memórias

6º Congresso Internacional
Media Ecology and Image Studies
A consolidação dos seres media

volume 1

ISSN 21843821

Organização

Apoio

6º Congresso Internacional
Media Ecology and Image Studies

A consolidação dos seres media

Memórias

Novembro 2023

ISSN 2184-3821

Realização
Ria Editorial

Realização Científica
Chrome Photo/GENEM - Grupo de Estudos sobre a Nova Ecologia dos Meios, Brasil
Departamento de Ciencias de la Comunicación, Universidad Técnica Particular de Loja - UTPL, Equador

Diretora Geral
PhD Luciana Renó, Ria Editorial

Diretores Científicos
PhD Andrea Versuti, Universidade de Brasília - UnB, Brasil
Livre Docente Denis Renó, Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil
PhD Diana Rivera, Universidad Técnica Particular de Loja, Equador
PhD Vicente Gosciola, Universidade Anhembi Morumbi, Brasil

Comitê Científico
PhD Abel Suing, Universidad Técnica Particular de Loja - UTPL, Equador
PhD Adriana Pierre Coca, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil
PhD Alfredo Caminos, Universidad Nacional de Córdoba - UNC, Argentina
PhD Alice Fátima Martins, Universidade Federal de Goiás - UFG, Brasil
PhD Ana Paula Goulart de Andrade, Eco-UFRJ/PPGMC-UFF /Facha /Unilasalle, Brasil
PhD Ana Sedeño, Universidad de Málaga, Espanha
PhD Andrea Versuti, Universidade de Brasília - UnB, Brasil
PhD Caroline Kraus Luvizotto, Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil
PhD Claudia Ardini, Universidade Nacional de Córdoba, Argentina
PhD Cláudia Assis, Universidade Federal do Amapá, Brasil
PhD Daniela Fantoni Alvares, Universidade dos Açores, Portugal
Assoc. Denis Renó, Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil
PhD Diana Rivera, Universidad Técnica Particular de Loja, Equador
PhD Diego Bonilla, California State University – Sacramento, EUA
PhD Dora Santos Silva, Universidade Nova de Lisboa, Portugal
PhD Dorival Campos Rossi, Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil
PhD Dorotea Souza Bastos, Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Brasil
PhD Fabiana Piccinin, Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, Brasil
PhD Fátima Lopes Cardoso, Instituto Politécnico de Lisboa, Portugal
PhD Fernanda Bonacho, Instituto Politécnico de Lisboa, Portugal
PhD Fernando Gutiérrez, ITESM, México
Mg. Fernando Irigaray, Universidad Nacional de Rosario, Argentina
PhD Gloria Olivia Rodriguez Garay, Un. Autónoma de Ciudad Juárez - UACJ, México
PhD Inmaculada Gordillo, Universidade de Sevilha, Espanha
PhD Jacqueline Oyarce, Universidade Nacional Mayor de San Marcos, Peru
PhD Jefferson Barcellos, Centro Universitário Barão de Mauá, Brasil

PhD Jesús Flores, Universidad Complutense de Madrid, Espanha
PhD Jerónimo Rivera, Universidad La Sabana, Colômbia
Assoc. João Pedro Albino, Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil
PhD Jorge Alberto Hidalgo Toledo, Universidad Anáhuac México, México
PhD José Carlos Marques, Universidade Estadual Paulista – UNESP
PhD Kruzkaya Ordóñez, Universidade Técnica Particular de Loja - UTPL, Equador
PhD Lance Strate, Fordham University, EUA
PhD Liliane de Lucena Ito, Universidade Estadual Paulista – UNESP, Brasil
PhD Lionel Brossi, Universidad de Chile, Chile
PhD Lorenzo Vilches, Universidade Autônoma de Barcelona, Espanha
PhD Lucilene Gonzales, Universidade Estadual Paulista – UNESP, Brasil
PhD Marco Lopez, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Equador
PhD Margarida Almeida, Universidade de Aveiro, Portugal
PhD Maria C. Esperidião, GENEM - Grupo de Nova Ecologia dos Meios, Brasil
Assoc. Maria Cristina Gobbi, Universidade Estadual Paulista – UNESP, Brasil
PhD María Jesús Ruíz, Universidade de Málaga, Espanha
PhD Matheus Tagé, Centro Universitário Belas Artes de São Paulo, Brasil
PhD Octavio Islas, Universidad de Los Hemisferios, Equador
PhD Oksana Tymoshchuk, Universidade de Aveiro, Portugal
PhD Osvando de Morais, Universidad Estadual Paulista – UNESP, Brasil
PhD Pâmela Pinto, Fiocruz, Brasil
PhD Paul Levinson, Fordham University, Estados Unidos da América do Norte
PhD Pere Freixa, Universidad Pompeu Fabra, Espanha
PhD Piero Dominici, University of Perugia, Itália
PhD Ramaris Albert, Universidad de Puerto Rico, Porto Rico
PhD Raquel Longhi, Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, Brasil
PhD Roberto Igarza, Universidad Nacional de Rosario - UNR, Argentina
PhD Rosa Maria Araújo Simões, Universidade Estadual Paulista – UNESP, Brasil
Ms. Sandra Ruiz, Universidade Santo Tomás - UST, Colômbia
PhD Sergio Gadini, Universidade Estadual de Ponta Grossa - UEPG, Brasil
PhD Suely Maciel, Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil
PhD Tamara Guaraldo, Universidade Estadual Paulista - UNESP, Brasil
PhD Teresa Piñeiro Otero, Universidade da Coruña, Espanha
PhD Valquiria Aparecida Passos Kneipp, Un. Federal do Rio Grande do Norte, Brasil
PhD Vicente Gosciola, Universidade Anhembi Morumbi, Brasil
PhD Xabier Martínez-Rolán, Universidade de Vigo, Espanha

