



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
CURSO DE JORNALISMO**

**HOZANA RAYSSA MOTA ARAÚJO
PEDRO HENRIQUE ARAÚJO VELOSO
YASMIM LIMA SOUZA**

**RELATÓRIO TÉCNICO DE PRODUTO MIDIÁTICO
PODCAST DO MUSEU HISTÓRICO DE CAMPINA GRANDE: ESTRATÉGIA DE
VISITAÇÃO IMERSIVA**

**CAMPINA GRANDE
2023**

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
CURSO DE JORNALISMO**

HOZANA RAYSSA MOTA ARAÚJO
PEDRO HENRIQUE ARAÚJO VELOSO
YASMIM LIMA SOUZA

**PODCAST DO MUSEU HISTÓRICO DE CAMPINA GRANDE: ESTRATÉGIA DE
VISITAÇÃO IMERSIVA**

Relatório de Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso Jornalismo do Centro de
Ciências Aplicadas da Universidade Estadual da
Paraíba, como requisito parcial à obtenção do
título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Antonio Simões Menezes

**CAMPINA GRANDE
2023**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

V438r Veloso, Pedro Henrique Araujo.
Relatório técnico de produto midiático - Podcast do museu histórico de Campina Grande: estratégia de visitaçao imersiva [manuscrito] / Pedro Henrique Araujo Veloso , Hozana Rayssa Mota Araújo , Yasmim Lima Souza. - 2023.
30 p.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2023.

"Orientação : Prof. Dr. Antonio Simões Menezes, Coordenação do Curso de Jornalismo - CCSA. "

1. Jornalismo digital. 2. Museu. 3. Realidade aumentada. 4. História. 5. Podcast. I. Título

21. ed. CDD 070.4

HOZANA RAYSSA MOTA ARAÚJO
PEDRO HENRIQUE ARAÚJO VELOSO
YASMIM LIMA SOUZA

PODCAST DO MUSEU HISTÓRICO DE CAMPINA GRANDE: ESTRATÉGIA DE
VISITAÇÃO IMERSIVA

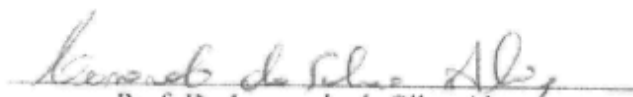
Relatório de Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso Jornalismo do Centro de
Ciências Aplicadas da Universidade Estadual da
Paraíba, como requisito parcial à obtenção do
título de Bacharel em Jornalismo

Área de concentração: Jornalismo Digital.

Aprovado em: 27/12/2023.

BANCA EXAMINADORA


Prof. Dr. Antônio Simões Menezes (Orientador)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)


Prof. Dr. Leonardo da Silva Alves
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)


Prof. Me. Rafael de Araújo Melo
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

AGRADECIMENTOS

Agradecemos primeiramente à Deus por sua graça e por nos guiar em todas as etapas da nossa vida, principalmente as mais difíceis.

Ao professor Antonio Simões, que aceitou orientar o nosso projeto com entusiasmo e muito nos ensinou durante o processo.

Aos nossos familiares e amigos, que nos incentivaram e nos forneceram apoio durante essa fase de formação acadêmica.

A toda equipe do museu, em especial o diretor da casa Angelo Rafael, que abriu essa possibilidade e acreditou conosco nessa nova forma de transmitir conhecimento sobre a nossa cidade amada.

Ao professor Antonio Clarindo, aos emboladores de coco Condor Paraíba e Beija Flor, e a Moacir Leal, que contribuíram significativamente para a construção informativa deste trabalho.

RESUMO

Este relatório apresenta a criação de um podcast sobre o Museu Histórico de Campina Grande, o HistorInforma. O produto midiático foi pensado e desenvolvido para servir de recurso adicional à visitação das pessoas que frequentam o local, oferecendo ao ouvinte uma experiência imersiva e lúdica sobre a história do prédio e das suas salas temáticas, elaboradas pela exposição “Campina: aldeia, vila e cidade”. Tal produto está disponível nas plataformas digitais do *Spotify* e *Youtube*, o primeiro por ser um aplicativo específico para o armazenamento de arquivos em áudios e o segundo devido a sua popularidade. Neles, o HistorInforma pode ser facilmente acessado, seja através dos seus mecanismos de pesquisa, por links, ou, como utilizamos nas salas temáticas, por meio de QR codes. Para fundamentar o trabalho, foram utilizados os conceitos do jornalismo digital, que envolve a atividade jornalística praticada no meio cibernético da internet e a realidade aumentada, onde a tecnologia é utilizada para integrar a realidade em um cenário virtual. A construção dos roteiros contou com pesquisas e coletas de dados, além de entrevistas com especialistas, para que os temas abordados nos episódios fossem bem apurados. Dessa forma, o podcast proporciona ao museu uma ferramenta que o auxilie no papel essencial de cativar o interesse do público, assim como tornar o exercício museológico do visitante não apenas informativo, mas também prazeroso.

Palavras-chave: Jornalismo Digital. Museu. Realidade Aumentada. História. Podcast.

ABSTRACT

This report presents the creation of a podcast about the Campina Grande Historical Museum, HistorInforma. The media product was designed and developed to serve as an additional resource for visits by people who frequent the place, offering the listener an immersive and playful experience about the history of the building and its themed rooms, created by the exhibition "Campina: vila, vila e city". This product is available on Spotify and Youtube digital platforms, the first because it is a specific application for storing audio files and the second due to its popularity. There, HistorInforma can be easily accessed, either through its search engines, through links, or, as we use in thematic rooms, through QR codes. To support the work, the concepts of digital journalism were used, which involves the activity journalism practiced in the cybernetic environment of the internet and augmented reality, where technology is used to integrate reality into a virtual scenario. The construction of the scripts included research and data collection, as well as interviews with experts, so that the themes covered in the episodes were well defined. In this way, the podcast provides the museum with a tool that helps it in its essential role of captivating the public's interest, as well as making the visitor's museum experience not only informative, but also enjoyable.

