no preenchimento da ficha anônima, onde poderiam ter respondido o contrário. Isso demonstra que o público-alvo foi atingido de maneira positiva. Também houve elogios quanto ao tom de humor do programa. Por exemplo, alguns participantes que costumam não gostar de programas que unem humor e religião afirmaram terem rido durante a apresentação. Outro ponto forte é que, participantes que antes do teste não eram simpatizantes da cultura pop, afirmaram ter conseguido acompanhar o programa sem dificuldades.

No entanto, existem alguns pontos relevantes que os convidados apontaram de melhoria. Boa parte deles concordou que os apresentadores são inexperientes e que precisam treinar mais para se saírem melhor diante das câmeras. Alguns deles criticaram a identidade visual, afirmando que não condiz com a proposta do programa de televisão. Dois participantes também afirmaram que o cenário poderia ser melhor preenchido por mais objetos da cultura pop.

Outro ponto relevante foi boa parte dos participantes ter questionado o conteúdo do programa, exemplificando que gostariam que a parte cristã fosse mais aprofundada tanto quanto foi a cultura pop. Também houveram discussões entre os

participantes se deveria haver mais videografismos durante a exposição da “Palavra de Deus”. Ao final do teste, eles concordaram que deveria haver, mas que respeitassem esse momento - então os “memes” não deveriam ser usados.

Todos concordaram que a periodicidade do programa deveria ser de uma vez por semana, sem exceções. A maioria gostou do tempo de duração, mas dois participantes afirmaram a necessidade de um tempo de duração e edição diferenciada para *web*. A metade dos participantes afirmou não assistir mais à televisão e, quando assistiam, passavam os canais sequencialmente e não paravam para assistir um programa em específico. A maioria afirmou que assistiria pelo Youtube.

Por fim, ao final do teste, alguns participantes afirmaram que o programa também é uma ótima opção de entretenimento para adolescentes e uma boa forma de atingir pessoas não cristãs.

Após o teste de audiência percebeu-se que a seleção de apresentadores poderia ter sido averiguada com mais assiduidade, pois, diante das câmeras, um dos apresentadores possuiu muita dificuldade em decorar o texto – mesmo depois de dois testes de roteiro – e apresentou dificuldades em saber para onde olhar. Outro ponto importante foi o convidado que, se tivesse sido um pastor que entendesse mais sobre o assunto, teria agregado mais credibilidade ao programa e poderia aprofundar melhor o conteúdo cristão.

4.4 Viabilidade

Do ponto de vista da imagem e som, o momento tecnológico atual permite a viabilidade técnica do produto, pois a produção de câmeras e *smartphones* com tecnologia de *high definition* (que permitem o acoplamento de equipamentos de gravação de áudio) se tornou comum. Os novos *smartphones* têm surgidos com a capacidade - e muitos deles com este objetivo - de realizar gravações e edição diretamente para plataformas como o Youtube. Também é possível encontrar, por meio de testes, apresentadores capacitados para dialogar com o público proposto e tornar o programa dinâmico.

Do ponto de vista mercadológico existe público-alvo para o consumo do produto, de acordo com a argumentação teórica deste trabalho e com base na

pesquisa realizada com jovens de Curitiba e região (vide APÊNDICE D) – pois muitos deles comentaram sentirem-se ansiosos para assistir ao programa. Além disso, como já citado anteriormente, este tipo de conteúdo tem grande audiência, não só na televisão aberta, como caso do programa “Zero 1”, como nas plataformas de streaming, que são o caso do canal “Jovem Nerd”, “OmeleteTV”, entre outros.

Do ponto de vista econômico este produto se configura como experimentalmente caro⁵ tendo em vista estudantes universitários (no caso deste produto ser produzido por uma emissora de televisão, que já possui os equipamentos citados, o custo irá diminuir).

Conforme o orçamento apresentado a seguir, existem duas possibilidades para o programa de televisão. A primeira refere-se ao aluguel dos equipamentos utilizados por dia e a segunda refere-se à aquisição dos equipamentos uma única vez. Nos dois casos pensou-se no aluguel do estúdio e não na aquisição de um estúdio de televisão. Outro ponto é que a cenografia utilizada no episódio piloto se fosse adquirida, custaria em torno de R\$ 3 mil reais, sem contar o aluguel de móveis para o estúdio. Também foi cotada a cenografia desejada para se produzir o programa com qualidade de referências da cultura pop, que custaria em torno de R\$ 6 mil.

A hora trabalhada de cada participante foi orçada nos salários atuais que todos os integrantes recebem. No caso desse episódio piloto foram cinco integrantes, que trabalharam pelo menos 20 horas cada um, o que custaria um total de R\$ 1450 por episódio. Mas esta é apenas uma simulação para exemplificar, pois as horas não foram contabilizadas.

Tabela 3: Orçamento 2018

Produto	Valor
Hora de Trabalho dos Integrantes	R\$ 14,50
Aluguel de Estúdio de Televisão p/ dia	R\$ 800
Compra de Equipamentos	R\$ 35000
Aluguel de Equipamentos p/ dia	R\$ 1800

⁵ O termo foi utilizado com base na média de bolsa estágio que foi de R\$ 1002 no último levantamento em 2017. Mais informações em: <<https://g1.globo.com/economia/concursos-e-emprego/noticia/media-da-bolsa-auxilio-para-estagio-foi-de-r-1002-em-2017-veja-ranking-de-cursos-com-os-maiores-valores.ghtml>>

Cenografia Utilizada	R\$ 3130
Cenografia Desejada	R\$ 6380

Fonte: A autora.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A televisão existe no Brasil desde os anos de 1950 e tem sido um dos principais meios de comunicação com a população. Pensar em produzir um programa de televisão é pensar em toda trajetória que a televisão já passou até o presente momento. Conforme visto neste trabalho, a televisão aberta sofre várias críticas de conteúdo por parte do público jovem. Os gostos por conteúdos mudaram e é preciso acompanhar essa mudança. Os fãs e simpatizantes de conteúdos *geek* e *nerd* crescem exponencialmente à medida do sucesso das novas tecnologias, dos jogos eletrônicos e do universo cinematográfico de quadrinhos.

A Primeira Igreja Batista de Curitiba detentora da Rede Super de Televisão em Curitiba preocupa-se em atingir cada vez mais públicos e “fazer Jesus conhecido” em todas as mídias. Por meio de sua televisão local e em parceria com os ministérios de jovens que a Igreja possui, este projeto configura-se em uma opção de entretenimento que pode captar e, ainda mais, se aproximar de um público que simpatiza com a cultura pop.

No entanto, depois da difusão por meio do teste de audiência, ficou evidente que esse programa de televisão está em fase embrionária e possui muitos pontos a melhorar. Além do mais, mesmo com a equipe formada, ficou evidenciado que o trabalho era maior do que todos poderiam cooperar. A equipe de estudantes trabalhou aos finais de semana e em dias úteis à noite, o que muitas vezes era cansativo. Sendo assim, foi perceptível que, para a produção de um programa de televisão, é necessário, além de um investimento financeiro alto como informado no orçamento, uma maior quantidade de recursos humanos.

Um dos pontos relevantes com o desenvolvimento deste projeto foi adquirir a capacidade de gerenciar projetos e equipes de trabalho. Durante a sequência de atividades muitas vezes houve divergências com os participantes da equipe no que diz respeito ao prazo para entrega de tarefas, o que foi resolvido de forma profissional. Mesmo com algumas dificuldades, o episódio piloto pôde ser produzido, gravado, editado e entregue dentro do prazo proposto.

Outro ponto importantíssimo foi percepção de que a televisão mudou consideravelmente desde 1950. Com o surgimento das plataformas de *streaming* e a produção de conteúdos transmidiáticos, os telespectadores estão mais exigentes em relação ao conteúdo. No presente ano, eles podem assistir em sua *smartTV* ou

em seu *smartphone*, *tablet*, e assim sucessivamente. Foi necessário então pensar em conteúdos que além de transmitidos para a televisão, pudessem conversar com outras mídias e tivessem uma linguagem que o público assimila-se, fazendo essa interação com a linguagem da internet. Sendo assim percebeu-se que hoje é um grande desafio produzir conteúdos para os jovens, e ainda é necessário um estudo mais aprofundado e mais testes para que esse programa consiga captar a atenção dos espectadores.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

A BÍBLIA. **O Encontro de Jesus com Nicodemos**. Tradução de João Ferreira Almeida. Rio de Janeiro: King Cross Publicações, 2008. 1110 p. Velho Testamento e Novo Testamento.

ADORNO, Theodor Wiesengrund; HORKHEIMER, Max. **A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas**. In:_____. Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985. p. 113-156.

ARONCHI DE SOUZA, José Carlos. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus Editorial, 2004.

BBC (2004). British Broadcast Corporation. **“Progress towards achieving digital switchover: a BBC report to the Government”**. BBC, Londres.

BICCA, Dillmann Nunes; CUNHA, Angela de Araujo; LIMA, Ana Paula; JAHNKE, Max da Silva Acuña; ESTEVES, Letícia. **Formas particulares de comunicação em blogs nerd/geek: expressões linguísticas relacionadas às produções das franquias Star Wars e Star Trek**. Acta Scientiarum. Language and Culture. 2014. Disponível em:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=307432548003>>. Acesso em: 29 de maio de 2018.

CANDIDO, E. C. R; GOMES, N. T. **Memes – uma linguagem lúdica**. In: Revista Philologus, Ano 21, nº 63. Rio de Janeiro: CiFEFiL, set/dez, 2015.

Cardoso OO. **Comunicação empresarial versus comunicação organizacional: novos desafios teóricos**. Rev Adm Pública 2006;46(6):1123-44.

CARDOSO, João Batista Freitas; SANTOS, Roberto Elísio dos; GOULART, Elias Estevão. **E Mutações da TV Brasileira: Inovações na Linguagem e na Tecnologia**. Revista FAMECOS/PUCRS. Porto Alegre: n. 17. p. 57-64. jul.2007. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/view/2273/1772/>>

DOMINGUES, Bernardo. **Linguagem religiosa e comunicação da fé cristã**. Revista Humanística e Teologia, 13 (1992), pp. 43-58.

DONDIS, D. **A Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 1991.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

JOST, François. **Seis lições sobre televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

KUNSCH, M. M. K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 1986.

KUNSCH, M. M. Krohling. **Comunicação organizacional: conceitos e dimensões dos estudos e das práticas**. In: MARCHIORI, Marlene. Faces da cultura e da comunicação organizacional. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2006, pp.167-190.

LIBANIO, João Batista. **Globalização na perspectiva da fé**. Em: Perspectiva Teológica, 35, Belo Horizonte: MG: CESCJ, pp 95-103. (p. 3)

MARCON, Paola. **A televisão no contexto de novas mídias: convergências e engajamento do público no MasterChef Brasil**. Em: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS. 2017

MIKLOS, Aline. **Blasfêmia e arte contemporânea: uma questão de método**. 2012. Disponível em: <<https://www.ifch.unicamp.br/ojs/index.php/proa/article/view/2352>> Acesso em 15 de maio de 2018.

MILLER, T. **A Televisão Acabou, a Televisão Virou Coisa do Passado, a Televisão Já Era**. In: FREIRE FILHO, J. (org.). A TV em Transição: Tendências de Programação no Brasil e no Mundo. Porto Alegre: Sulina, 2009, p. 09-25.

MISSIKA, Jean-Louis; WOLTON, Dominique. **Televisão: das origens ao multimedia e à interactividade**. Disponível em:

<http://www.fcsh.unl.pt/cadeiras/http/artigos/Televisao_das%20origens.pdf>

PAIM, Luciana. **Mudanças da Linguagem Televisiva com as Inovações Tecnológicas**. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE TELEVISÃO DIGITAL, 1., 2009, Bauru.

PASTOUREAU, Michael. **Dicionário das Cores do Nosso Tempo: Simbólica e Sociedade**. Lisboa: Ed. Estampa, 1997.

PERUZZO, C. **Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências**. 2005. *Comunicação & Sociedade*, v. 1, n. 38.

ROCHA, P. **Televisão e religião no mercado global: TV Record e Rede Vida**. In: REIMÃO, S. *Televisão na América Latina: 7 estudos*. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, p. 117-135, 2000.