Sumário

Mesa 1: Arte e estética

SALVE, JUVENTUDE": A FORTUNA CRÍTICA DE "TRATE-ME LEÃO" NO RIO DE JANEIRO 36

Ana Paula Dessupoio Chaves
Christina Ferraz Musse

A PINTURA, A ESCULTURA E O CINEMA NA OBRA DE NOÉ LUIZ DA MOTA 39

Alice Fátima Martins

MAESTRO GATO: WEBTOON PARA PENSAR EL ROL DOCENTE 43

Claritza Arlenet Peña Zerpa
Mixzaida Yelitza Peña Zerpa
José Alirio Peña Zerpa

O SURREALISMO ENQUANTO UNIVERSO FOTOGRÁFICO 46

Lilian Lindquist Bordim
Denis Porto Renó

A MÚSICA BRASILEIRA NA ERA DA REPRODUTIBILIDADE TÉCNICA: UMA ANÁLISE DA EXPERIÊNCIA DO OUVINTE DE DISCOS DE VINIL E AS PLATAFORMAS DE STREAMING 49

Gabriele Oliveira Teodoro
Gustavo Xavier Agostinho

BATMAN E INTERNACIONALISMO: AS TREVAS DO CAVALEIRO NO PENSAMENTO NEOCONSERVADOR..... 52

Renan Claudino Villalon
Vicente Gosciola

LA PERFORMATIVIDAD VIDEOGRÁFICA Y LOS SERES MEDIÁTICOS – PARA UN ESTUDIO DEL VIDEOARTE A LA LUZ DE LA POSFENOMENOLOGÍA..... 55

PEQUENO MAPA À LUZ DE REMBRANDT: PESQUISA E EXTENSÃO NA UNIDADE UEMG FRUTAL SOB O PONTO DE VISTA FOTOGRÁFICO..... 58

Santiago Naliato Garcia
Lorena Lopes Silva

OS SAMBAS-ENREDO NA FRUIÇÃO EM STREAMING NO SPOTIFY: UM ESTUDO DE CASO SOBRE CURTIDAS E NOVAS TELAS DO CARNAVAL DE ESCOLA DE SAMBA NO RIO..... 62

Rafael Otávio Dias Rezende
Marco Aurélio Reis

A EXPERIÊNCIA ESTÉTICA NA COMUNICAÇÃO DOS MUSEUS NAS REDES..... 65

Aline Lisângela da Silva Galvani Carvalho

A ILUSTRAÇÃO EM LIVROS DE RPG NACIONAIS: EXPRESSÕES DECOLONIAIS DA FANTASIA..... 68

Leonardo Alvarez Franco
Paula da Cruz Landim
Guilherme Cardoso Contini
Fernanda Henriques