Keywords: Digital Journalism. Museum. Augmented Reality. History. Podcast.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	07
2	OBJETIVOS	09
2.1	OBJETIVO GERAL	09
2.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	09
3	JUSTIFICATIVA	10
4	REFERENCIAL TEÓRICO	11
5	PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO TÉCNICA	16
5.1	BASTIDORES	17
5.2	IDENTIDADE E GASTOS	19
6	CRONOGRAMA DE ATIVIDADES.....	21
6.1	MINI ROTEIROS	21
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS	24
8	REFERÊNCIAS	25
9	APÊNDICE	30

1. INTRODUÇÃO

A popularização da internet no século XXI possibilitou ao jornalismo uma reinvenção no mundo digital, assim como ampliou o acesso dos conteúdos noticiosos aos receptores que antes se informavam principalmente por meio dos veículos de mídias tradicionais (TV, rádio, jornais e revistas). O receptor também adquiriu um papel mais ativo na seleção do que é veiculado na imprensa, pois a opinião pública e a interatividade possuem um valor mais determinante na elaboração do material disponibilizado nas plataformas digitais.

Um exemplo de mídia que tem ganhado destaque no jornalismo digital é o podcast. Este é um arquivo produzido no formato de áudio e escutado sob livre demanda, geralmente disponibilizado em alguma plataforma de streaming (Spotify, YouTube, Amazon Music, Deezer, etc). Tendo em mãos os recursos necessários para produzir um podcast, o jornalista pode trabalhar em qualquer lugar e inovar na criação de conteúdos informativos.

Simultaneamente, o ouvinte de podcasts com interesse em consumir produtos jornalísticos tem a sua disposição uma gama de possibilidades, desde programas noticiosos produzidos por grandes veículos de comunicação, como o Café da Manhã (Folha de São Paulo), O assunto (G1), Ao ponto (O Globo) e 15 Minutos (Gazeta do Povo) até opções de veículos nativos digitais. Alguns programas independentes, com um formato mais livre e linhas de narrativas temáticas mais aprofundadas e imersivas, com dezenas de milhares de ouvintes são: O Rádio Novelo Apresenta, Vinte Mil Léguas e o Projetos Humanos.

Um estudo da Globo, em parceria com a Kantar IBOPE Media, constatou que em 2020 o Brasil ocupava o quinto lugar no ranking mundial de crescimento na produção de podcasts. De acordo com a pesquisa, 57% dos entrevistados começaram a ouvir esse tipo de produção durante a pandemia.

Já dados mais recentes, divulgados em um relatório do DataReportal 2023, apontam o Brasil como o país que mais consome podcast no mundo. Esse recurso sonoro possui vários temas e formatos, além da possibilidade de ser ouvido em qualquer hora e lugar, o que contribui com a sua disseminação no meio digital.

Diante desse cenário de fortalecimento e crescimento da popularidade do podcast, o presente relatório traz a produção de um produto midiático no formato de podcast sobre o Museu Histórico de Campina Grande. Nele, serão abordadas as histórias e as salas temáticas

expositivas do prédio de forma a proporcionar ao ouvinte uma experiência lúdica e imersiva sobre os primórdios, desenvolvimento e consolidação do município.

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo Geral:

Elaborar um podcast sobre o Museu Histórico de Campina Grande que funcione como ferramenta midiática facilitadora para melhorar a compreensão do conhecimento público sobre a exposição e os seus elementos, tornando a visitação mais democrática, imersiva, interativa, educativa, inclusiva e acessível para uma maior diversidade de públicos.

2.2 Objetivos Específicos:

- Desenvolver uma série de episódios com vários formatos, adequando-se ao conteúdo de cada espaço do museu;
- Apropriar-se da tecnologia de realidade aumentada para inovar e otimizar a apresentação museológica;
- Expandir o conhecimento cultural e histórico sobre a cidade de Campina Grande;
- Aplicar habilidades técnicas, adquiridas nas disciplinas de Jornalismo Digital e Radiojornalismo, para oferecer informações complementares sobre as exposições.

3. JUSTIFICATIVA

O Museu Histórico de Campina Grande é um prédio que preserva os vestígios históricos do que foi vivenciado pela população campinense durante os seus 158 anos de história. Cativar o interesse do público para que este visite o espaço e valorize a cultura histórica da cidade tem sido um desafio enfrentado pela administração do museu.

Nesse sentido, a equipe do museu tem tomado medidas para conservar a arquitetura do edifício, elucidar a história com exposições temáticas que despertem a atenção do público e que correspondam aos preceitos do Conselho Internacional de Museus. Sempre evidenciando um espaço altamente democrático, aberto, inclusivo, educativo, com acessibilidade e sustentável.

A elaboração do podcast “HistorInforma” é a mais nova estratégia que visa a contribuir com o crescimento da visibilidade popular do Museu Histórico, por meio do aumento do número de visitação ao prédio e, potencialmente, a valorização da história do município.

Afinal, o produto midiático busca proporcionar ao público uma experiência mais imersiva durante a visitação ao museu, descrevendo detalhadamente o que se pode encontrar de histórico no espaço.

Essa é uma maneira de aproveitar os recursos tecnológicos, como a Realidade Aumentada, que podem ser utilizados pelo Jornalismo Digital para consolidar uma ponte entre o público e as informações sobre a exposição museológica que retrata a narrativa campinense. Os mais marcantes episódios que conformaram a cidade, seu povo e sua cultura, hoje reconhecidos nacionalmente, serão acompanhados de uma forma mais atraente e acolhedora.

4. REFERENCIAL TEÓRICO

A revolução digital que a internet trouxe ao mundo, através das inovações tecnológicas oriundas da Terceira Revolução Industrial, possibilitou que o jornalismo ampliasse a sua atuação, que desde o final do século passado não se limita aos meios tradicionais. De acordo com Gerson Martins (2020, p. 157) “o jornalismo se transformou e muda a cada instante. A cada hora surge uma nova tecnologia que, se não é adotada pelo jornalismo, lhe é imposta pela sociedade”.

Desse modo, a crescente veiculação de informações nos meios digitais exigiu que as reportagens jornalísticas se tornassem mais atraentes para o público, que vem assumindo um papel mais participativo na produção de notícias. Jesús Flores-Vivar (2020) reforça esse entendimento ao afirmar que “graças à internet, os cidadãos deixaram de ser considerados pela mídia como um público passivo para tomar o papel de uma audiência proativa, geradora desses conteúdos”.

Rivera-Rogel e Martins (2020) complementam que:

O jornalismo produzido neste século está respaldado por tecnologias que buscam expandir as audiências, melhorar o contexto e chegar a audiências estratégicas, como as que manipulam dispositivos móveis diariamente e se rodeiam de softwares que promovem a comunicação pessoal e dialógica (RIVERA-ROGEL; MARTINS, 2020, p. 21).