_____. **Mídia e Religião: Canal Século XXI e Rede Família**. 2002. Trabalho apresentado no XXV Congresso Brasileiro da Comunicação. CD-ROM. Salvador: INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, set.

SANTOS, P. M. **O nerd virou cool: consumo, estilo de vida e identidade em uma cultura juvenil em ascensão**. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense, Niterói-RJ, 2014.

SANTOS, Suzy. **Uma Convergência Divergente: a centralidade da TV aberta no setor audiovisual brasileiro**. Tese de doutorado em Comunicação. Salvador: Universidade Federal da Bahia, 2004.

SANTOS, Suzy dos & CAPARELLI, Sérgio. **Crescei e multiplicai-vos: a explosão religiosa na televisão brasileira**. [s.d.]. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/4071>> Acesso em 05 maio 2018.

SILVA, Enildo Fernande de; SOUZA, Igor Ramady Lira de. **Dos Hackers Aos Nerds: Como um grupo outsider se torna estabelecido criando novos outsiders**. 2013. Monografia (Conclusão de curso) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Rio Grande do Norte.

VATICANO, 1963. **Decreto: Inter mirifica, Sobre los medios de comunicaci3n social**. Roma: 04 dez.03 fevereiro 2003 .

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande p3blico. Uma Teoria Cr3tica da Televis3o**. Ed. 3tica. 1996. S3o Paulo.

WEBGRAFIAS

BATISTA, Primeira Igreja. **Missão, Visão e Valores**. Disponível em: <<https://www.pibcuritiba.org.br/missao-visao-e-valores/>>. Acesso em 04 de abril de 2018.

CANALTECH. **Por que 25 de maio é o Dia do Orgulho Nerd?**. 2016. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/entretenimento/por-que-25-de-maio-e-o-dia-do-orgulho-nerd-67401/>> Acesso em 22 de maio de 2018.

DIGITAL, Olhar. **Você é um geek ou nerd? Quais são as diferenças entre os 2 termos?**. 2012. Disponível em: <<https://olhardigital.com.br/games-e-consoles/noticia/geeks-vs-nerds-voce-sabe-o-significado-de-cada-um/23578>>. Acesso em 18 de junho de 2018.

EBC. **19,71 milhões de domicílios no país têm TV por assinatura**. 2015. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/noticias/economia/2015/03/anatel-registra-1971-mihoes-de-domicilios-com-servicos-de-tv-por>>. Acesso em 04 de abril de 2018.

G1. **Bill Gates é o mais rico na lista Forbes de bilionários da tecnologia**. 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/negocios/noticia/2015/08/bill-gates-e-o-mais-rico-na-lista-forbes-de-bilionarios-da-tecnologia.html>>. Acesso em 24 de maio de 2018.

G1. **TV é o meio preferido de 63% dos brasileiros para se informar, e internet de 26%, diz pesquisa**. 2017. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/tv-e-o-meio-preferido-por-63-dos-brasileiros-para-se-informar-e-internet-por-26-diz-pesquisa.ghtml>>. Acesso em 04 de abril de 2018.
GEEK, Parábolas. Disponível em: <<https://www.parabolasgeek.com/>> Acesso em 29 de maio de 2018.

GLOBO, Editora. **O poderoso mercado nerd**. Pequenas Empresas & Grandes Negócios. Rio de Janeiro: Fevereiro, 2010. Disponível em: <<http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI120023-17171,00-O+PODEROSO+MERCADO+NERD.html>>. Acesso em 29 de maio de 2018.

GLOBO, Rede. **Zero1 estreia nas madrugadas de sábado para domingo, na TV Fronteira**. 2016. Disponível em: <<http://redeglobo.globo.com/sp/tvfronteira/noticia/2016/10/zero1-estreia-nas-madrugadas-de-sabado-para-domingo-na-tv-fronteira.html>>. Acesso em 24 de maio de 2018.

GSHOW. **Choque de Cultura entra de surpresa na grade da Globo e Web comemora.** Disponível em:

<<https://gshow.globo.com/programas/choque-de-cultura/noticia/choque-de-cultura-entra-de-surpresa-na-grade-da-globo-e-web-comemora.ghtml>> Acesso em 20 de outubro de 2018.

GOSPEL, Rede. Disponível em: <<https://www.redegospel.tv.br/>>. Acesso em 26 de março de 2018.

IBGE. **Censo de 2000.** 2001. Disponível em: <https://ww2.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2000/populacao/religiao_Censo2000.pdf>. Acesso em 01 de maio de 2018.

IG. **IBGE: pela 1ª vez, domicílios brasileiros têm mais TV e geladeira do que rádio. 2012.** Disponível em: <<http://ultimosegundo.ig.com.br/brasil/2012-04-27/ibge-pela-1-vez-domicilios-brasileiros-tem-mais-tv-e-geladeira-d.html>> Acesso em 15 de abril de 2018.

ISTO É. **O mundo nerd.** 2016. Disponível em: <https://istoe.com.br/362157_O+MUNDO+NERD/> Acesso em 01 de maio de 2018.

NEGÓCIOS, Época. **'Vingadores: Guerra Infinita' e o sucesso financeiro do Universo Cinematográfico Marvel.** 2018. Disponível em: <<https://epocanegocios.globo.com/Mundo/noticia/2018/04/vingadores-guerra-infinita-e-o-sucesso-financeiro-do-universo-cinematografico-marvel.html>> Acesso em 02 de junho de 2018.

NERD, Jovem. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/JovemNerd>>. Acesso em 29 de maio.

NERD, Jovem. **O Jovem Nerd é um dos YouTubers mais influentes da Internet brasileira, segundo a Ipsos.** 2017. Disponível em: <<https://jovemnerd.com.br/nerdbunker/o-jovem-nerd-e-um-dos-youtubers-mais-influentes-da-internet-brasileira-segundo-ipsos/>>. Acesso em 24 de maio de 2018.

NEWS, Globo. **Geeks e Nerds gastam quase R\$ 1.800 em brinquedos e games de última geração.** Rio de Janeiro: Novembro, 2013. Disponível em: <<http://globotv.globo.com/globo-news/jornal-das-dez/v/geeks-e-nerds-gastam-quase-r-1800-em-brinquedos-e-games-de-ultima-geracao/2961376/>>. Acesso em 27 de maio de 2018.

O GLOBO. **'Os dez mandamentos' se torna a maior bilheteria do cinema nacional.** 2016. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/filmes/os-dez-mandamentos-se-torna-maior-bilheteria-do-cinema-nacional-19067279>>. Acesso em 16 de junho de 2018.

OMELETE. Disponível em: <<http://omelete.uol.com.br/>> Acesso em 02 de junho de 2018.

OMELETE. **Star Wars: Episódio IV - Uma Nova Esperança (1977).** Disponível em: <<https://omelete.com.br/filmes/star-wars-episodio-iv-uma-nova-esperanca/>>. Acesso em 02 de junho de 2018.

PLAY, Globo. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/>> . Acesso em 29 de maio de 2018.

POVO, Gazeta do. **Curitiba, capital nerd? Parece que sim!**. 2018. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/cultura/curitiba-capital-nerd-parece-que-sim-1x72dlosqe3zrvcgj03b89rfz>>. Acesso em 20 de abril de 2018.

POVO, Gazeta do. **O Youtube e o Netflix vão substituir a TV tradicional?**. 2016. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/blogs/cinema-em-casa/o-youtube-e-o-netflix-va-substituir-a-tv-tradicional/>> Acesso em 01 de maio de 2018.

QUADRADOS, Bando de. Disponível em: <<https://www.youtube.com/channel/UCBHskmWYIJzR7Q-FcbwM4Gg>>. Acesso em 29 de maio de 2018.

QUADRADOS, Bando de. **5 Canais NERD Cristão no Youtube.** 2018. Disponível em: <<http://www.bandodequadrados.com/bdqnews/5-canais-nerd-cristo-no-youtube>>. Acesso em 05 de maio de 2018.

STYCER, Maurício. **Programação religiosa ocupa 21% da grade da TV aberta no Brasil, vê Ancine.** 2017. Disponível em: <<https://mauriciostycer.blogosfera.uol.com.br/2017/08/25/programacao-religiosa-ocupa-21-da-grade-da-tv-aberta-no-brasil-ve-ancine/>>. Acesso em 04 de abril de 2018.

SUPER, Rede. Disponível em <<https://www.pibcuritiba.org.br/rede-super/>>. Acesso em 02 de abril de 2018.

TECH, Canal. **Youtube já tem mais de 18 bilhão de usuários ativos por mês.**

Disponível em:

<<https://canaltech.com.br/redes-sociais/youtube-ja-tem-mais-de-18-bilhao-de-usuarios-ativos-por-mes-113174/>> Acesso em 20 de outubro de 2018.

TEMPO, Rede Novo. Disponível em: <<http://novotempo.com/tv/>>. Acesso em 26 de março de 2018.

TEOLOGIA, Dois Dedos de. Disponível em:

<<https://www.youtube.com/doisdedosdeteologia/>>. Acesso em 29 de maio de 2018.

UP, Super Cinema. **Uma conversa entre cinema e religião.** 2016. Disponível em: <<http://supercinemaup.com/uma-conversa-entre-cinema-e-religiao/>>. Acesso em 04 de abril de 2018.

VEJA. **Crise reduz assinantes de TV a Cabo. Veja opções de streaming.** Acesso em: 15 de outubro de 2018: <<https://veja.abril.com.br/economia/crise-reduz-assinantes-de-tv-a-cabo-veja-opcoes-de-streaming/>>

APÊNDICES

APÊNDICE A - A REDE SUPER DE TELEVISÃO EM CURITIBA

A Rede Super de Televisão em Curitiba é uma afiliada da Rede Super de Televisão em Belo Horizonte, Minas Gerais. O canal se encontra na televisão aberta no endereço UHF 31.1 da televisão digital e 331 da atual Vivo TV. A rede de televisão pertence a Primeira Igreja Batista de Curitiba e é localizada na Rua Bento Viana, 1200, Batel, Curitiba, Paraná. O cobertura do canal de televisão abrange toda cidade de Curitiba e Região Metropolitana e a televisão existe desde 2014, quando fechou o contrato de afiliação com a Rede Super de Minas Gerais.

Programação Advinda de Belo Horizonte-MG

A programação que é retransmitida em Curitiba das 08h às 12h30 e das 20h às 23h45. Os programas advindos de Belo Horizonte são:

De Tudo um Pouco

O programa de variedades da Rede Super aborda temas atuais nas áreas de comportamento, meio ambiente, moda, responsabilidade social, saúde e bem-estar.

Fé

Apresentado pelo cantor e pastor André Valadão, o programa “Fé” leva ao telespectador muita música, mensagens e matérias exclusivas dos bastidores das turnês de André Valadão, apresentador.

Mente Aberta

Apresentado por Cássio Miranda, o programa traz temas variados e até polêmicos com o objetivo de levar o telespectador a pensar sobre o cristianismo e a sociedade.

Nunca É Tarde

“Nunca É Tarde” é um programa feito para dialogar com a juventude. Com apresentação de Lucinho Barreto, o programa mostra, diariamente, notícias contextualizadas à luz da Bíblia, em formato de crônica, além de casos de pessoas que já fizeram algum tipo de loucura por Jesus. No quadro “Loucos por Respostas”, Lucinho busca, na Bíblia, esclarecimento para algumas questões que intrigam as mentes dos jovens. As dúvidas podem ser enviadas para a produção do programa.

Sempre Feliz

A apresentadora Márcia Resende apresenta um programa com dicas de beleza, moda, saúde, culinária e muitos outros temas com o desafio de falar da Palavra de Deus.

Tio Uli e Os Bonecos

O apresentador Tio Uli divide o palco com 4 bonecos: Juja (uma coruja), Helô (uma gambá), Nestor (um furão) e um menino Benjamin. Tio Uli e Os Bonecos é um programa infantil de 30 minutos que passa de segunda a sexta-feira pela manhã.

Programas Produzidos pela Rede Super em Curitiba

Alta Tensão

O Alta tensão é um programa produzido pela juventude da PIB Curitiba, com tom jovem ele traz diversos quadros. O Caia na Real traz esquetes com muito humor e verdades sobre situações do dia a dia do Jovem. Mensagem: Um quadro que traz a palavra de Deus de uma maneira contextualizada e ilustrada para atingir seu coração.