Mesa 2: Educação e Ecologia dos Meios

LETRAMENTO MIDIÁTICO CRÍTICO: CULTURAS, PROJETOS E TRANSFORMAÇÃO..... 74

Leandro Marlon Barbosa Assis
Alexandre Farbiarz

TUTORIAL: O NOVO SINÔNIMO DA EDUCAÇÃO ALTERNATIVA A DISTÂNCIA ATRAVÉS DO YOUTUBE 77

Luiz Francisco Ananias Junior
Osvando José de Morais

EDUTOTOKERS LATINOAMERICANOS: ALCANCE E INTERACCIÓN 2.0 80

Diana Rivera
Geovanna Salazar

CONECTIVISMO Y TECNOLOGÍAS INTERACTIVAS: UN ANÁLISIS DOCUMENTAL SISTEMÁTICO DE SU IMPACTO EN LA CALIDAD DEL APRENDIZAJE EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR 83

Bryan Patricio Moreno Gudiño

A MATEMÁTICA E O RSTUDIO 85

Carla Gonçalves Távora
Eduardo Martins Morgado

LO QUE LA PANDEMIA NOS DEJÓ: APORTES DE LA EDUCOMUNICACIÓN A LA EAD EN LA FORMACIÓN DEL PROFESORADO. EL CASO DE LA DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN A DISTANCIA DE LA FACULTAD DE CIENCIA POLÍTICA Y RRII DE LA UNR 87

María Cristina Alberdi
Mariela Balbazoni

ESTRATÉGIAS AUDIOVISUAIS PARA MOTIVAR OS ESTUDANTES DO CURSO NORMAL DE PROFESSORES: OS FILMES COMO FERRAMENTAS REFLEXIVAS PARA O EXERCÍCIO DA PROFISSÃO NO MAGISTÉRIO 90

José Sergio Dias Page
Daniel Costa de Paiva

POTENCIANDO LA EDUCACIÓN HISTÓRICA A TRAVÉS DE LA REALIDAD AUMENTADA EN UN MUSEO: UNA PERSPECTIVA INNOVADORA 93

Silvia Husted Ramos
Gloria Olivia Rodríguez Garay
Martha Patricia Álvarez Chávez

A IMPORTÂNCIA DE UM PROTOCOLO DIGITAL BASEADO NA HERMENÊUTICA DAS MÍDIAS PARA A ÁREA DA SAÚDE: COMBATENDO OS DISCURSOS MEDIÁTICOS EXACERBADOS DE DESINFORMAÇÃO, AS DEEPFAKES E INTOXICAÇÃO SOCIAL 96

Tiago Negrão de Andrade
Osvando José de Morais

LIVROS DIGITAIS E INCLUSÃO NO ENSINO INFANTIL: REVISÃO BIBLIOGRÁFICA SISTEMÁTICA DE ARTIGOS BRASILEIROS EM DESIGN..... 101

Luciana Sales Cordeiro
Fernanda Henriques
Rebeca Santiago Holanda

EDUCAÇÃO NÃO FORMAL, CLUBES DE LEITURA ONLINE E APRENDIZAGENS: CONSIDERAÇÕES A PARTIR DO PROJETO "HOGWARTS, MIL HISTÓRIAS"..... 105

Victor Henrique da Silva Menezes
Vanessa Coutinho Martins

O ESTADO DA ARTE PARA UMA LEITURA CRÍTICA DA MÍDIA: LITERACIA MIDIÁTICA, ALFABETIZAÇÃO MIDIÁTICA E LETRAMENTO MIDIÁTICO 109

Valquíria Passos Kneipp
Vinicius Henrique Silva

VIDEORRELATOS: A PRODUÇÃO AUDIOVISUAL INVESTIGATIVA POR DISCENTES..... 113

Renato Naves Prado

Mesa 3: Fotografia e narrativas imagéticas

BEYOND THE IMAGE AND THE DOLL: BARBIE AS A DEVICE ON INSTAGRAM 118

Joice Ribeiro M. Antonelli
Andrea Cristina Versuti

O FOTOJORNALISTA E SEU ACERVO QUE CONSTITUI IDENTIDADE: OS TRABALHOS FOTOGRÁFICOS DE JAIME COLAGIOVANNI. NARRATIVAS VISUAIS E MEMÓRIA 122
Santiago Naliato Garcia

A IMAGEM-CONFLITO EM IMAGENS DE GUERRA 126
Adriana Pierre Coca
Nísia Martins do Rosário

A NARRATIVA NO CIBERESPAÇO: ANÁLISE DO PERFIL FLANANDOJF 129
Mariana de Toledo Lopes
Carlos Pernisa Júnior

FLORESCÊNCIA SORRATEIRA: A IMAGEM COMO FORMA QUE PENSA 131
Ceila Teresinha Bitencourt Oliveira