A interatividade, como característica essencial na linguagem da internet e no jornalismo digital, é abordada por Alejandro Rost (2014). O autor percebe a interatividade como a forma que um meio de comunicação utiliza para dar aos seus usuários maior participação na seleção de conteúdos e nas possibilidades de expressão e intervenção.

Conforme Rost (2014), as possibilidades de interatividade comunicativa entre o jornalismo digital e os consumidores de notícias incluem o encaminhamento da carta dos leitores a um endereço eletrônico, a criação de pesquisas e de fóruns na *web*, a participação assíncrona em ambientes partilhados, como blogs, espaços de comentários nos portais de notícias e canais de reportagens, e também a participação sincrônica a partir da disseminação do uso das redes sociais, como o facebook, twitter (agora X) e instagram.

Com isso, a expansão dos meios de comunicação (computador, telefone móvel e a internet, por exemplo) possibilitou que os usuários consumam cada vez mais conteúdos

informativos em qualquer plataforma que estejam conectados. Segundo André Lemos (2003), “não é à toa que as tecnologias digitais aumentam a mobilidade, sendo a curva de deslocamento de pessoas pelo mundo correlata a essa revolução tecnológica. Assim, a rede é tudo e tudo está em rede”.

Para compreender esse novo consumo de jornalismo em mobilidade, utilizaremos também os conceitos contidos no e-book *Jornalismo Móvel*, produzido por Silva (2015):

o jornalismo móvel se consolida como uma prática vinculada à expansão da mobilidade contemporânea e de suas implicações sociotécnicas passando a ser, assim, um instigante objeto de estudo interdisciplinar (comunicação, sociologia, geografia, urbanismo) com o desencadeamento de um ecossistema móvel na sociedade contemporânea e a cultura de aplicativos. (SILVA, 2015, p.11)

Ou seja, essa nova dinâmica traz uma expansão na forma do jornalismo atuar e alcançar o público. Através das tecnologias e dos aplicativos de interação social temos uma locomoção de informações mais rápida que gera conectividade com as pessoas.

Raquel Longhi (2020) afirma que no jornalismo contemporâneo é cada vez mais acentuada a ideia da experiência na relação do consumidor com algum produto. As tecnologias de produção, como a Realidade Virtual e a Realidade Aumentada, têm possibilitado que a audiência se conecte com narrativas ciberjornalísticas em primeira pessoa, transformando a relação com o espaço físico que ocupa.

A realidade virtual é aquela onde existe uma experiência imersiva do usuário em ambientes computacionais em terceira dimensão, já a realidade aumentada busca aprimorar a experiência interativa do espectador com o ambiente real, através de estímulos sensoriais (LONGHI, 2020).

O chamado “jornalismo imersivo”, segundo a autora, tem apostado nas narrativas imersivas viabilizadas por essas tecnologias. Ela expressa que “no contexto das telas, a imagem liberou-se do enquadramento. Nos domínios da espacialidade, torna-se imagem complexa, interagindo numa interface que extrapolou o que se definia como suas demarcações” (LONGHI, 2020, p. 18).

Ainda que a ideia de imersão não seja prerrogativa do jornalismo – autores na literatura, no cinema e na indústria do videogame buscaram tais estados psicológicos de seus usuários no sentido de transportá-los para ambientes

diferentes dos que estariam fisicamente inseridos no momento da leitura dos respectivos relatos, no jornalismo ela vem sendo potencializada, especialmente com o desenvolvimento das tecnologias de captação e disponibilização em RV e RA (LONGHI, 2020, p. 25).

Partindo para o âmbito museológico, a realidade aumentada pode ser explorada para proporcionar aos visitantes essa nova experiência, mas além disso, pode apresentar novas facetas de conhecimento. Seja com imagens 3D, áudios, peças teatrais e danças, essa imersão tem um efeito de “fortalecer a relação entre os visitantes e os objetos em exibição” (MARQUES, 2017, p.152).

Na estreia da exposição *Beyond Van Gogh* em São Paulo (2022), uma companhia de dança e teatro com personagens clássicos compôs esta experiência imersiva para que o visitante mergulhasse no que acontecia por trás dos pensamentos do famoso pintor holandês e da criação das suas obras.¹

Marçal e Scheiner (2020) exemplificam, no artigo *Uso da Realidade Aumentada em Exposições Museológicas*, que o Museu Histórico Nacional, em sua exposição “Do móvel ao automóvel”, utiliza desta inovação tecnológica imagética para que os visitantes observem os veículos internamente e explorem outros ângulos.

Já o Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand apropria-se da percepção sensorial auditiva por meio do aplicativo ‘MASP Áudios’, onde hospeda conteúdos sonoros sobre a galeria “Acervo em Transformação”. O visitante tem acesso gratuito ao aplicativo e ao direcionar a câmera do celular para algum artefato, o áudio é reproduzido com informações sobre a contextualização das obras.

Entre esses diversos formatos de imersão em exposições de museus, “a realidade aumentada possui grande potencial para agregar valor, construir novos percursos interpretativos e oferecer “narrativas sobrepostas” à narrativa apresentada na exposição” (MARÇAL E SCHEINER, 2020, p. 142).

Com essa gama de ferramentas e possibilidades proporcionadas ao jornalismo para prestar serviço à sociedade, o podcast vem se destacando nos últimos anos. Um exemplo de sucesso jornalístico foi a história “*A mulher da casa abandonada*” narrada pelo jornalista

¹ Disponível em:

<<https://g1.globo.com/df/distrito-federal/o-que-fazer-no-distrito-federal/noticia/2022/08/04/exposicao-beyond-van-gogh-convida-visitante-a-entrar-na-obra-do-pintor-holandes.ghtml>>. Acesso em: 20 de out. de 2023.

Chico Felitti, no podcast da Folha de S. Paulo, que alcançou 3 milhões² de ouvintes por episódio. Nestes, o consumo do conteúdo jornalístico não precisa obedecer ao seu tempo de emissão, logo, atendem a disponibilidade temporal com uma maior dinamicidade para o consumidor destes conteúdos.

o consumidor não tem qualquer interesse em saber se a informação é oriunda de um jornal, de uma rádio ou de uma televisão. Interessa-lhe, sim, recebê-la na plataforma que tem disponível nesse momento, sendo muito provável que se trate de um smartphone. Este dispositivo tem hoje a maior taxa de penetração de todos os meios, pelo que o consumo de notícias cresce de forma exponencial nos últimos anos (CANAVILHAS, 2020, p. 15).