Super Opinião

Um programa de entrevistas que trata do posicionamento cristão diante dos diversos temas e dilemas presentes na sociedade. Apresentado pelo ministro Albert Martins e com convidados diferentes a cada programa.

Turma de Primeira

Produzido pelo ministério infantil da PIB Curitiba, o Turma de Primeira é feito para crianças e ilustra histórias bíblicas de maneira lúdica e divertida, com quadros de teatro, artes, música e contação de história.

Boa Tarde Dr.

Através de uma análise médica e cristã, o Dr. Willian Feres discute com convidados de especialidades médicas temas relacionados a saúde física e espiritual que afetam nossa qualidade de vida.

Super Repórter

Programa jornalístico que visa cobrir os principais acontecimentos da cidade de Curitiba e Região Metropolitana, mantendo o público bem informado.

Escola de Líderes

Programa com conteúdos de liderança que entrevista líderes de empresas e líderes da sociedade para chegar a um conhecimento comum e aplicável.

APÊNDICE B - *BENCHMARKING*

Buscou-se estudar dois canais de televisão evangélicos que possuam programas além das transmissões de cultos. Durante a análise, não foi incluso programas de caráter evangelístico e/ou congregacional.

REDE GOSPEL

Rede Gospel de Televisão é uma rede de televisão brasileira sediada em São Paulo, capital do estado homônimo. De cunho evangélico, foi inaugurada Igreja Renascer em Cristo. A rede produz programação nacional e internacional desde dezembro de 1996 e pertence à Fundação Evangélica Trindade, mantida pela parceria com a Trinity Broadcasting Network, uma rede mundial de comunicação evangélica.

Programas

CEA de Profetas

O CEA de Profetas é uma teleaula da Rede Gospel de Televisão, que aborda estudos detalhados das Escrituras Sagradas, personagens bíblicos, história das civilizações, geografia e a cultura dos povos antigos.

REDE NOVO TEMPO

A Rede Novo Tempo de Comunicação ou RNTC é um conglomerado de mídia que pertence à Igreja Adventista do Sétimo Dia. Dentre as empresas pertencentes encontram-se a Rádio Novo Tempo, Gravadora Novo Tempo, TV Novo Tempo e Loja Novo Tempo. Antigamente sua sede ficava em Nova Friburgo, no estado do Rio de Janeiro. Hoje tem sede em Jacareí, no Vale do Paraíba, a leste de São Paulo.

Programas

Educação

Programa sobre as áreas do conhecimento história e geografia da Educação Cristã Adventista.

Origens

Programa sobre as mudanças climáticas e documentário sobre a origem da Terra.

Diário de Notícias

O telejornal da Rede Gospel de Televisão está no ar desde 2008. Traz, ao telespectador, aquilo que é notícia no cenário nacional e internacional. Destaque para a forte atuação em prestação de serviços e fiscalização do poder público nacional e regional.

Renascer Kids

Sob o comando do Professor Xuxu, da cantora Milana e de sua turma, a atração traz entrevistas, desenhos animados, muitas brincadeiras, além do conteúdo bíblico e educativo. Um programa 100% dedicado ao público infantil.

O2 TV

O programa aborda situações comuns aos jovens adultos, dos 18 aos 34 anos de idade.

De Bem com a Vida

O programa De Bem com a Vida tem seu espectro de audiência ampliado sendo uma revista eletrônica, ao tratar dos temas mais pertinentes e de interesse da mulher moderna e atual. Com uma abordagem ainda mais abrangente, com quadros interativos nas áreas de

Redação NT

Discutir os principais assuntos da semana de forma analítica e descontraída é a missão do time de apresentadores e jornalistas do programa Redação Novo Tempo.

Tia Cecéu

Tia Cecéu é um programa infantil que trabalha com artesanato e desenho infantil.

Conexão Jovem

É um programa destinado aos jovens da igreja, com entrevistas e bandas convidadas

Hiper Linkados

Programa que relaciona a linguagem nerd com a linguagem bíblica. É um programa de conversa de 30 minutos entre dois pastores. Existe a passagem de versículos bíblicos em telas independentes. Com linguagem jovem, com gírias e linguagem da internet, de fácil compreensão.

Feliz Sábado

Feliz Sábado é o programa que lhe convida a participar de um culto de recebimento do Sábado. De forma saúde, culinária, beleza, família, artesanato, educação dos filhos, entre

outros, o programa sempre trata os mais variados assuntos sob o prisma espiritual, dando voz também ao público que pode participar através das redes sociais.

Direito e Justiça em Foco

Apresentado pelo desembargador Laércio Laurelli, o programa, transmitido aborda assuntos do cotidiano, sob o ponto de vista jurídico, e sempre traz um convidado ilustre.

simples e descontraída, diversos cantores e apresentadores da Novo Tempo comandam o nosso culto entre amigos. A cada programa recebem novos convidados que se inscrevem para participar do programa, momento infantil com historinhas da bíblia contadas pela Tia Cecéu e uma mensagem especial sobre este dia do Sábado e a sua importância.

Saldo Extra

Responde dúvidas sobre como montar um negócio de sucesso, como sair das dívidas e etc.

Vida & Saúde

No programa Vida & Saúde apresenta receitas saudáveis e assuntos para uma boa saúde.

Caixa de Música

A apresentadora Glauce senta na caixa para assistir apresentações musicais.

Consultório de Família

O programa traz assuntos relevantes e polêmicos às famílias da igreja.

APÊNDICE C - QUESTIONÁRIO SEMIABERTO DE PESQUISA ONLINE

A pesquisa tem como público-alvo jovens de 20 a 35 anos que assistem ou já assistiram televisão da Região da Grande Curitiba.

Essa pesquisa tem como objetivo entender a opinião sobre a programação da televisão aberta da Grande Curitiba e as preferências dos jovens sobre os programas de televisão.

1.	Você assiste ou assistiu televisão nos últimos dois anos?
-----------	------------------------------------------------------------------

SIM	
2	Qual seu gênero?
a	Feminino
b	Masculino
c	Prefiro não responder
3	Qual a sua faixa etária?
a	Menos de 20 anos
b	de 20 a 25 anos
c	de 25 a 30 anos
d	de 30 a 35 anos
e	Acima de 35 anos
4	Porque você gosta de assistir televisão?
a	Resposta aberta
5	Você possui televisão por assinatura em casa?
a	Sim
b	Não
6	Quantos dias por semana você assiste ou assistia televisão?
a	1 a 2 dias
b	2 a 4 dias
c	5 ou mais

7	Quantas horas desses dias você passa ou passava ou passava assistindo televisão?
a	1 a 2 horas
b	2 a 4 horas
c	5 horas ou mais
8	Quais são seus tipos de programas preferidos?
a	Jornalísticos
b	Ficção (Novelas, Filmes e Séries)
c	Programas Infantis
d	Culinária
e	Programa de Entrevistas
f	Programas Religiosos
g	Casa, Família, Decoração e Jardinagem
h	Programas para Mulheres
i	Documentários
j	Programas de Aventuras e Descobertas
k	Programas Educativos
l	Programas do Governo Federal
m	Programas sobre Saúde
n	Outro. Qual?
9	Você assiste outros canais de entretenimento? Se sim, quais?
a	Netflix ou locadoras online
b	Youtube
c	Facebook, Instagram e outras redes sociais
d	Outro, qual?
e	Não assisto canais de entretenimento
10	O que você mais assiste nesses canais?
a	Vlog de Opinião
b	Conteúdo Jornalístico
c	Dicas de Beleza, Moda, Cabelo e Estética
d	Resenha sobre jogos, computadores, e novas tecnologias
e	Conteúdo Humorístico
f	Séries, Filmes e Documentários

g	Política
h	Outro. Qual?
i	Não assisto canais de entretenimento
11	Quantos dias por semana você assiste esse(s) canal(is)?
a	1 a 2 dias
b	2 a 4 dias
c	5 ou mais
d	Não assisto canais de entretenimento
12	Quantas horas por dia você passa ou passava assistindo esse(s) canal(is)?
a	1 a 2 horas
b	2 a 4 horas
c	5 horas ou mais
d	Não assisto canais de entretenimento
13	O que você acha da programação da televisão aberta brasileira hoje?
	Resposta aberta
14	Você gosta ou se identifica com a cultura nerd ou geek? (Exemplo: fã de computadores, jogos em geral, quadrinhos, "Filmes da Marvel", séries de televisão, animes, mangás, entre outros).
a	Sim
b	Não
15	Você é cristã (ão) ou simpatizante da fé cristã?
a	Sim
b	Não
16	O que você acha dos canais de televisão religiosos?
a	Gosto muito e assisto frequentemente
b	Indiferente
c	Não gosto do conteúdo de canais religiosos
d	Outro. Explique:

17	Está em fase embrionária um programa de televisão para televisão aberta que visa unir a cultura <i>geek</i> e novas tecnologias com conteúdo cristão. Esse programa também será disponibilizado em plataformas digitais. Você assistiria?
a	Sim
b	Não. Porquê?
18	Comentários e Sugestões.

NÃO	
2	Qual seu gênero?
a	Feminino
b	Masculino
c	Prefiro não responder
3	Qual a sua faixa etária?
a	Menos de 20 anos
b	de 20 a 25 anos
c	de 25 a 30 anos
d	de 30 a 35 anos
e	Acima de 35 anos
4	Porque você não assiste televisão?
a	Resposta aberta
5	Você assiste outros canais de entretenimento? Se sim, quais?
a	Netflix e/ou locadoras online
b	Youtube e/ou canais de vídeos
c	Facebook, Instagram e outras redes sociais
d	Outro, qual?
e	Não assisto canais de entretenimento
6	O que você mais assiste nesses canais?
a	Vlog de Opinião
b	Conteúdo Jornalístico
c	Dicas de Beleza, Moda, Cabelo e Estética
d	Resenha sobre jogos, computadores, e novas tecnologias

e	Conteúdo Humorístico
f	Séries, Filmes e Documentários
g	Política
h	Outro. Qual?
i	Não assisto canais de entretenimento
7 Quantos dias por semana você assiste esse(s) canal(is)?	
a	1 a 2 dias
b	2 a 4 dias
c	5 ou mais
d	Não assisto canais de entretenimento
8 Quantas horas por dia você passa ou passava assistindo esse(s) canal(is)?	
a	1 a 2 horas
b	2 a 4 horas
c	5 horas ou mais
d	Não assisto canais de entretenimento
9 O que você acha da programação da televisão aberta brasileira hoje?	
a	Resposta aberta
10 Você gosta ou se identifica com a cultura nerd ou geek? (Exemplo: fã de computadores, jogos em geral, quadrinhos, "Filmes da Marvel", séries de televisão, animes, mangás, entre outros).	
a	Sim
b	Não
11 Você é cristã (ão) ou simpatizante da fé cristã?	
a	Sim
b	Não
12 O que você acha dos canais de televisão religiosos?	
a	Gosto muito e assisto frequentemente
b	Indiferente
c	Não gosto do conteúdo de canais religiosos
d	Outro. Explique:

13	Está em fase embrionária um programa de televisão para televisão aberta que visa unir a cultura <i>geek</i> e novas tecnologias com conteúdo cristão. Esse programa também será disponibilizado em plataformas digitais. Você assistiria?
a	Sim
b	Não. Porquê?
14	Comentários e Sugestões.