FOTOGRAFIA EXPERIMENTAL E MODERNIDADE: PARA UMA CRÍTICA DA TECNOLOGIA E DO PENSAMENTO OCIDENTAL 134
Ludimilla Carvalho Wanderlei

O PAPEL DA FOTOGRAFIA NA TRANSFORMAÇÃO DOS RETRATOS PINTADOS MODERNISTAS BRASILEIROS 140
Gabriele Oliveira Teodoro

DESINFORMAÇÃO EM FOCO: O PAPEL DA FOTOGRAFIA NA DISSEMINAÇÃO DE NOTÍCIAS POLÍTICAS FALSAS 143
Adriel Henrique Francisco Cassini
Liliane de Lucena Ito

IA: REFLEXÕES SOBRE UMA NOVA JANELA 147
Matheus Tagé

FOTOGRAFIA "REINVENTADA": 360º COMO POSSIBILIDADE DE INSTRUMENTO DE PÓS-FOTORREPORTAGEM 150
Matheus Teixeira
Thiago Seti Patricio

A NARRATIVA POPULAR PRESENTE NOS CINEJORNAIS E FOTOGRAFIAS DE JOÃO GONÇALVES CARRIÇO, O "AMIGO DO POVO" 154
Renata Venise Vargas Pereira

TURISMO BINÁRIO: A FOTOGRAFIA DE VIAGEM NO ECOSSISTEMA MIDIÁTICO PÓS-PANDEMIA 157
Denis Renó

Mesa 4: Jornalismo, tecnologia e estudos de meio

TELEJORNALISMO LOCAL E O QUINTO PODER: EXPERIÊNCIAS EM MINAS GERAIS E RORAIMA 162
Gustavo Teixeira de Faria Pereira
José Tarcísio Silva Oliveira Filho

NARRATIVA E POVOS ORIGINÁRIOS: O CASO DOS YANOMAMI EM JORNAIS, REVISTAS E PORTAIS DE GRANDE CIRCULAÇÃO (2023) 166
Jorgelene Santos Oliveira

JORNALISMO DE SOLUÇÕES E O PAPEL PEDAGÓGICO DO TELEJORNALISMO: EXPLORANDO POTENCIALIDADES NA ABORDAGEM DE REPORTAGENS SOBRE EDUCAÇÃO 170
Jemima Bispo
Ana Paula Goulart de Andrade
Luiz Felipe Falcão
Simone Martins

EU, TU, NÓS REPÓRTERES - QUANDO PROFISSIONAIS TAMBÉM SÃO PAUTA: CREDIBILIDADE JORNALÍSTICA E PACTO DE CONFIANÇA ENTRE TELAS NAS ROTINAS PRODUTIVAS 174
Iluska Maria da Silva Coutinho
Gustavo Teixeira de Faria Pereira
Luiz Felipe Novais Falcão
Ana Paula Goulart de Andrade

NOTÍCIA ALGORÍTMICA: UMA PROPOSTA INICIAL DE CONCEITUAÇÃO 179
Wilson Galvão de Freitas Teixeira
Kenia Maia

TERRITÓRIOS DO LOCAL COMO ESPAÇO DE FALA NO TELEJORNALISMO: O SENTIDO DA PROXIMIDADE APÓS A PANDEMIA 184
Ranniery Fonseca de Sousa

COMO O BIG DATA INFLUENCIA A CONSTRUÇÃO DA NOTÍCIA NO PORTAL G1 PARAÍBA: UM COMPARATIVO ENTRE OS ANOS DE 2018 E 2023 187
Fabiana Siqueira
Fernanda Barreto

JORNALISTAS CHECADORES DE FATOS E MUDANÇA DE HÁBITOS: DESCOBERTAS INICIAIS 190
Marina Aparecida Sad Albuquerque de Carvalho

OPTO, A NOVA FORMA DE VER TELEVISÃO EM PORTUGUÊS..... 193
Ana Cristina Santos
Patrícia Weber
Ana Gabriela Custódio Frazão-Nogueira

SAÚDE NO TELEJORNAL: A FUNÇÃO PEDAGÓGICA DO TELEJORNALISMO NAS SÉRIES ESPECIAIS DA TV CABO BRANCO..... 196
Bruna Raquel Couto

O JORNALISTA FLEXITEMPO NAS ASSESSORIAS DAS SECRETARIAS DA PREFEITURA DE CAMPINA GRANDE/PB..... 199
André Luis Barbosa de Oliveira Junior

ESTUDO DAS NARRATIVAS JORNALÍSTICAS SOBRE O FECHAMENTO DA FRONTEIRA ENTRE O BRASIL E A VENEZUELA DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19 202
Agata do Nascimento Macedo