Falcão (2019) descreve o podcast como “uma mídia sonora cuja difusão se dá por meio da internet”. Esse tipo de mídia surgiu no início dos anos 2000 e se popularizou a partir de 2010. Uns dos primeiros feeds responsáveis pela distribuição automatizada de arquivos digitais dessa modalidade foram os RSS e Atom. Logo após, dispositivos eletrônicos como iPod e iTunes puderam facilitar o acesso de conteúdos sonoros, assinados pelos seus usuários.

Luana Viana (2021) escreve em seu artigo *O áudio pensado para um jornalismo imersivo em podcasts narrativos*, que o aperfeiçoamento das tecnologias e das plataformas digitais possibilitaram a criação de conteúdos sonoros mais imersivos, que vem se popularizando ao integrar o ouvinte como participante.

Essa é uma forma de potencializar os recursos antes utilizados pelos meios tradicionais. Segundo Viana (2021 p. 8), “ao manter o áudio como formato principal, o podcast se apropria de estratégias imersivas”. A imersão, conforme a autora descreve, é a sensação psicológica experimentada pelos ouvintes de estarem presentes e envolvidos na realidade descrita pelo repórter, que, antes de narrar essa realidade, a vivencia (VIANA, 2021).

De acordo com o estudo anual ‘*Consumidor Digital 2022*’, realizado pelo Ipec e a Globo³, cerca de 38,6 milhões de brasileiros escutam programas de podcast. Atualmente, parte dos podcasts são produzidos no formato de uma conversa informal e outra parte possui linhas narrativas onde a história possui um caráter mais informativo (KISCHINHEVKY, 2017).

² Disponível em:

<<https://www.maxima.pt/actual/detalhe/chico-felitti-autor-da-mulher-da-casa-abandonada-e-mais-que-a-historia-d-e-um-crime-e-a-historia-de-uma-sociedade>>. Acesso em: 20 de out. de 2023.

³ Disponível em: <<https://gente.globo.com/infografico-podosfera-2022-cenarios-e-oportunidades/>>. Acesso em: 02 de jun. de 2023.

Nos últimos anos, conformou-se um gênero de jornalismo narrativo. Este novo gênero envolveria reportagens investigativas com apuração exaustiva de informações, o que permitiria reconstituição – no âmbito narrativo, evidentemente – de cenas e ambiências, bem como reportagens de interesse humano, que mobilizam arquétipos em novas roupagens, numa tática para sensibilizar a audiência e estabelecer vínculos entre ouvintes e personagens representados (KISCHINHEVKY, 2017, p. 79).

Então fica bastante claro que o podcast serve como uma ferramenta social para veiculação de informações e tem alcançado muitas pessoas pela sua dinamicidade na produção de conteúdos, formato e distribuição de material.

Nesse sentido, o podcast HistorInforma foi desenvolvido com a pretensão de oferecer uma maior imersão no consumo das exposições disponíveis no Museu Histórico de Campina Grande. Dessa forma, estruturamos o nosso produto midiático para que ele sirva de apoio na experiência museológica e de promoção e incentivo à visita do museu histórico de Campina Grande.

5. PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO TÉCNICA

O produto midiático aqui exposto tem o propósito de ser uma ferramenta que auxilie os visitantes do Museu Histórico de Campina Grande, a participarem de uma experiência lúdica e imersiva para além do suporte oferecido pelos guias.

Tal produto foi elaborado no formato de áudio, em um podcast intitulado de “HistorInforma”, disponibilizado nas plataformas digitais *Spotify* e *Youtube*. Os episódios descrevem, de forma dinâmica, a história do museu e dos artefatos que ele contém. Quem encontrar o podcast “por acaso” no *Spotify* ou *Youtube* e não puder visitar o museu, também pode ouvir os episódios e se aprofundar neste monumento histórico.

As plataformas digitais do *Spotify* e do *Youtube* foram escolhidas devido a popularidade desses aplicativos. O *Spotify* é uma ferramenta específica para o armazenamento de conteúdos em áudio, apresenta a possibilidade de ser ouvido de forma offline (o ouvinte pode baixar o programa em casa ou em outro estabelecimento com wi-fi, e posteriormente ouvi-lo no museu). Ele pode ser baixado gratuitamente, tanto em dispositivos com o sistema Android quanto o iOS, e preserva a qualidade do áudio em alta definição.

O YouTube possui uma maior variedade de conteúdos em vídeos, pois foi criado com esse propósito, mas também armazena produtos em áudios, podendo atingir mais pessoas em razão do seu maior alcance de audiência e também oferecendo a possibilidade de ser acessado de forma offline na versão premium. De acordo com o estudo da Forbes,⁴ o Youtube é “o segundo site mais acessado do mundo, ficando atrás somente do Google, e possui cerca de 2 bilhões de usuários ativos mensalmente”.

Entendendo que a produção de conteúdo através do podcast serve como modelo de distribuição informativa para a sociedade e que esse formato de consumo de notícias, independentemente da abordagem, está cada vez mais crescente no país, Canavilhas (2014, p.113, *apud* Danah Boyd, 2010, p. 28) diz:

“[A audiência] está periféricamente consciente da informação na medida em que esta flui, agarrando-a no exato momento em que é relevante, valiosa, divertida ou perspicaz para estar vivendo com, em e em volta da informação.

⁴ Disponível em:

<<https://forbes.com.br/forbes-tech/2023/05/brasil-e-o-terceiro-pais-com-mais-usuarios-do-youtube-em-2023/>>.

Acesso em: 15 de nov. de 2023.

A maior parte desta informação é informação social, mas algo desta é informação de entretenimento ou notícia ou informação produtiva”.

O nome foi escolhido por se tratar das histórias que serão narradas e a informação que será perpassada por meio do museu, podendo também ser entendido como a história ‘in’/‘em’ “forma” de objetos, em resumo: os contextos históricos narrados através do espaço e artefatos expostos no MHCG.

No período de coleta dos dados, as entrevistas foram sobre todo o apanhado histórico da fundação do museu e a exposição vigente deste patrimônio público. Em seguida, houve a seleção de todo o material para análise. Posteriormente, o conteúdo foi roteirizado e segmentado por episódios até que todo o museu fosse apresentado.