APÊNDICE D - RESPOSTAS E ANÁLISE

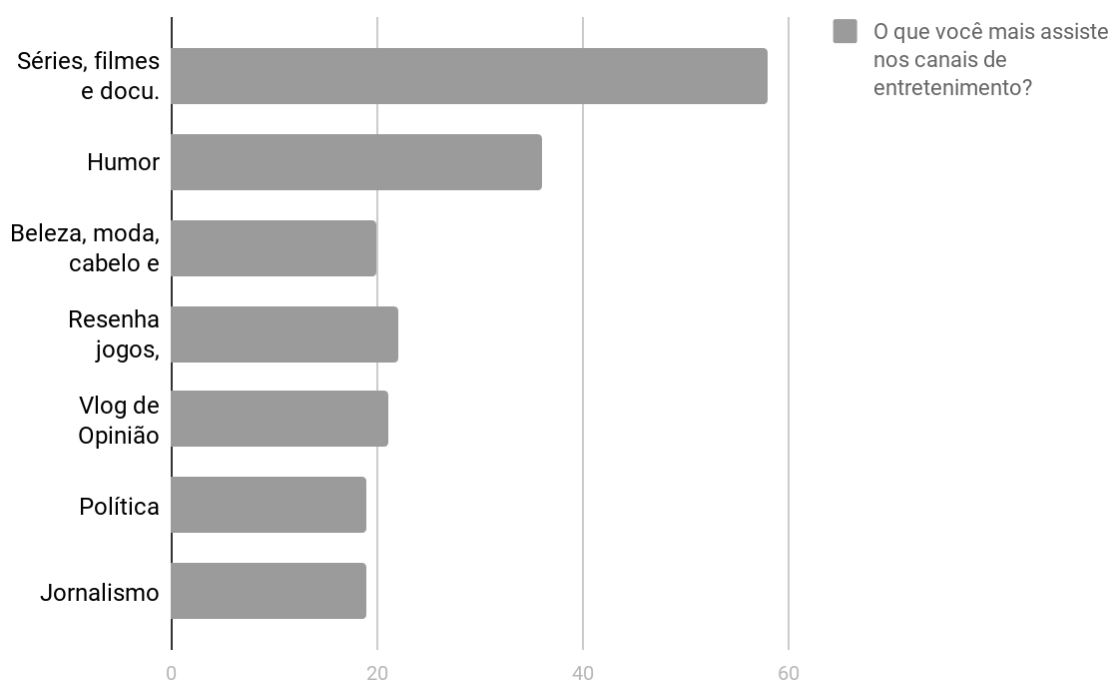
Por que você não assiste televisão?

3 respostas

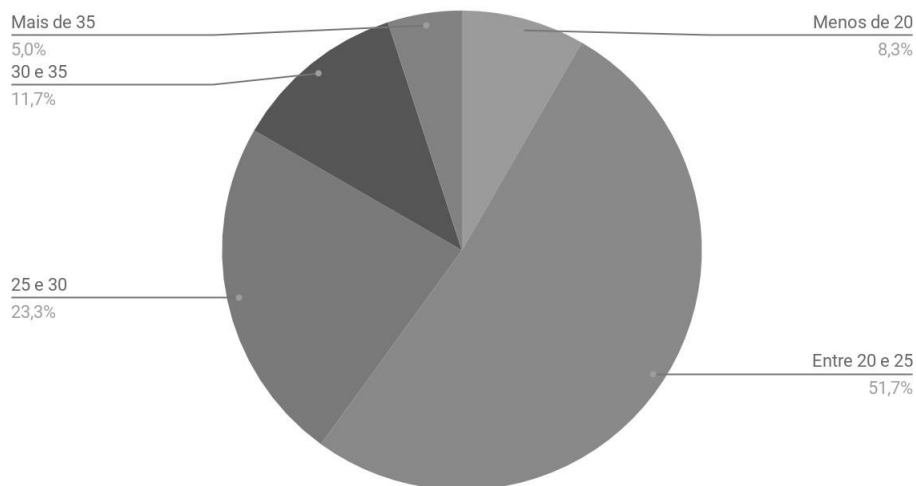
Tv aberta com péssima programação. Documentários e séries e filmes online são sempre sob demanda 😊

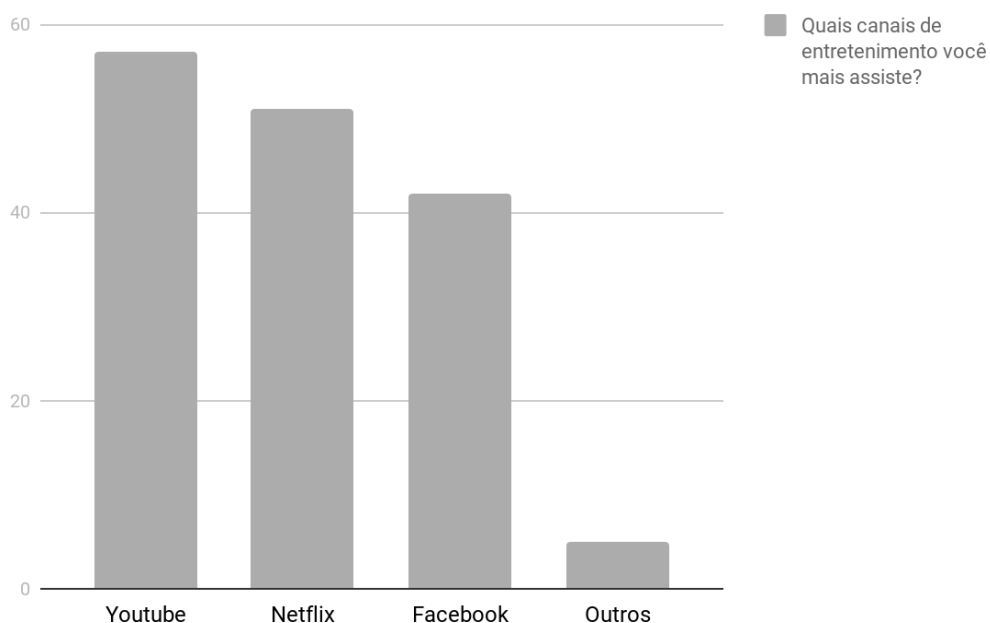
Com a internet eu posso ver o que eu quero na hora que eu quero sem depender da programação empurrada por minha guela

não gosto do conteúdo



Idade





Por que você gosta de assistir televisão?

Para relaxar

Para distrair uma vez ou outra

Não gosto de assistir porque não me interessa pela maioria dos programas; são voltados para outra faixa demográfica, normalmente. Se algum programa me interessa normalmente o assisto pela internet.

Pra descansar a mente e me entreter

Não gosto, assisto junto com a família às vezes por costume

Por causa de alguns programas específicos que passam na TV por assinatura

Porque proporciona um tempo de distração.

informações sobre aquilo que gosto

Dependendo do programa tem algo a agregar ao conhecimento

Alguns conteúdos me chamam a atenção

Entretenimento

Distração

Porque me faz me sentir bem

É uma boa distração

Prefiro youtube... Não gosto de televisão

Por conta do entretenimento e informação

Eu não sei nem se eu de fato gosto, ou se assisto por hábito. Como minha família sempre assistiu, eu também assisto. Mas eu não busco informações sobre a atualidade na televisão, sempre que paro assistir é algum entretenimento.

Para ver comentaristas sobre economia, política e esportes. Também filmes e seriados.
Não gosto. Assisto apenas para me distrair durante as refeições.
Passar tempo
Esquecer os problemas dessa vida triste e dolorosa
Porque é cômodo.
entretenimento, pra passar o tempo, pra ver as notícias
Gosto desse tempo. "Bem" manobrado dá pra tirar uma folga com o entretenimento.
Como forma de entreterimento, e estar por dentro dos acontecimentos mundiais.
Para saber o que acontece no nosso país e cidade e entretenimento
Divertimento e informações
Para distrair
Pq me dá prazer e às vezes assisto para passar o tempo
Na verdade eu não gosto muito de assistir televisão, eu tenho uma TV para assistir YouTube e Netflix. QUANDO acesso a televisão é apenas para assistir qualquer coisa sem compromisso.

O que você acha da programação da televisão aberta brasileira hoje?
Não é perfeita, não tem tantas opções, mas nos últimos anos tem se diversificado bastante e esta trazendo programas originais mais interessantes e abordando temas diferentes
Honestamente, um lixo
Altíssima qualidade de programação voltada aos públicos BCD.
Não assisto mais a programação da televisão aberta brasileira
Desatualizada e pretenciosa
Um pouco "chulo" mas tem suas qualidades.
Uma porcaria
Não encaixa com meus gostos
Ruim
A maior parte do conteúdo é ruim.
rasa, forte apelo sexual
Não acredito que agregue valores e princípios necessários para um bom desenvolvimento da sociedade

Muito tendenciosa e sensacionalista
Meio de influência e formação de opinião para a população
Sem uma opinião
Nada a declarar
Acredito ser uma programação tendenciosa e pouco diversificada.
Programas medíocres e pobres em conteúdo
Irrelevante e "empurrada". Não é sob a minha demanda.
Muito ruim
Ruim na grande maioria
Muito tendenciosa e nem um pouco "neutra" na escolha tanto de informações apresentadas nos telejornais, quanto nos temas dos demais programas.
Muito ruim, tem má qualidade de produção e reproduz apenas o lixo da cultura nacional.
Apenas os jornais são relevantes.
ruim
Boa, mas poderia melhorar
É muito limitada a um público que não existe mais na sociedade atual.
Ruim na maior parte do tempo, não contribui com a formação intelectual do cidadão.
Péssima. Com pequenas ressalvas.
gosto do SBT
Não tenho tido muita oportunidade de assistir tv. Mas creio que "a tv" tem procurado se adequar as necessidades das novas gerações. Mesmo assim sinto falta da tv da minha época.
Superficial, teatral.
A tv aberta, é meio chata, pois só passa as mesmas novelas, filmes e jornais , e ao longo do dia se repete a informação a noite, não gosto de telefone jornais. Que repetem a informação em todos os canais abertos.
Ruim
Muito ruim
Com pouco conteúdo
Muito ruim
Péssima
Desde que instalei a Televisão a cabo nunca mais assisti. Creio que continua a mesma coisa que era antes. Não se renovam. Clichê. Limitado.

Poucos programas que realmente valem a pena
Qualitativamente pobre
Briga por audiência com os mesmos formatos. Auditório, jogos, vida dos outros
desatualizada
Sem qualidade alguma
bunda mole
É uma programação engessada e de poucas opções
um horror
Não assisto então não posso comentar
Legal
É ruim
Não tem conteúdo nenhum.
Descartáveis
SBT até vai só q a Globo é horrível
Péssima. Atualmente quem assiste televisão aberta ou é idoso ou baixa renda com televisão de tubo.
Conteúdo vazio, propagação de odio em sua maioria, porém ainda hoje assisto a tv cultura, onde ao meu ver existe conteúdos bons
Precária
Fraca em relação ao que o público busca
Direcionada ao público médio, conteúdo ralo e reciclado.

Comentários e Sugestões para o Programa de TV.

Não se pode perder o temor ao discutir entretenimento. Há diversas coisas interessantes dentro do mundo geek que trazem consigo uma ideologia totalmente contrária aos mandamentos cristãos, e isso deve ser notado ao se falar do Reino. Não se pode agradar a Deus e ao mundo, jamais se esqueçam disso.

Reality ahahaha

Eu tenho uma posição mais conservadora quanto à religião e evito unir muito com cultura popular em geral

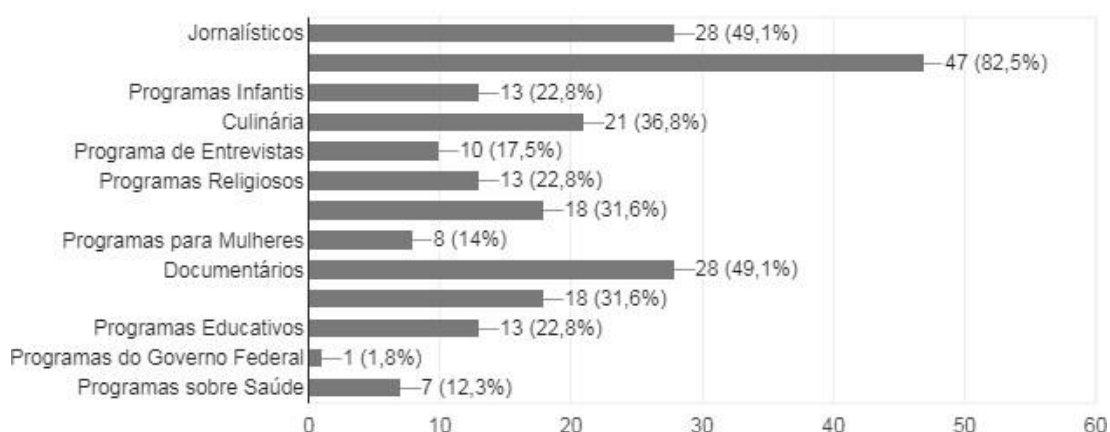
Busquem facilitar a linguagem para que todos compreendam os termos das tecnologias, do mundo geek e das religiões cristãs.