COMO UMA NOTÍCIA FALSA FAZ A REALIDADE FALAR POR SI MESMA? 206
Tiago Segabinazzi

USO DA CHARGE NA REVISTA OESTE COMO REFLEXO DAS NOTÍCIAS 209
Iuri Neves Amorim

GÊNEROS DA NARRATIVA IMERSIVA NO CIBERJORNALISMO: UMA PROPOSTA DE TIPOLOGIA 213
Eduardo Fernando Uliana Barboza

NÃO BASTA PARTICIPAR, PRECISA DIVULGAR: O 8 DE JANEIRO DE 2023 217
Candida Emília Borges Lemos

ORIENTALISMO NO MEIO JORNALÍSTICO: A NARRATIVA DA GUERRA PALESTINA VERSUS ISRAEL NO PORTAL G1 220
Arthur Honorato de Almeida
Deborah Luísa Vieira dos Santos
Kissyla Fernanda Pereira dos Santos Pires

INTERPRETAÇÃO E CREDIBILIDADE: UM OLHAR PARA COLUNAS JORNALÍSTICAS EM PORTAIS DE NOTÍCIAS 224
Jaqueline Frantz de Lara Gomes
Fabiana Quatrin Piccinin

O CRESCIMENTO DAS REDES MUSICAIS E O ENXUGAMENTO DA INFORMAÇÃO LOCAL NO RÁDIO BRASILEIRO: REFLEXOS DA MIGRAÇÃO AM-FM 228
Karina Woehl de Farias

ÓBITOS E HÁBITOS NA EDIÇÃO EM TELEJORNALISMO: UMA COMPARAÇÃO ENTRE A COBERTURA DOS 500 MIL MORTOS POR COVID NO JORNAL NACIONAL E NO JORNAL DA MANHÃ (JOVEM PAN) 232
Caio Ferreira Silva
Jhonatan Alves Pereira Mata

DESERTOS DE NOTÍCIAS E PSEUDOJORNALISMO EM REDES SOCIAIS: SIMBIOSE À DESINFORMAÇÃO 236
Liliane de Lucena Ito
Adriel Henrique Francisco Cassini
Letícia da Silva Lima

O MERCADO EDITORIAL ESPECIALIZADO EM TV E A CULTURA DE FÃS DOS ANOS 1960 NO BRASIL: UMA ANÁLISE DA SEÇÃO "ENTREVISTE SEU ÍDOLO" DA REVISTA INTERVALO 239

Talita Magnolo
Daiana Sigiliano

A INTEGRAÇÃO E A CONVERGÊNCIA NAS REDAÇÕES DE AFILIADAS DA REDE GLOBO. AS ADAPTAÇÕES E NA TV INTEGRAÇÃO, MG 242

Patricia Aparecida Amaral
Osvando José de Morais

O 8 DE JANEIRO DE 2023: UMA ANÁLISE DO ENQUADRAMENTO NOTICIOSO DOS JORNAIS BRASIL DE FATO, FOLHA DE S. PAULO E JOVEM PAN 245

Mariana Eduarda Agreste Silva
João Carlos de Sousa
Deborah Vieira
Mayra Regina Coimbra

JORNALISMO DE SOLUÇÕES E O HUMANO COMO PROTAGONISTA: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O SITE ECOAUOL 249

Franciane Maria Silva de Freitas

ORIENTALISMO EM PAUTA: UMA ANÁLISE DA RECEPÇÃO DOS K-DRAMAS NA MÍDIA BRASILEIRA 252

Natália Ferreira de Campos

A REVOLUÇÃO DOS DADOS: UM DESAFIO PARA O JORNALISMO 256

Cláudia Vasvoncelos Silvestre
Helena Figueiredo Pina

DO IMPRESSO NAS BANCAS ÀS NUVENS DA WEB A RELAÇÃO DO GÊNERO CRÔNICA COM OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO NO BRASIL 259

Marco Aurelio Reis
Claudia de Albuquerque Thomé

Mesa 5: Narrativas transmídia e estruturas complexas

O VIDEOCAST 360° COMO NOVO GÊNERO DO AUDIOVISUAL IMERSIVO DE NÃO-FICÇÃO 264

Carolina Gois Falandes
Denis Renó

MARK FISHER E OS ESPECTROS DE UMA REVOLUÇÃO DERROTADA EM DISCO ELYSIUM 269

Rodrigo Fernandez
Fabrício Lopes da Silveira

O INSTANTE EM THE LAST OF US 273

Giovani Pereira Santos

DO YOUTUBER AO INFLUENCIADOR DIGITAL QUE ENSINA: IMAGEM DE SI DE FELIPE CASTANHARI EM DIFERENTES PLATAFORMAS DIGITAIS 277