Realizada esta etapa, o conteúdo foi alinhado com as perspectivas jornalísticas do referencial teórico supracitado. Por fim, lançamos o produto midiático nos streamings mencionados, que ficará disponível para os visitantes com o intuito de expandir o conhecimento ao público.

O processo de produção foi respectivo a cada ambiência museal, sendo assim, ao todo a série conta com 7 capítulos, com o de introdução. Cada episódio tem a duração de até 6 min, no máximo.

O gênero jornalístico trabalhado foi o diversional, mesclando a informação e o entretenimento. Já o formato do podcast varia de acordo com o conteúdo de cada espaço do museu, contendo a participação especial de especialistas, sempre elucidando as histórias através dos artefatos do museu. Dessa forma, o destaque está em toda a história da cidade de Campina Grande narrada através do Museu Histórico do município.

6.1 Bastidores

Inicialmente o projeto de TCC foi idealizado por Pedro Araújo e, em parceria com as demais integrantes da equipe, essa ideia foi se desenvolvendo. O orientador do projeto, o professor Antonio Simões, teve um papel crucial, pois acolheu e direcionou o trabalho com muito afinco para que ele fosse concluído com êxito.

Então, o cronograma de atividades foi traçado para estipular os prazos e nem tudo aconteceu como deveria, mas na corrida contra o tempo foi restabelecido o ritmo para que tudo fosse cumprido de acordo com o combinado.

Após a definição do cronograma de atividades, foi iniciada a construção da parte prática. De início foi pensado o nome do podcast, no formato, na abordagem, na quantidade de episódios e no tempo de duração, como foi explicado acima.

Foi decidido que seria enaltecida a história do museu e a exposição “Campina: aldeia, vila e cidade”, que estava sendo exibida durante a elaboração deste projeto. Nessa etapa também foi determinado que o HistorInforma teria um total de sete episódios, o primeiro serviria de introdução para informar o visitante sobre a história do edifício, e os demais para apresentar o que podia ser encontrado nas salas temáticas. Em acordo, para uma experiência mais imersiva, o melhor seria elaborar episódios mais descontraídos, de fácil compreensão aos ouvintes, com uma média de até seis minutos de duração cada.

Todas as etapas de produção, como a elaboração dos roteiros, a escrita do relatório e a edição dos episódios, eram discutidas e planejadas pela equipe em um grupo do Whatsapp exclusivo para isso. Havia uma ordem de tarefas bem estabelecida. O que era possível de se produzir primeiro, foi produzido. Através de um drive no Google Docs, o esboço de todo o material em desenvolvimento foi compartilhado com o orientador Antonio Simões, que analisava e sugeria as possíveis correções. Após corrigido, o conteúdo era finalizado.

Também haviam encontros presenciais ou online com o professor Simões para o acompanhamento e orientação do que estava sendo produzido.

Dando andamento, foi iniciado a parte da coleta de dados e informações para os roteiros, entrevistas com os convidados e busca por softwares que iriam auxiliar essa jornada de edição. Os programas utilizados foram: o Capcut - edição de áudios, Epidemic Sound e Youtube - trilhas sonoras, Canva - edição de artes e o Murf - formulação de voz de inteligência artificial.

Quanto às participações das fontes, houveram alguns imprevistos por falta de disponibilidade e por afazeres diários que acabaram impossibilitando encontros presenciais, mas ainda assim, foi marcado o encontro com cada convidado individualmente por Google Meet. Assim foi explicada a proposta do projeto e como cada um poderia contribuir com esse trabalho. Feito isso, eles aceitaram participar. Alguns nos forneceram informações importantes para os temas que abordamos e outros contribuíram com o seu trabalho artístico.

A parte da edição foi comandada por Pedro Araújo, que possuía um maior domínio com as ferramentas de edição de áudio. O técnico Giancarlo Galdino do Laboratório de Radiojornalismo da UEPB auxiliou na gravação de todos os episódios do programa. E os

equipamentos utilizados para captação de áudio foram do próprio laboratório, já a edição, criação de artes e publicação do projeto na plataforma se deu através dos computadores pessoais.

A parceria da equipe foi fundamental e de apoio mútuo, explorando o que cada um tinha de melhor e buscando aprimorar as dificuldades. O incentivo e a confiança do orientador Simões também foram fundamentais.

O tempo era curto e nem sempre foi possível cumprir o estabelecido. Entretanto, a enorme dedicação para entregar o melhor foi a companhia durante toda a execução do projeto.

6.2 Identidade e Gastos

Como explicado anteriormente, a escolha desse nome teve o intuito de informar através das histórias narradas sobre a cidade de Campina Grande por meio do MHCG. A logomarca do podcast referencia justamente a fachada do prédio em que são concentradas todas essas narrativas.

A produção das demais artes de capa para cada episódio se detiveram a representação de cada sala, foi escolhido um objeto, fotografado e editado com adição e manipulação de elementos para personalizá-lo. Além disso, os códigos QR codes de cada episódio foram gerados tanto para o *Spotify* quanto para o *Youtube*.

As cores foram mantidas de acordo com a paleta do próprio museu entre o amarelo, branco, preto e cinza. A tipografia para os títulos, optamos por uma mais grossa para evidenciá-los. Adicionamos também um subtítulo para compreensão prévia com uma tipografia mais fina para contrastar.

Já a parte financeira se dividiu entre os gastos de passagens de ônibus para nos deslocarmos à universidade e também ao museu, além de transportes de aplicativo por volta de R\$ 200,00. E também as impressões dos QR Codes que saíram em torno de R\$ 28,00, precisamente.

Toda a parte de pesquisa, criação de logotipo, artes, vinheta, edição de imagem e áudio, foram produzidas por nós mesmos, o que demandou muito esforço e dedicação visando entregar com excelência o resultado deste produto.

Sem dúvida, esses serviços teriam um custo significativo caso fossem desenvolvidos por profissionais ou agências de comunicação, por exemplo. Sem contar a energia, a internet,

o tempo e conhecimento aprofundado de cada integrante da equipe em alguma das áreas supracitadas, que foram investidos para que o trabalho tivesse bom êxito.

7. CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

ATIVIDADES	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Construção do referencial teórico	X	X	X	X	
Produção do relatório técnico		X	X	X	
Produção de pautas e apuração		X			
Roteirização e gravação dos episódios		X	X	X	
Edição e revisão final			X	X	
Apresentação				X	

8. MINI-ROTEIROS

Número de episódios: 7; Tempo de duração: 3 min. - 6 min.

- Introdutório: Recepção. *Apresentador(a): Pedro Araújo.*

Sinopse: Episódio de apresentação geral e contextualização da história do prédio do Museu Histórico de Campina Grande, da arquitetura e estrutura, suas finalidades e curiosidades. Mas sem detalhar, pois iremos tratar de cada sala em seus respectivos episódios.

- EP1: Os ciclos econômicos. *Apresentador(a): Yasmim Lima.*

Sinopse: Este episódio apresenta ao ouvinte a primeira sala expositiva do Museu Histórico, que aborda os ciclos econômicos que fizeram parte do desenvolvimento de Campina Grande. Focamos nos ciclos da farinha, algodão e couro, os principais contribuintes. Também trazemos um parâmetro do cenário econômico atual da cidade. O episódio foi elaborado de forma narrativa, apresentando e discutindo o tema, com

informações adicionais nas falas de Antonio Clarindo, extraídas durante entrevista com o historiador.

Fontes:

<https://seer.ufu.br/index.php/caminhosdegeografia/article/download/59787/34407/294704>

<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pb/campina-grande/panorama>

- EP2: Antes e depois da Rainha da Borborema. *Apresentador(a): Pedro Araújo.*

Sinopse: No segundo episódio vamos viajar para os anos 1930/1940 e entender sobre a reforma realizada por Vergniaud Wanderley, o estilo arquitetônico da cidade e os prós e contras dessas alterações na estrutura campinense. Além disso, vamos ter a participação dos emboladores de coco Condor da Paraíba e Beija-flor, misturando a música, história e a comunicação popular.

Fontes: <http://cgretalhos.blogspot.com/2009/08/vergniaud-wanderley.html>

http://cgretalhos.blogspot.com/2015/08/heraldica-e-arquitetura-campina-grande_4.html

- EP3: Tecnologias arcaicas. *Apresentador(a): Rayssa Mota.*

Sinopse: Nesta terceira sala vamos entender mais sobre os artifícios usados antigamente para polir, moer grãos, passar roupas e imprimir documentos. Além dessa apresentação teremos um paralelo do uso da inteligência artificial que possibilitará uma dinâmica entre o “antigo e atual”.

Fontes:

<https://www.youtube.com/watch?v=wVJbCwGISJA#:~:text=religioso%20s%C3%B3%20podiam%20ser%20engomadas,tem%20o%20uso%20medicinal%20e;>

<http://www.formacerta.com.br/blog/qual-e-a-origem-do-termo-caixa-alta-e-caixa-baixa/>

- EP4: Teatro e cinema. *Apresentador(a): Yasmim Lima.*

Sinopse: A quarta sala, da qual se trata esse episódio, discute a presença do cinema e do teatro em Campina Grande, dois elementos culturais que fizeram e ainda fazem

parte da socialização do povo campinense. Esse episódio é dividido em duas partes. No primeiro momento, em narração, trazemos um levantamento histórico sobre o surgimento e permanência do cinema e do teatro em Campina. A segunda parte é apresentada na forma de um monólogo, onde o historiador e dramaturgo Moacir Lira interpreta o Frei Caneca, tomando como base o texto escrito pelo clérigo durante a sua passagem pelo prédio histórico.

Fontes:

<https://dspace.bc.uepb.edu.br/jspui/bitstream/123456789/22256/5/TCC%20final%20-%20Especializa%C3%A7%C3%A3o.pdf>

<http://cgretalhos.blogspot.com/2015/04/meus-cinemas-meus-amores-por-jose.html>

<http://cgretalhos.blogspot.com/2013/07/frei-caneca-em-campina-grande.html>

<https://www.sympla.com.br/produtor/tmsc>

- EP5: Luz e força. **Apresentador(a): Rayssa Mota.**

Sinopse: Na quinta sala vamos descobrir a origem da energia elétrica na cidade de Campina Grande, os elementos históricos que se destacam e a sua contribuição para o desenvolvimento econômico do município.

Fontes: <http://cgretalhos.blogspot.com/2009/10/celb.html#:~:text=A%20energia%20el%C3%A9trica%20foi%20implantada,1920%2C%20atrav%C3%A9s%20da%20firma%20H.>

<http://cgretalhos.blogspot.com/2018/03/a-telingra-telecomunicacoes-de-campina.html>

<https://api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/d561cb75-101c-409b-b551-c900469004e1/8602f284-2472-fef5-3a9f-5c6be2197f03?origin=1>

<https://elev.tec.br/historia-do-telefone-no-brasil-voce-conhece/#:~:text=junto%20ao%20p%C3%BAblico.-,D.,inaugurada%20a%20telefon%C3%A1%20no%20Brasil>

<https://super.abril.com.br/coluna/oraculo/por-que-o-telefone-com-fio-funciona-mesmo-quando-estamos-sem-luz>

- EP6: Religiosidade. **Apresentador(a): Pedro Araújo.**

Sinopse: No sexto e último episódio, teremos uma apresentação da sala sacra com seus respectivos elementos religiosos: ex-votos e oratórios. Finalizaremos com um exercício dinâmico com o visitante para explorar a imaginação relacionada à fé.

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Terceira Revolução Industrial, que aconteceu após a Segunda Guerra Mundial, é conhecida por ter propagado o desenvolvimento dos meios técnico-científico-informacional. Entramos no século XXI, e tudo que é inovador, prático e tecnológico chama a atenção. Se algo surge para facilitar a vida do ser humano, é válido que capte o seu interesse, mas também precisamos nos atentar ao processo social que nos trouxe até a nossa atual realidade.

Os museus, no nosso entendimento, possuem a função de divulgar e preservar toda a história da humanidade, para que possamos entender como o passado construiu o nosso presente, e para que tornemos o futuro um lugar melhor para as gerações que virão.

O nosso projeto utiliza os recursos tecnológicos existentes no mundo digital (no caso, dos podcasts), que vem sendo bastante usufruídos pelo jornalismo, objetivando facilitar esse processo museológico de disseminação de conhecimento, tratando-se especificamente do Museu Histórico de Campina Grande.