Introduzir os ensinamentos e princípios cristãos de maneira diferente, demonstrando o real sentido do amor de Jesus

Animes
Mostrar onde se encaixa a cultura geek no meio cristão
Que seja transmitido a noite pra eu poder assistir!!!
Não falem de denominações ou apenas opiniões pessoais, falem de Bíblia
Seja feito por jovens
Que englobe toda a cultura geek (quadrinhos,RPG, tendências digitais)
Que não filtre os itens pois não compactuar em com alguns aspectos da fé, mais procure explicar os motivos. Garantindo que não criará nenhum Frankstein da cultura geek.
Valorizar o mercado brasileiro (como quadrinistas,criadores de jogos)
Não se limitar em apenas evangelizar através da cultura geek.
E não procurar demonizar tudo que encontra dentro do mundo geek, prática comum na década de 2000
Colocar o ator Luke Mewes como protagonista.
Adorei! Vou amar assistir já que é tão difícil encontrar um conteúdo geek que seja adequado para Cristãos!
envolver a audiência de alguma forma, seja por participações online durante ou antes do programa ir ao ar
Não perder o foco por audiência.
Conteúdo interativo, promovendo a cultura e o conhecimento, visando sempre novas descobertas científicas, ou de novos lugares para seus telespectadores

Quais são seus tipos de programas preferidos?

57 respostas



Legenda Restante:

47 (82,5%) - Novelas, Filmes e Séries

18 (31,6%) - Casa, Família, Decoração e Jardinagem

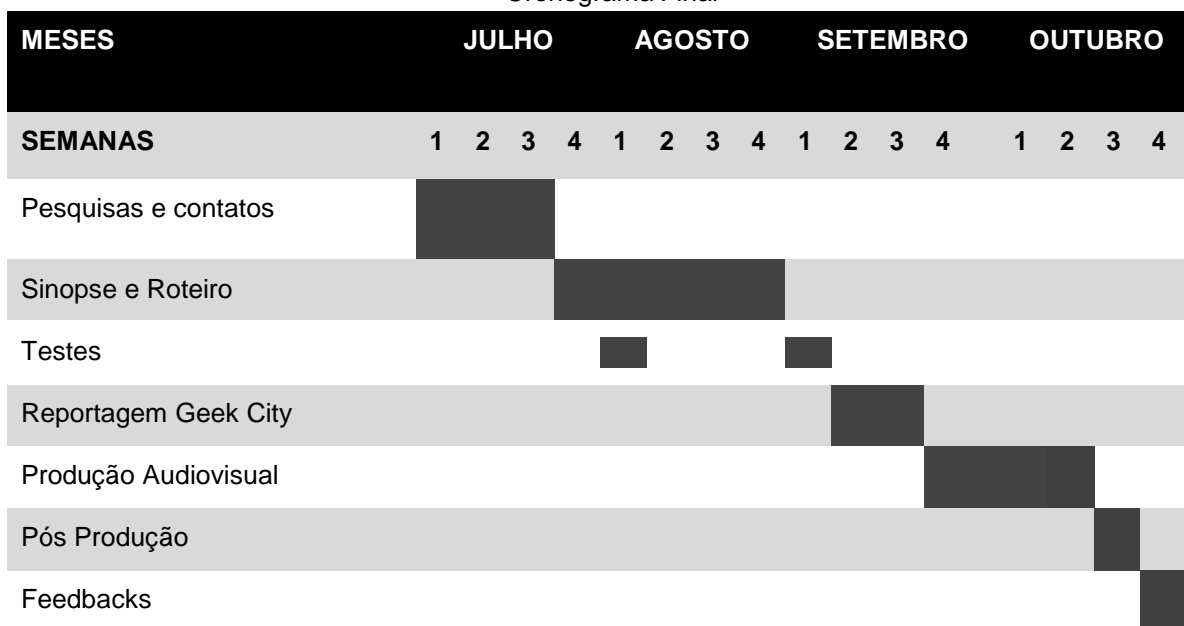
18 (31,6%) - Programas de Aventuras e Descoberta

Assistiram televisão nos últimos dois anos?		
	Sim	Não
	53	6
90% tinha assistido televisão nos últimos dois anos		
Público		
	Feminino	Masculino
	33	27
88% do público entrevistado estava dentro da faixa etária da pesquisa		
58% dos entrevistados possuía televisão por assinatura em casa, contra 42% dos que não possuíam		
42% diz assistir televisão de 1 a 2 dias por semana, e os outros 58% assiste de 2 dias ou mais		
40 (70%) pessoas afirmaram assistir apenas de 1 a 2 horas por semana		
Os programas de televisão preferidos pelos entrevistados foram, por ordem de preferência, novelas, filmes e séries, jornais e programas de notícias e documentários.		
65% dos entrevistados assistiam mais que 5 dias por semana esses conteúdos		
50% dos entrevistados passa de 1 a 2 horas assistindo esses conteúdos.		
A outra metade passa mais que duas horas no dia que assiste nessas plataformas		
Cristão	é nerd?	
Sim	Não	
29	11	
De 40 entrevistados dos grupos cristãos, 73% diz se identificar ou gostar da cultura nerd ou geek		
Quase metade dos entrevistados dos grupos nerds eram cristãos ou simpatizantes da fé cristã		

Assistiriam o programa?		
Sim	Não	
37	22	
63% dos entrevistados respondeu que assistiria o programa proposto neste trabalho		
Sendo que a resposta foi positiva em 26% nos grupos nerds e 80% positiva nos grupos cristãos.		

APÊNDICE E - CRONOGRAMAS

Cronograma Final



Cronograma Inicial



APÊNDICE F - ROTEIRO FINAL

ÁUDIO

1. LUKE: OLÁ VOCÊS QUE ESTÃO NOS ASSISTINDO NA REDE SUPER DE CURITIBA, SEJAM MUITO BEM VINDOS AO PRIMEIRO EPISÓDIO DO PROGRAMA UNIVERSO 316, MEU NOME É LUKE//
2. GABRIEL: E O MEU É GABRIEL E NESTE PROGRAMA IREMOS ABORDAR ASSUNTOS DO UNIVERSO CRISTÃO DENTRO DO VASTO MULTIVERSO GEEK.//
3. LUKE: E O NO PROGRAMA DE HOJE IREMOS FALAR SOBRE UM ASSUNTO QUE INTERESSA A VIDA DE TODOS: O TEMPO.// É ISSO MESMO GABRIEL?//
4. GABRIEL: ISSO MESMO MEU CARO PADAWAN, QUANTAS VEZES VOCÊ SE PERGUNTOU COMO SERIA VOLTAR NO TEMPO,// É CLARO SE ISSO FOSSE POSSÍVEL,// SERÁ QUE SERIA COM SE ESTIVÉSSEMOS USANDO O VIRA-TEMPO DA HERMIONE OU A JOIA DO TEMPO DO DOUTOR ESTRANHO?//
5. LUKE: O QUE SERÁ QUE A BÍBLIA TEM A NOS DIZER SOBRE O TEMPO?// ENTÃO RECARREGUE SUA MANA, EXAMINE TODAS AS COISAS, RETENHA APENAS O QUE É BOM E SEJA BEM VINDO AO UNIVERSO 316.//
6. ***** VINHETA
7. LUKE: O TEMPO!// O TEMPO NADA MAIS É QUE UMA MEDIDA DE UNIDADE CONVENCIONADA POR GRANDES CIENTISTAS, MAS PARA QUE SERVE ISSO MESMO?
8. GABRIEL: OLHA LUKE EU NÃO SEI QUANTO A VOCÊ, PORÉM EU DETESTO ACORDAR ATRASADO PARA IR AO TRABALHO.// MAS VOCÊ JÁ PAROU PARA PENSAR PORQUÊ DE QUE EM UM MOMENTO BOM PASSAR RÁPIDO E UM MOMENTO RUIM PASSAR TÃO LENTAMENTE?//
9. GABRIEL: ESSA EXPLICAÇÃO ESTÁ ASSOCIADA EM COMO O NOSSO CÉREBRO PROCESSA CADA INFORMAÇÃO.// / PENSA ASSIM LUKE,// QUANDO VOCÊ ESTÁ MARATONANDO AQUELA SUA SÉRIE FAVORITA DA NETFLIX, E COMEÇA AS 09 DA MANHÃ DE SÁBADO, VOCÊ ESTÁ TÃO CONCENTRADO QUE ESQUECE O MUNDO A SUA VOLTA,// QUEM FAZ QUE ISSO ACONTEÇA É TEU CÉREBRO, DESLIGANDO OUTRAS ATIVIDADES, QUANDO VOCÊ VÊ JÁ SÃO ONZE DA NOITE.//

10. LUKE: QUE LOUCO GABRIEL!// MAS OLHANDO POR ESSE LADO NOS SABOTAMOS EM ATIVIDADES QUE SÃO PRAZEROSAS, NÃO É MESMO?// DIZ AÍ QUANTO TEMPO VOCÊ GASTA VENDENDO SUAS REDES SOCIAIS? O QUE VOCÊ ACHA SOBRE PROCRASTINAR SUAS ATIVIDADES?//
11. GABRIEL: BEM LUKE EU GASTO BEM MAIS TEMPO DO QUE EU DEVERIA.// VOCÊ NUNCA VIU AQUELA FRASE "NUNCA DEIXE PARA AMANHÃ O QUE VOCÊ PODE FAZER HOJE"?//
12. LUKE: ÀS VEZES EU COSTUMO DEIXAR PRA AMANHÃ POR FALTA DE TEMPO.//
13. GABRIEL: POIS BEM UMA DAS COISAS QUE DEVEMOS FAZER É A AUTO-ANÁLISE SOBRE QUANTO TEMPO A GENTE GASTA EM COISAS SUPÉRFULAS (COMO WHATSAPP, FACEBOOK, INSTAGRAM).// ISSO TOMA NOSSO TEMPO PRECIOSO DE MOMENTOS QUE PODERÍAMOS TER COM A NOSSA FAMÍLIA E COM DEUS, POR EXEMPLO.//
14. LUKE: VERDADE!// EU ME LEMBREI DE UMA PESQUISA PUBLICADA PELA "2018 GLOBAL DIGITAL" QUE O NOSSO PAÍS ESTÁ ENTRE OS TRÊS PAÍSES DO MUNDO COM MÉDIA SUPERIOR A 8 HORAS POR DIA DE NAVEGAÇÃO NA INTERNET!// DÁ PRA ACREDITAR?//
15. GABRIEL: POIS É LUKE, É UMA TRISTE REALIDADE NO NOSSO MUNDO MODERNO.// PORÉM NOSSA DICA TECNOLÓGICA PARA AO MENOS CONTROLAR ESSA PROCRASTINAÇÃO EXAGERADA, É REGRA POMODORO.// VOCÊ CONHECE LUKE?
16. LUKE: NUNCA OUVI FALAR.// EXPLICA PRA GENTE GABRIEL.//
17. GABRIEL: ENTÃO É UMA TÉCNICA DE PRODUTIVIDADE UTILIZADA EM GRANDES EMPRESAS, FUNCIONA ASSIM TU MONITORA SUAS ATIVIDADES A CADA 1 HORA, E FAZ PEQUENAS PAUSAS DE 15 MIN, PARA VOCÊ NÃO CHUTAR E PERDER O DIA.// ALIADO A OUTROS APLICATIVOS DE GERENCIAMENTO DE TAREFAS SERÁ UM GRANDE POUPADOR DE TEMPO!// EXISTEM MUITOS APPS NO MERCADO QUE CONTRIBUEM PARA O PLANEJAMENTO,// ENTÃO ESCOLHA O QUE VOCÊ SE ADAPTA MELHOR, POR EXEMPLO O TRELLO...//
18. LUKE: AH AGORA SEI DO QUE VOCÊ ESTÁ FALANDO!// SÃO AQUELES APLICATIVOS DE CONTROLE DE TAREFAS NÉ?//
19. GABRIEL: SIM, EXATO.//
20. LUKE: AGORA NÓS VAMOS PARA UM BREVE INTERVALO.// NÃO SAIA DAÍ, POIS NO PRÓXIMO BLOCO CONTINUAREMOS ANALISANDO SOBRE O TEMPO E COMO ISSO FOI RETRATADO NO ÚLTIMO LANÇAMENTO DA

MARVEL, O HOMEM FORMIGA E A VESPA.//

21. GABRIEL: TAMBÉM IREMOS MOSTRAR A NOSSA COBERTURA DA SEGUNDA EDIÇÃO DA GEEK CITY, É ISSO MESMO!!! ALÉM DISSO TEREMOS UM CONVIDADO MUITO ESPECIAL QUE NOS AJUDARÁ NESSE TEMA.//

***** INTERVALO

22. LUKE: NO PROGRAMA DE HOJE CONVIDAMOS O PR. PASTOR XXXX, DA XXXX// BOA NOITE PASTOR, OBRIGADO POR ACEITAR O CONVITE.//

23. PASTOR: BOA NOITE PESSOAL.// OBRIGADO VOCÊS.//

24. GABRIEL: PASTOR, LUKE, VOCÊS ASSISTIRAM O ÚLTIMO FILME DA MARVEL, O HOMEM FORMIGA E A VESPA?//

25. PASTOR: ASSISTI, GOSTEI BASTANTE DO FILME.//

26. LUKE: EU TAMBÉM ASSISTI, ACHEI INTERESSANTE COMO ELES CONSEGUIRAM MANTER O TOM DO PRIMEIRO FILME COM ESTA SEQUÊNCIA E VOCÊ GABRIEL, O QUE ACHOU?

27. GABRIEL: CARA EU ACHEI MUITO LEGAL, ATÉ PELO FATO QUE ELES CONSEGUIRAM RESOLVER ALGUMAS COISAS QUE FORAM DEIXADAS EM BRANCO, TIPO PORQUE O HOMEM FORMIGA NÃO PARTICIPOU DE GUERRA INFINITA?// O FILME TAMBÉM ESTÁ MAIS BEM ENCAIXADO QUE O PRIMEIRO, POIS DESTA VEZ NÃO TIVEMOS A SAÍDA DO DIRETOR NO MEIO DO FILME, COMO FOI O CASO DO EDGAR WRIGHT.// PODEMOS VER NO TRAILER QUE ESTÁ PASSANDO QUE LEMBRA MUITO AQUELES FILMES DE SESSÃO DA TARDE.//

28. PASTOR: POXA VERDADE MESMO GABRIEL, EU ME LEMBRO DA MINHA ÉPOCA DE GOONIES E BATUTINHAS.//

29. GABRIEL: ELES CONSEGUIRAM MELHORAR OS EFEITOS E AS CENAS DE AÇÃO, MELHORANDO TAMBÉM UM POUCO A NARRATIVA,// AS PIADAS ESTÃO BEM DOSADAS, MESMO TENDO ALGUMAS REPETIÇÕES DO PRIMEIRO FILME, MAS ELAS ENCAIXAM PERFEITAMENTE NO ENREDO E NÃO COMPROMETEM A HISTÓRIA.//

30. LUKE: REALMENTE.// A HISTÓRIA DESSE SEGUNDO FILME É CONTINUAÇÃO DO FILME GUERRA CIVIL, E SE DÁ NO MESMO TEMPO QUE O GUERRA INFINITA,// A NARRATIVA É FECHADA NA HISTÓRIA DO HOMEM-FORMIGA, NÃO TEMOS NENHUM VINGADOR DESSA VEZ.//

31. GABRIEL: RESUMINDO UM POUCO A HISTÓRIA VEMOS UM POUCO

MAIS DO REINO QUÂNTICO, E COMO ELES IRÃO CHEGAR LÁ PARA SALVAR A MULHER DO DR.HANK PYM, A CIENTISTA JANET VAN DYNE QUE ESTÁ PERDIDA LÁ HÁ 30 ANOS.// (CURIOSIDADE: NOS QUADRINHOS A VESPA ORIGINAL É UMA DAS FUNDADORAS DOS VINGADORES)//

32. LUKE: CARACA GABRIEL, NÃO SABIA DESSA CURIOSIDADE, MAS O QUE FILME E O REINO QUÂNTICO TEM HAVER COM O NOSSO TEMA DE HOJE(TEMPO)

33. GABRIEL: ENTÃO LUKE, O FILME DEIXA ALGUMAS PONTAS SOLTAS, E PODEMOS VER QUE (ALERTA DE SPOILER) QUANDO A JANET VOLTA PARA O MUNDO NORMAL, ELA NÃO ENVELHECE QUASE NADA,// TEMOS UMA CENA MUITO LEGAL DELA SALVANDO A FANTASMA, A ANTI-HEROÍNA DESSE FILME E PODEMOS COMO A JANET ABSORVEU ALGUMAS COISAS DO REINO QUÂNTICO. //

34. GABRIEL: MAS CHEGA DE FALAR O QUE EU ACHEI DO FILME, NÓS COBRIMOS A 2 EDIÇÃO DA GEEK CITY E PERGUNTAMOS PARA O PESSOAL QUE ASSISTIU O QUE ELES ACHARAM DO FILME TAMBÉM.// CONFIRA AGORA A REPORTAGEM DA ISABELLE ALMEIDA.//

***REPORTAGEM GEEK CITY

COMENTÁRIOS SOBRE A REPORTAGEM (RISADAS E ETC)

35. LUKE: AGORA VAMOS PARA O ÚLTIMO INTERVALO.// NÃO SAIA DAÍ, QUE DAQUI A POUCO VAMOS RESPONDER OS COMENTÁRIOS QUE VOCÊS ENVIARAM.//

***INTERVALO

36. GABRIEL: ENTÃO GALERA, PERGUNTAMOS NO NOSSO FACEBOOK SE O SEU PERSONAGEM FAVORITO PUDESSE VOLTAR NO TEMPO, O QUE ELE FARIA?// CONFIRA AGORA AS RESPOSTAS: O ALLAN RODRIGUES COMENTOU: PÔ, NÃO TENHO UM PERSONAGEM FAVORITO... MAS UM DELES PASSOU A TRILOGIA INTEIRA VOLTANDO NO TEMPO. MARTY MCFLY FEZ OQ TODO MUNDO FARIA...// A CRISTINA ALVES COMENTOU: JESUS NÃO FARIA NADA DIFERENTE... E ELE PODE VOLTAR NO TEMPO QUERIDOS AMIGOS.// A MILLENA CARVALHO COMENTOU TAMBÉM: EU TENHO UMA TEORIA QUE NA VERDADE ELIAS É JOÃO BATISTA VOLTANDO NO TEMPO. HASHTAG REFLITÃO.//

37. LUKE: HAHHAHA. ENTÃO PASTOR, O QUE BÍBLIA DIZ A RESPEITO DO TEMPO E COMO PODEMOS RELACIONAR A ESSE FILME?

38. PASTOR: LUKE, GABRIEL, ANTES DE MAIS NADA VAMOS DEFINIR O QUE É TEMPO.// KAIRÓS (EM GREGO ΚΑΙΡΟΣ) É UMA PALAVRA GREGA

QUE SIGNIFICA “O MOMENTO OPORTUNO”, “CERTO” OU “SUPREMO”. // NA FILOSOFIA E NA MITOLOGIA KAIRÓS TEM O MESMO SENTIDO QUE AEVUM, QUE SIGNIFICA “ETERNIDADE”//

NA TEOLOGIA CRISTÃ O TERMO KAIRÓS DESCREVE “O TEMPO DE DEUS”, QUE NÃO PODE SER MEDIDO, OU SEJA, KAIRÓS DESCREVE ETERNIDADE, POIS “PARA O SENHOR UM DIA É COMO MIL ANOS E MIL ANOS COMO UM DIA.”// NESSE MESMO SENTIDO, KAIRÓS E AEVUM PASSAM A SER ATRIBUTOS DO DEUS ÚNICO, RECOLHENDO IDEIAS PRECEDENTES DA FILOSOFIA CLÁSSICA GREGA.//

39. GABRIEL: MAS TAMBÉM TEM O TEMPO CHRONOS, CORRETO?

40. PASTOR: SIM, CORRETO!// POR OUTRO LADO, CHRONOS (EM GREGO ΧΡΟΝΟΣ), SIGNIFICA ‘TEMPO’, OU SEJA, O “TEMPO CRONOLÓGICO” OU “TEMPO SEQÜENCIAL”, O “TEMPO QUE SE MEDE”//

ENQUANTO KAIRÓS É USADO NA TEOLOGIA PARA DESCREVER A FORMA QUALITATIVA DO TEMPO, COMO O “TEMPO DE DEUS”, KHONOS É UTILIZADO PARA EXPRESSAR A NATUREZA QUANTITATIVA, O “TEMPO DOS HOMENS” MEDIDO EM ANOS, DIAS, HORAS E SUAS DIVISÕES.//

41. LUKE: ENTÃO CONCLUÍMOS QUE UM DIA HUMANO NÃO É IGUAL A UM DIA PRA DEUS, NÃO É ISSO?

42. PASTOR: EXATO LUKE, O TEMPO DOS HOMENS É MEDIDO EM PRESENTE, PASSADO E FUTURO, OU SEJA, A CRONOLOGIA HUMANA,// MAS PARA DEUS NÃO EXISTE PASSADO, PRESENTE OU FUTURO, POIS, ELE NÃO ESTÁ PRESO AO TEMPO.//

43. LUKE: ENTÃO SE FOSSEMOS COMPARAR ONDE DEUS HABITA SERIA UMA ESPÉCIE DE REINO QUÂNTICO.// ISSO GABRIEL?//

44. GABRIEL: É MAIS OU MENOS ISSO.// PASTOR EU TAMBÉM LEMBRO DAQUELE FILME ANTIGO, A MÁQUINA DO TEMPO, ONDE CARA SE MOVE PARA O PASSADO E PARA FUTURO.// DEUS TAMBÉM CONSEGUE VER O NOSSO PASSADO E COMO ELE SERÁ IMPORTANTE NO NOSSO FUTURO?//

45. PASTOR: CERTÍSSIMO GABRIEL, LEMBRA DAQUELE FILME MINORITY REPORT, DO TOM CRUISE, TIRANDO TODA A FICÇÃO É EXATAMENTE AQUILO.// ENTÃO TODOS OS ACONTECIMENTOS ESTÃO DIANTE DE DEUS, AO MESMO TEMPO, E SÃO TÃO REAIS COMO SE TIVESSEM ACONTECIDO NAQUELE INSTANTE.// NÃO EXISTEM MISTÉRIOS INSONDÁVEIS PARA DEUS, POIS, ELE SABE DE TUDO ANTES MESMO QUE OS ACONTECIMENTOS VENHAM À LUZ.//

46. GABRIEL: SIM, VERDADE PASTOR.// ME FEZ LEMBRAR AQUELE FILME

CLICK, QUE TRABALHA COM O QUESTIONAMENTO SOBRE APROVEITAR O TEMPO.// NESSE FILME O PERSONAGEM TENTA AVANÇAR O TEMPO O MAIS RÁPIDO QUE ELE PODE, PARA QUE AS SITUAÇÕES, TEORICAMENTE RUINS, PASSEM RÁPIDO.// MAS NO FINAL DAS CONTAS, ELE ACABA PERDENDO DE APROVEITAR TODAS AS SITUAÇÕES, BOAS OU RUINS.// E VOCÊ QUE NOS ASSISTE? COMO TEM LIDADO COM O TEMPO?// SERÁ QUE COMO NO REINO QUÂNTICO DO HOMEM FORMIGA O TEMPO NÃO TEM PASSADO PARA VOCÊ OU COMO NO CLICK VOCÊ QUER QUE AS SITUAÇÕES PASSEM O MAIS RÁPIDO POSSÍVEL?// LEMBRE-SE DO QUE ESTÁ ESCRITO EM SALMOS CAPÍTULO 90 VERSÍCULO 12: “ENSINA-NOS A CONTAR OS NOSSOS DIAS PARA QUE O NOSSO CORAÇÃO ALCANCE SABEDORIA.”// QUE NÓS POSSAMOS HOJE APRENDER O QUANTO SOMOS DEPENDENTES DE DEUS, INCLUSIVE NO QUESITO TEMPO.// POIS ELE É DONO DO TEMPO E A ELE PERTENCEM TODOS OS NOSSOS DIAS.//

47. LUKE: O PAPO ESTÁ MUITO BOM, MAS TEMOS QUE ACABAR O NOSSO PROGRAMA, ANTES QUE FIQUEMOS SEM TEMPO,// MUITO OBRIGADO PELO SEU TEMPO PASTOR.//

48. PASTOR: *EU QUE AGRADEÇO MENINOS.//*

49. GABRIEL: MAS E VOCÊ? O QUE VOCÊ ACHOU SOBRE A DISCUSSÃO? TEM MAIS UM EXEMPLO DE FILME OU QUADRINHOS? COMO VOCÊ TEM GASTO O SEU TEMPO?// QUAL OUTRO TEMA QUE VOCÊ GOSTARIA QUE NÓS MOSTRÁSSEMOS AQUI NO NOSSO UNIVERSO 316?// COMENTE EM NOSSAS REDES SOCIAIS @UNIVERSO316.// E NOS VEMOS NO NOSSO PRÓXIMO PROGRAMA!//

50. LUKE: FALOUUU E ATÉ O PRÓXIMO PROGRAMA!

APÊNDICE G - ROTEIRO DO TESTE DE AUDIÊNCIA

Boa tarde e bem-vindos! Obrigada por terem aceitado o convite para participar, de forma voluntária do teste de audiência do programa Universo 316. Esse é um produto experimental para um trabalho de conclusão do curso de Comunicação Organizacional da UTFPR e, na forma de episódio piloto, foi produzido pensando no público jovem que simpatiza ou é fã da cultura nerd e *geek*. A parte experimental foi unir a cultura pop ao conteúdo cristão. Depois de uma pesquisa de mercado, foi constatado que esse tipo de programa de televisão era incomum, principalmente entre as televisões religiosas.