Entendemos que essa iniciativa pode despertar o interesse de outras pessoas que também queiram implementar algo semelhante em outros museus da cidade, assim como em outras regiões.

Durante o decorrer do curso, fomos estimulados a explorar a nossa criatividade, a desenvolver melhor o nosso senso crítico, a lutar pela democracia e pelo acesso à informação. Também pudemos compreender que o jornalismo possui uma responsabilidade social de suma importância. Questões pouco discutidas na mídia, como a necessidade de suporte governamental enfrentado por populações marginalizadas, podem ganhar destaque e estimular mudanças, se bem exploradas pelo jornalismo.

Nesse sentido, o jornalismo digital auxilia a profissão do jornalista ao permitir uma maior visibilidade do conteúdo informativo que circula na internet, também possibilitando que esse ofício se reinvente e se adeque ao mundo tecnológico. A conclusão deste trabalho foi um desafio, mas um processo também prazeroso, onde focamos no nosso aprimoramento como futuros jornalistas e na elaboração de um produto midiático que seja bastante aproveitado pelas pessoas de toda a sociedade, não se restringindo ao âmbito acadêmico.

REFERÊNCIAS

A ENERGIA ELÉTRICA IMPLANTADA ATRAVÉS DA FIRMA CELB. Retalhos históricos de Campina Grande, 2009. Disponível em: <<http://cgretalhos.blogspot.com/2009/10/celb.html#:~:text=A%20energia%20el%C3%A9trica%20foi%20implantada,1920%2C%20atrav%C3%A9s%20da%20firma%20H.>>. Acesso em: 22 de out. de 2023.

A TELINGRA TELECOMUNICAÇÕES DE CAMPINA. Retalhos históricos de Campina Grande, 2018. Disponível em: <<http://cgretalhos.blogspot.com/2018/03/a-telingra-telecomunicacoes-de-campina.html>>. Acesso em: 01 de nov. de 2023.

BENETTI, Márcia. **Análise do discurso em jornalismo: estudo de vozes e sentidos.** In: BENETTI, Márcia; LAGO, Cláudia (org.). Metodologia de pesquisa em jornalismo. Petrópolis: Vozes, 2007.

BRASIL É O TERCEIRO PAÍS COM MAIS USUÁRIOS DO YOUTUBE EM 2023. Forbes, 10 de maio de 2023. Disponível em: <<https://forbes.com.br/forbes-tech/2023/05/brasil-e-o-terceiro-pais-com-mais-usuarios-do-youtube-em-2023/>>. Acesso em: 10 de nov. de 2023.

CANAVILHAS, João. Prefácio. In: Gerson Martins & Diana Rivera (orgs.). **+25 Perspectivas do Ciberjornalismo.** 1ª edição. Ria Editorial, junho de 2020. E-book.

CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença.** 7Covilhã: Labcom: 2014.

DIGITAL 2023 DEEP-DIVE: ONLINE AUDIO CAPTURES MORE OF OUR ATTENTION. Data Reportal, 28 de jan. de 2023. Disponível em: <<https://datareportal.com/reports/digital-2023-deep-dive-online-audio-captures-more-of-our-attention>>. Acesso em: 07 de jun. de 2023.

DE ALMEIDA, J. N.; DOS SANTOS, F. K. S. **A produção de uma cidade média no interior do nordeste: temporalidades e espacialidades em Campina Grande – PB.** Caminhos de Geografia, Uberlândia, v. 23, n. 88, p. 287–299, 2022. Disponível em: <<https://seer.ufu.br/index.php/caminhosdegeografia/article/view/59787>>. Acesso em: 22 de out. de 2023.

DE OLIVEIRA MARÇAL, A.; SCHEINER, T. . **Uso da realidade aumentada em exposições museológicas: algumas considerações.** Museologia & Interdisciplinaridade, [S. l.], v. 9, n. Especial, p. 132–143, 2020. DOI: 10.26512/museologia.v9iEspecial.35106. Disponível em: <<https://periodicos.unb.br/index.php/museologia/article/view/35106>>. Acesso em: 20 de set. de 2023.

DUARTE, Jorge. **Estratégia em comunicação.** 2ª ed. Brasília, 2020.

DRUMMOND, Clara. **"A MULHER DA CASA ABANDONADA": O PODCAST COM A HISTÓRIA MAIS SINISTRA DO BRASIL.** Máxima, Lisboa, 18 de out. de 2022. Disponível em: <<https://www.maxima.pt/atual/detalhe/chico-felitti-autor-da-mulher-da-casa-abandonada-e-mais-que-a-historia-de-um-crime-e-a-historia-de-uma-sociedade>> . Acesso em: 02 de jun. 2023.

FALCÃO, Bárbara Mendes; TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. **O podcast como gênero jornalístico.** Trabalho apresentado no Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Belém, 2019. Disponível em: <<https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1367-1.pdf>>. Acesso em: 29 de maio de 2023.

FLORES-VIVAR, Jesus. El Ciberperiodismo como Disciplina Profesional. In: Gerson Martins & Diana Rivera (orgs.). **+25 Perspectivas do Ciberjornalismo.** 1ª edição. Ria Editorial, junho de 2020. E-book.

FREI CANECA EM CAMPINA GRANDE. Retalhos históricos de Campina Grande, 2013. Disponível em: <<http://cgretalhos.blogspot.com/2013/07/frei-caneca-em-campina-grande.html>>. Acesso em: 15 de outubro de 2023.

HERÁLDICA E ARQUITETURA: CAMPINA GRANDE JÁ ABRIGOU A NOBREZA DO IMPÉRIO PORTUGUÊS E DO BRASIL. Retalhos históricos de Campina Grande, 2015. Disponível em:

<http://cgretalhos.blogspot.com/2015/08/heraldica-e-arquitetura-campina-grande_4.html>.

Acesso em: 22 de out. de 2023.

HISTÓRIA DO TELEFONE NO BRASIL. VOCÊ CONHECE? Eleve Tecnologia. Disponível em:

<<https://elev.tec.br/historia-do-telefone-no-brasil-voce-conhece/#:~:text=junto%20ao%20p%C3%ABlico.-,D.,inaugurada%20a%20telefon%C3%BAria%20no%20Brasil>>. Acesso em: 22 de out. de 2023.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio em episódios, via internet: aproximações entre o podcasting e o conceito de jornalismo narrativo.** Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación, v. 5, n. 10, p. 73-80, 1 nov. 2018.