A proposta inicial é que este programa seja transmitido em um canal religioso da televisão aberta e publicado em seu canal do Youtube. O programa terá em torno de 15 a 20 minutos, com comerciais ficará com até 30 minutos. O estúdio e os equipamentos foram cedidos pela Rede Super de Televisão para teste. A produção de elenco, cenografia e equipe foi feita por voluntários convidados para o projeto. Fiquem agora com o programa Universo 316.

(MOSTRAR O PROGRAMA)

Caso vocês tenham comentários que não desejem explicitar em público, podem escrever na ficha que está em sua mesa após a nossa conversa. É importante para este estudo, que todos preencham a ficha.

FICHA DE AVALIAÇÃO

Gênero: () M () F

Idade: _____

Ocupação: _____

Você se considera cristão?

Sim () Não ()

Antes de assistir o programa, era simpatizante da cultura nerd ou *geek* (fã de computadores, tecnologias, quadrinhos, filmes da marvel, DC Comics)?

Sim () Não ()

Caso queira comentar alguma coisa

O que você achou do conteúdo do programa?

Gostei () Não gostei ()

(comentários negativos e positivos)

Você assistiria o programa caso passasse na televisão aberta ?

() Sim () Não: _____

Você assistiria o programa caso caso fosse publicado no Youtube?

() Sim () Não: _____

(PERGUNTAS ORAIS)

- Vocês ainda assistem televisão? Ou mais Youtube e outros canais?
- O que vocês acharam da relação da cultura pop com o conteúdo cristão?
- O que vocês acharam de como o conceito do programa foi pensado? O que poderia ser mudado?
- O que vocês acharam dos apresentadores? E do convidado? Alguma sugestão?
- O que vocês acharam do cenário? O que poderia ser mudado?
- O que vocês acharam do conteúdo abordado? Alguma sugestão?
- O que vocês acharam das piadas, comentários e referências?
- O que vocês acharam da identidade visual do programa? O que poderia ser mudado?
- O que vocês acharam do tempo de duração do programa?
- Qual a periodicidade que vocês acham que o programa deveria ter?
- Vocês tem algo a acrescentar?

APÊNDICE H - DEGRAVAÇÃO DO TESTE DE AUDIÊNCIA

O teste de audiência aconteceu na última semana de outubro e contou com a presença de 12 convidados previamente selecionados. Para o teste buscou-se pessoas dentro da faixa etária do público alvo, homens e mulheres, cristãos ou não, que simpatizassem ou não com a cultura nerd e *geek*. O teste teve duração de duas horas e aconteceu em uma sala de reunião com as portas fechadas para que os convidados ficassem mais à vontade para conversar.

Conforme o preenchimento das fichas, o perfil dos convidados foi identificado da seguinte maneira:

- Entrevistado do gênero masculino com 28 anos, gerente de projetos e que se considera cristão. Já era simpatizante da cultura nerd ou geek. Ele gostou do programa, não assistiria caso fosse apresentado na TV aberta e assistiria ao programa no YouTube. “Como comentei na decisão em sala, faltou mais conteúdo cristão e coragem/ousadia para confiar que a palavra de Deus não voltará vazia. A ideia é boa, mas é preciso não ter receio de nos posicionar como cristão e crer que Deus agirá poderosamente também nessa área.”
- Entrevistado do gênero masculino com 24 anos, advogado e que se considera um cristão. Não se declarou simpatizante da cultura nerd ou geek. Ele gostou do programa, assistiria se fosse apresentado na TV aberta e também assistiria no YouTube. “P: Simpatia dos apresentadores, proposta de apresentar a palavra, humor, ideia geral. N: Faltou um pouco de enfoque na palavra, e também explicar melhor como poderíamos gastar o nosso tempo.”
- Entrevistado do gênero masculino com 26 anos, designer e que se considera cristão. Já era simpatizante da cultura nerd ou geek. Ele gostou do programa, porém não assistiria na TV aberta, pois não tem o costume de assistir TV aberta. Assistiria o programa no YouTube. “Gostei da maneira como alinharam a linguagem geek a um conteúdo considerado mais sério, e gostei de como atende a um nicho que em geral não é abordado sob uma perspectiva cristã.”

- Entrevistado do gênero masculino com 22 anos, designer e que se considera um cristão. Anteriormente já era simpatizante da cultura nerd ou geek. Gostou do programa, porém não o assistiria na TV aberta. Assistiria o programa no YouTube.
- Entrevistado do gênero masculino, com 25 anos, estudante e que se considera cristão. Já era simpatizante da cultura nerd ou geek. Gostou do programa e o achou bem pertinente. Não assistiria o programa na TV aberta, pois quase não assiste TV. Assistiria o programa caso fosse publicado no YouTube. “Eu achei que os conteúdos cristão e a cultura geek ficaram um pouco separados. Na primeira parte focou muito na review do filme e a parte final com a mensagem. Acredito que mesclar um pouco deixaria mais interessante.”
- Entrevistada gênero feminino, com 25 anos, assistente em administração e que se considera uma cristã. Não era simpatizante da cultura nerd ou geek e gostou do programa. Assistiria o programa na TV aberta e não assistiria no YouTube, pois não costuma usar muito o YouTube. “Acredito que precisa dosar a abordagem dos conteúdos mas o tema foi muito bom.”
- Entrevistado do gênero masculino, com 26 anos, estudante e que se considera um cristão. Já era simpatizante da cultura nerd ou geek e gostou do programa. Não assistiria na TV aberta pois acha que precisa chamar mais atenção. Assistiria no YouTube, pois acha um formato bom de programa. “(+) tempo de duração (+) explicação bíblica (+) estúdio (+) cortes (-) sequência lógica do programa (+) postura (-) áudio (ruídos) (-) logo (-) apresentação dos envolvidos”.
- Entrevistada do gênero feminino, com 26 anos e assistente financeira. Se considera uma cristã, já era simpatizante da cultura nerd ou geek e gostou do programa. Assistiria o programa na TV aberta e também no YouTube. “Como pontos positivos vale destacar que o formato do programa agrega um ponto de vista cristã com formatos de programa já existentes no YouTube, mas que

na televisão é novidade e muitos jovens reclamam por não ter. Para melhorar, a pessoa que traz a palavra poderia entender mais do universo geek para fazer esse link mais efetivo.”

- Entrevistada do gênero feminino, com 22 anos, designer gráfica e que se considera cristã. Não era previamente simpatizante da cultura nerd ou geek e gostou do programa. Assistiria ao programa se fosse transmitido em TV aberta e também no YouTube. “Achei leve, jovem, descontraído, abrangente e cristão. Talvez pudesse trazer um pouco mais da parte da meditação (final gospel) no programa (gastar mais tempo com a palavra).”
- Entrevistada do gênero feminino, com 22 anos e que se considera cristã. Não era simpatizante da cultura nerd ou geek e gostou do programa. Assistiria ao programa na TV aberta e também no YouTube. “Positivos: linguagem fácil de entender, descontraído. Negativo: a logo do programa poderia ser mais animado.”
- Entrevistada do gênero feminino, com 25 anos e que se considera cristã. Não era simpatizante da cultura nerd ou geek e diz que acompanhava, mas não de forma tão profunda. Mesmo assim conseguiu entender o programa. Não assistiria ao programa na TV aberta, pois não tem o hábito de assistir TV. Porém assistiria ao programa no YouTube com certeza. “Gostei de tudo, linguagem, visual, as referências. Apenas poderiam aprofundar mais o conteúdo cristão e ligá-lo mais ainda as referências.”
- Entrevistada do gênero feminino, com 31 anos e publicitária. Se considera cristã e não era simpatizante da cultura nerd e geek. Gostou do programa e assistiria tanto na TV aberta quanto no YouTube. “Gostei bastante, achei adequado e interessante os assuntos abordados. Melhoraria a qualidade de produção cênica e também a linguagem da identidade visual.”

O teste foi gravado em áudio e optou-se por realizar a descrição da gravação.

DESCRIBÇÃO DA GRAVAÇÃO DO TESTE DE AUDIÊNCIA

- *Eu curti bastante na verdade, achei que o conteúdo nerd está bem potente, achei bem legal, tem muitas referências. Sua proposta é trazer entretenimento né? Eu achei que ficou um jeito bem susse de misturar as duas coisas sabe? Eu acho que todo mundo que gosta do meio nerd (até quem não gosta na verdade), acho que todo jovem nessa faixa etária simpatiza né, com os filmes e com o conteúdo produzido, eu achei bem legal as comparações que foram feitas, achei que ficou bem leve e achei que o tempo passou assim, bem tranquilo. Gostei muito dos memes. Só achei que, mas isso acho que é por não ter experiência, os meninos ficaram um pouquinho travados, principalmente no começo, mas isso é coisa de ir gravando.*
- *Eu acho que eu concordo com ela, pelo menos assim, até pelo jeito do conteúdo e tal, me trouxe mesmo a impressão de que conforme forem fazendo mais a tendência é ir soltando, conforme for rolando interação com o público eles vão sim, mas é tipo é aquela questão de “é o primeiro”, transpareceu aquele nervosismo primeiro, mas tipo, mas contornável assim.*
- *Me mostrou bem assim eles saberem do assunto. Não é um pessoal qualquer que chegou lá e “ah tenho uma ficha que fala sobre isso”. Mostrarem bem que sabiam sobre o assunto, acho que foi só essa questão do nervosismo mesmo.*
- *É nesse ponto eu gostei dos apresentadores! O convidado eu achei que destoou, não sabia muito bem do que ele estava falando, perdido. Talvez se viesse um cara assim que entendesse mais do assunto, com mais bagagem, ia contribuir muito mais com os apresentadores. Tipo, que foi sei lá, da área, desenhista, ilustrador, sabe...*
- *Eu acho que o convidado tinha o intuito cristão, não? Eu acho que os dois meninos da ponta vieram para falar sobre a cultura pop e foi o que me chamou atenção e esse do meio veio tipo ligar a cultura pop ao meio cristão.*
- *Eu acho que ligado totalmente ao tema né. Mas assim, eu não assisto, não conheço esses animes e coisas assim, então por isso que eu senti falta de saber mais. Eu até fiquei curiosa de saber mais sobre esse lado né junto com o lado cristão.*
- *Eu achei que no segundo bloco o convidado ficou meio de lado, tadinho, ele podia ter sido apresentado um pouquinho depois, pra ele ter mais um pouco*

de visibilidade. Mas no terceiro bloco ele teve o momento dele, ele apareceu, mas no segundo bloco ele ficou meio de lado, só concordava, enfim, os dois que conversavam mais, meio que se animaram.

(risos)

- *É juntando o que ela falou talvez se fosse um convidado assim que, sei lá, eu não sei se eu to viajando no que eu vou falar agora, vamos pensar no mundo ideal: um pastor nerd, tipo, de conseguir casar essas duas coisas.*
- *Vou falar uma coisa, não sei se todo mundo vai concordar ou não, mas assim, primeiro eu acho essa parte de ter um humor, eu acho muito bom isso sabe? Porque dá uma descontraída e foi engraçado e pra eu rir, eu não rio facilmente, é difícil eu rir, mas eu achei engraçado. Eu tava lendo um livro antes de sair de casa que o autor dizia “faça tudo para a glória de Deus”. E eu tenho certeza que este teu projeto e o intuito do programa é pra glorificar o nome de Deus né, pra poder apresentar a mensagem da Palavra de Deus. Só uma coisa que eu achei que foi o seguinte: eles só falaram meio ali que no finalzinho ali a questão bíblica mesmo, sabe? Eu só achei que pudessem explicar um pouco mais. Por exemplo: “Você gasta muito tempo em redes sociais né?”, no que você poderia estar gastando esse tempo? Em oração, na Palavra de Deus.*
- *Vou fazer um comentário sobre isso, por exemplo, quando vocês estão colocando no programa assuntos que são muito fáceis de explicar como a cultura pop em geral tinha bastante animação, tinha meme, tinha um monte de coisa, quando o assunto, entre aspas, ficou um pouco mais sério que é pra falar um pouco mais afundo da relação do cristianismo com o tempo, tinha que ter um pouquinho de animação também, nem que fosse uma palavra, alguma coisa básica ali, porque o recurso audiovisual tem que ser usado o máximo que você puder. Se tiver um cara só explicando, só tem um áudio, não tem o visual, tinha que ter só um pouquinho mais de grafismos...*
- *Eu concordo também, ele começa um pouco falando de Cristo começa algumas referências, mas daí passou um monte de tempo sem trazer essas referências e aparece só no final. Ele envolve muito mais a questão do filme e das referências nerds e geeks e tal, mas falta referência assim. Trouxe um salmo no final, mas não abordaram assuntos, não aprofundaram coisas, por exemplo: quando se fala de tempo uma passagem muito conhecida é*

Eclesiastes 3, que talvez poderia dar uma coisa a mais, diferente. Em termo dos meninos eu acho que com o tempo e ir se aperfeiçoando, acho que falta a questão ali da onde que olha enquanto um está falando, enquanto um está conversando parece que o outro fica meio perdido assim. Alguns enfoques na cara de algumas pessoas ali que talvez não precisava. Mas eu curti bastante, as referências me fizeram rir, mas eu acho que em termos de proporção teria que ter uma invertida.

- *Eu achei a ambientação assim do programa, o cenário bem legal assim. É bem condizente com a proposta.*
- *Eu não gostei de umas partes que ficava trocando a câmera assim, muito rápido (risos), mas é só em alguns momentos que isso acontecia.*
- *Tinha só um pequeno detalhe também, o cara que estava do lado esquerdo lá, o cara da barba, várias vezes ele pegava, ele tava falando com o da direita, só que ele dava uma olhadinha rápida pra câmera só meio que confirmar que estava sendo olhado assim sabe. Só um pequeno detalhe assim. Tinha que só arrumar essa hora assim.*
- *O (nome ocultado) falou uma questão das questões visuais na hora que eles estavam falando sobre a questão bíblica. Então eu acho que talvez levar um pouco mais a sério essa parte, por exemplo: eu gosto deste tipo de coisa, brincadeira, meme e tal, mas eu acho que assim, recurso visual eu acho até bacana nessa parte de falar do cristianismo, uma foto, um vídeo e tal, só que talvez levar um pouco mais a sério. Porque assim a gente Eu vejo aqui que pela cara de vocês é um pouco um público mais adulto, eu talvez um pouco mais jovem, mas esse programa é feito tanto pra gente que nem a gente, pra adulto como pra jovem, e talvez esses efeitos visuais, essas brincadeiras talvez tire um pouco da atenção da pessoa da Palavra Bíblica (ah veio uma brincadeirinha a pessoa focou mais na brincadeirinha no que na própria Palavra). Então eu acho que seria um ponto bem interessante assim ter os recursos visuais, ter as paradas, mas ser dosado na hora da Palavra.*
- *Eu achei que foi proporcional a parte cristã, porque eu acho que talvez pudesse trazer mais, eu acho que o segundo bloco ficou um pouquinho vazio, em questão de trazer o cristianismo. O primeiro teve a pincelada, o último teve mais, mas o do meio ficou mais vaziosinho. Mas eu achei legal ter ficado um pouco mais sério no final, porque era realmente a meditação né, depois*

de tudo isso o que a gente vai pegar pra gente né? Aí eu acho que é proporcional não ter tido tanto memes...

- *Gostei do cenário...*
- *Tinha uns vasos lá da casa da vó assim, que eu acho que não precisava ter, tinha que ter uns ursinhos de pelúcia assim sabe, essas coisas aí sabe...*
- *Eu acho que faltou um bonequinho do Luke mas...*

(risos)

- *Eu acho que se colocasse um sofá colorido seria mais legal que cadeiras, um sofá animado assim...*
- *Eu achei as prateleiras um pouco vazias...*
- *Mas eu não sei, pra mim, pode parecer radical, mas assim eu acho que o cenário em si não importa muito, o que importa é o conteúdo...*
- *É que eu acho que assim como os apresentadores são novinhos né, o público alvo também é mais jovem, ficar num ambiente mais apertadinho assim e um pouquinho bagunçado assim é mais a cara das pessoas...*
- *Como ferramenta de evangelismo no Youtube eu acho que se tivesse um cenário mais alegre, acho que a pessoa visse ela iria né...*
- *Tipo assim, eu não sei se eu assistiria pela TV, a primeira olhada assim né, mas pelo Youtube assim eu acho que eu pararia para assistir, olhando assim só o início, o cenário no começo assim, eu pararia pra assistir. Eu não foquei muito nesses detalhes, até porque eu não assisto muito assim sabe, mas pelo que eu olhei assim no geral eu pararia para assistir sim. E claro né, olhando o tema, olhando o cenário, eu pararia para assistir.*
- *Eu também concordo com ela assim, por isso tem uma questão eu falei de assistir as coisas do início até o fim pra saber o que está acontecendo. Então muitas vezes na TV a cabo ou televisão a gente pega as coisas no meio. No Youtube não você coloca a notificação e você fica sabendo o que está acontecendo do início ao fim.*
- *Quando eu cheguei aqui e ouvi sobre o que era eu percebi que era uma coisa que eu não assistiria sem indicação, mas depois de assistir eu percebi que é algo que se alguém não me indicasse eu assistiria.*
- *O formato todo achei muito parecido com os canais de cultura pop que eu já vi, mas a relação com a parte cristã é algo novo que eu nunca vi. Pra mim o que atrai é isso, tem a mesma cara e o mesmo formato de todos os outros*

- canais que eu assisto, mas tem o diferencial cristão que nenhum deles tem, então me prenderia.*
- *Parecia muito os desimpedidos. O que dava para fazer é aqueles cortes que eles fazem e aquela transição sabe?*
 - *O lance é mais corte seco assim...*
 - *O que eu senti falta é no final né siga a gente no youtube, nosso canal né, no próximo programa a gente vai falar desse assunto*
 - *Falar que no próximo vamos falar de tal filme vai ser legal...*
 - *Ou dar uma dica sabe...*
 - *Eu sou bem crítica com coisas com humor e meio cristão e não me machucou sabe? Gostei sabe. Porque assim sabe, eu não gosto. Então assim, eu gostei, eu ri, achei que estava engraçado.*
 - *Eu gostei das inserções, tinham a ver com o que estava rolando, faziam sentido. Eu acho que tem que cuidar e saber dosar os momentos mais sérios e leves.*
 - *Eu achei engraçado, tem que ter isso mesmo, tem que se divertir, só faltou essa questão que eu falei né, de dosar mais a Palavra.*
 - *Eu pararia pra assistir, eu gosto desse assunto, mas não sei muita coisa. Eu achei que a Palavra foi muito de leve. Podia ser uma visão nova sobre assunto, algo mais aprofundado.*
 - *Quando eu falei de usar o recurso audiovisual a hora que for falar sobre o tempo, por exemplo: vamos falar que a pessoa é leiga, ela não tem nenhum dos conhecimentos daqueles termos técnicos utilizado sobre o assunto né, só ter uma breve descrição ali embaixo sabe, é isso que eu quis dizer. Não precisava ter um meme, uma coisinha bem básica ali.*
 - *Eu achei a logomarca bem longe da proposta. A identidade visual não tem nada a ver com o programa! Azul? Sabe? Meio morta.*
 - *Podia ser um pouco mais divertida...*
 - *O nome ele, tem até procurar 316, não achei a referência... Tava ali a logo de vocês e embaixo bem pequenininho cristianismo e cultura pop, alguma coisa assim. Naquele fundo, cristianismo e cultura pop desapareceu. Talvez subir isso e colocar dentro do quadrado, não sei.*
 - *Parecia um botão de Facebook assim...*

- *O ser humano quando está assistindo TV não procura as coisas na tela, tem que ser o mais fácil possível de ler. O texto embaixo realmente ficou apagado. Tem que prestar bastante atenção quando você tá no piloto automático pra ver.*
- *E aqueles grafismos que apareciam quando mostravam os filmes, podiam estar na identidade visual essas coisas.*
- *Quanto a variação interna lá mostrando o nome deles, versículo de salmos, essa variação eu adorei.*
- *Só achei a vinheta merecia um pouco mais...*
- *Eu sei que vai ficar um pouco complicado. Mas o que a gente tem normalmente assim de Youtube é 10 minutos. Não se seria o caso de fechar melhor cada bloco do programa pensando no Youtube e cada bloco um vídeo diferente no Youtube. Ou talvez pensar nessa dinâmica da separação entre os blocos, porque não sei se elas conversariam muito bem nas duas mídias sabe? Pro tempo de TV achei bem ok, bem legal a separação funciona, só fiquei meio assim pro Youtube.*
- *É eu acredito que duas edições, por exemplo: aquelas horas que eles estão meio que moscando cortar e veja no próximo bloco cortar também, fique menor e pro Youtube fique mais chamativo.*

TODOS CONCORDARAM UMA VEZ POR SEMANA

- *Quando a gente vai fazer algo diferente a gente tem um pouco de receio de como isso vai ser aceito. Não podemos ter medo de arriscar coisas diferentes, principalmente na TV Super. Vamos trazer mesmo referências do cristianismo, vamos falar mais sério sobre o cristianismo. Não pode ter medo de envolver a Palavra de Deus, na sua essência.*
- *Os próprios apresentadores falarem da sua vida pessoal, eu gosto disso daqui também. Experiências pessoais.*
- *Eu acho legal a ideia de ter as coisas que os irmãozinhos gostam assim. E ajuda as pessoas de fora da igreja verem que eles também são aceitos né. Às vezes ele liga a televisão, vê o filme que ele gosta e instiga mais ele a saber mais.*

- *Eu acho que é um programa que seria uma porta de entrada para muitos adolescentes. Eles estão direto no Youtube. Minha amiga que é cristã gostaria muito que o filho dela tivesse uma coisa melhor pra assistir. Talvez com um programa assim, ela conseguisse trazer ele e falar mais de Deus com ele a partir de uma coisa que ela viu.*
- *O meu irmão tem 17 anos e às vezes é difícil explicar algo da bíblia. Abordando dessa forma o assunto, seria muito mais fácil explicar para ele.*
- *Eu que sou bem leiga em todos os assuntos, pude assim acompanhar o programa e entender o que eles estavam falando, não ficou alguma coisa difícil de se entender.*
- *Deram um exemplo de uma mãe cristã, mas até uma mãe não cristã ia gostar que o filho assistisse algo que não tivesse malícia e palavrão. Esse é um grande diferencial do seu trabalho.*
- *Os adolescentes... não é o público primário né, mas às vezes um pai ou uma mãe tá vendo a Rede Super e isso pode ajudar ela a se conectar com o filho.*