KISNER, Pauline. **COMO AS ROUPAS ERAM ENGOMADAS?** Youtube, 12 de jun. de 2023. Disponível em:

<<https://www.youtube.com/watch?v=wVJbCwGISJA#:~:text=religioso%20s%C3%B3%20podiam%20ser%20engomadas,tem%20o%20uso%20medicinal%20e>>. Acesso em: 22 de out. de 2023.

LEMOS, André. **Cibercultura. Alguns pontos para compreender a nossa época.** In: LEMOS, André; CUNHA, Paulo (Org.). Olhares sobre a cibercultura. Porto Alegre: Sulina, 2003. Disponível em: <<https://facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/cibercultura.pdf>>. Acesso em: 11 de maio de 2023.

LIMA, José Augusto. **DO “CINEMA QUE CAMPINA GRANDE PRECISAVA” AO PATRIMÔNIO QUE CAMPINA GRANDE NÃO PRESERVOU: EMBATES NO PROCESSO DE PATRIMONIALIZAÇÃO DO CINETEATRO CAPITÓLIO.** Monografia (Especialização em História) - Universidade Estadual da Paraíba. Campina Grande, Paraíba, 2020. Disponível em: <<https://dspace.bc.uepb.edu.br/jspui/bitstream/123456789/22256/5/TCC%20final%20-%20Especializa%C3%A7%C3%A3o.pdf>>. Acesso em: 15 de out. de 2023.

LONGHI, Raquel. Interface e imagem complexa nas narrativas imersivas ciberjornalísticas. In: Roberto Tietzmann (orgs.). **Realidade Virtual e Comunicação: Fronteiras do Jornalismo, da Publicidade e do Entretenimento**. Porto Alegre: Editora Universitária da PUCRS, 2020.

MARTINS, Gerson. et al. **+25 Perspectivas do Ciberjornalismo**. 1ª edição. Ria Editorial, junho de 2020. *E-book*.

MARQUES, Diana Cristina Valente. **The Visitor Experience Using Augmented Reality on Mobile Devices in Museum Exhibitions**. Tese (Doutorado em Mídia Digital). Universidade do Porto, Portugal, 2017.

MEUS CINEMAS, MEUS AMORES. Retalhos históricos de Campina Grande, 2015. Disponível em: <http://cgretalhos.blogspot.com/2015/04/meus-cinemas-meus-amores-por-jose.html>. Acesso em: 15 de out. de 2023.

PANORAMA DE CAMPINA GRANDE. IBGE, 2022. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pb/campina-grande/panorama>. Acesso em: 15 de out. de 2023.

POR QUE O TELEFONE COM FIO FUNCIONA MESMO QUANDO ESTAMOS SEM LUZ?. Super Abril, 18 de fev. de 2021. Disponível em: <https://super.abril.com.br/coluna/oraculo/por-que-o-telefone-com-fio-funciona-mesmo-quando-estamos-sem-luz>. Acesso em: 01 de nov. de 2023.

PODOSFERA 2022: CENÁRIOS E OPORTUNIDADES. Globo, Rio de Janeiro, 16 de dez. de 2022. Disponível em: <https://gente.globo.com/infografico-podosfera-2022-cenarios-e-oportunidades/>. Acesso em: 02 de jun. de 2023.

PODCAST CADA VEZ MAIS PRESENTE NAS ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO. Grupo Printer, São Paulo. Disponível em: <https://www.grupoprinter.com.br/blog/podcast-cada-vez-mais-presente-nas-estrategias-de-comunicacao/>. Acesso em: 07 de jun. de 2023.

PODCASTS E A CRESCENTE PRESENÇA ENTRE OS BRASILEIROS. Globo, 21 de jul. de 2021. Disponível em: <<https://gente.globo.com/pesquisa-infografico-podcasts-e-a-crescente-presenca-entre-os-brasileiros/>>. Acesso em: 07 de jun. de 2023.

QUAL É A ORIGEM DO TERMO CAIXA ALTA E CAIXA BAIXA?. Forma Certa, 30 de out. de 2019. Disponível em: <<http://www.formacerta.com.br/blog/qual-e-a-origem-do-termo-caixa-alta-e-caixa-baixa/>>. Acesso em: 22 de out. de 2023.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **O acontecimento.** In: TRAQUINA, Nelson (org.). *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. 2ª edição. Lisboa: Vega, 1999, p. 27-33.

ROST, Alejandro. *Interatividade: Definições, estudos e tendências.* In: João Canavilhas (org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença.** Livros LabCom. 2014.

SILVA, Fernando Firmino da. **Jornalismo móvel.** Salvador. Editora da Universidade Federal da Bahia (Edufba), 2015. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/18003/1/jornalismo-movel-miolo-repo.pdf>>. Acesso em: 11 de maio de 2023.

Teatro Municipal Severino Cabral. Disponível em: <<https://www.symppla.com.br/produtor/tmssc>>. Acesso em: 15 de outubro de 2023.

VERGNIAUD WANDERLEY. *Retalhos históricos de Campina Grande*, 2009. Disponível em: <<http://cgretalhos.blogspot.com/2009/08/vergniaud-wanderley.html>>. Acesso em: 22 de out. de 2023.

VIANA, Luana. **O áudio pensado para um jornalismo imersivo em podcasts narrativos.** *Comunicação Pública*, [S. l.], v. 16, n. 31, 2021. DOI: 10.34629/cpublica.72. Disponível em: <<https://journals.ipl.pt/cpublica/article/view/72>>. Acesso em: 26 de maio de 2023.

APÊNDICE

HOSPEDAGEM DO PODCAST

- **Spotify:**

<https://open.spotify.com/show/1OJISWxirY8GoWi64nAsFw?si=FZm0qmYYRoC1zy3Kk5NJEw&nd=1>

- **Youtube:** <https://www.youtube.com/@PodcastHistorinforma/videos>

a) ARTES DOS EPISÓDIOS PARA O SPOTIFY:

https://drive.google.com/drive/folders/1apctC6qlDUzLJg-KhoEf0XjBT86NjxOo?usp=drive_link

b) ARTES COM QR CODES QUE VÃO FICAR NA PAREDE DO MUSEU:

https://drive.google.com/drive/folders/1zBJ_X6H2lXC1qe-5fa0AkD-HLy9ZQ-G5?usp=drive_link