Laryssa da Costa Gabellini
Maurício João Vieira Filho

PODCASTS COMO EXPERIÊNCIA ESTÉTICA INTERACIONAL NO CONTEXTO DE NARRATIVAS TRANSMÍDIA E ESTRUTURAS DE CONTROLE 281

Laan Mendes de Barros
Daniela Borges de Oliveira
Bernardo Fontaniello

CUANDO LOS PERSONAJES SALEN DE LOS LIBROS: NARRATIVA TRANSMEDIA Y RUPTURA DE LA LÓGICA FICCIONAL EN LA PROMOCIÓN DE ANTIHÉROES, DE IRIA PARENTE Y SELENE PASCUAL 284

María Hernández Rodríguez

APUESTA POR LA COMUNICACIÓN DE LA CIENCIA CON POKER DE TRANSMEDIA: TIK TOK, SPOTIFY, YOUTUBE E INSTAGRAM. DEL C.A.H.C.T.U.S.S. C.I.J.E. PARA EL ACCESO UNIVERSAL DEL CONOCIMIENTO 288

Jorge Sadi Durón

AS ESTRATÉGIAS TRANSMÍDIA NA COMUNICAÇÃO DO TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO RIO GRANDE DO NORTE 292

Francisco das Chagas Sales Júnior
Ubiratam Nascimento Alencar

FAN LABOR, CULTURA PARTICIPATIVA, CULTURA COLABORATIVA E NOVAS TECNOLOGIAS: UMA ABORDAGEM SOBRE A COMPLEXIDADE NA COMUNICAÇÃO E OS DESAFIOS DO DIREITO AUTORAL E DA PROPRIEDADE INTELECTUAL 296

Guilherme Guimarães Martins

INTERAÇÕES SEM FRONTEIRAS: A SUPERFICIALIDADE DA INSTANTANEIDADE NAS RELAÇÕES HUMANAS 300

Guilherme Coleti Tavares
Osvando José de Morais

A MIMETIZAÇÃO DA NARRATIVA JORNALÍSTICA EM CONTEÚDOS DESINFORMATIVOS CHECADOS PELO COLETIVO BEREIA 303

Victor Vincíus de Santana Palmeira
Fabiana Piccinin

Mesa 6: Ecologia dos meios, design e mercado

KOTAS: O EMPACOTAMENTO DE STREAMING NO BRASIL SOB O VIÉS DA ECONOMIA COMPARTILHADA 309

Larissa Oliveira
Daiana Sigiliano
Eutália Ramos

ENVELHECIMENTO DA MULHER SEM PRECONCEITO E O PRISMA DA SORORIDADE 312

César Augusto Sampaio
Lucilene dos Santos Gonzales

DALE - CONTROLADORAS MIDI: UTILIZANDO O DESIGN THINKING E ESTUDO DE MERCADO PARA ATENDIMENTO DE NECESSIDADES DE INICIANTES BRASILEIROS EM DISCOTECAGEM 315

Cainã Brinatti Guari
Dorival Campos Rossi

PUBLICIDADE EM JOGOS DIGITAIS ALINHADA AOS OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL 318

Missila Loures Cardozo
Marina Jugue Chinem
Daniela Urbinati Castro

A UTILIZAÇÃO DE IMAGENS SEXUALIZADAS EM CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS DE MOTÉIS 321

Mauricio de Oliveira Miranda
Jefferson Parreira de Lim

DISEÑO DE CARTELES DE CINE: TENDENCIAS CONTEMPORÁNEAS 324

José Patricio Pérez-Rufi
Alba Aragón-Manchado
Andrea Cruz-Elvira

SOBRE A PUBLICIDADE PARA A PROMOÇÃO DA SAÚDE: ANÁLISE DAS CAMPANHAS DE DOAÇÃO DE ÓRGÃOS NO BRASIL E NO PERU 328

Sandro Tôrres Azevedo

BRANDED APPS DE MARCAS BRASILEIRAS E SUAS TIPIFICAÇÕES 333

Taciana de Lima Burgos

INCLUSÃO NO DESIGN: REVISÃO NARRATIVA SOBRE A PERSPECTIVA DE INCLUSÃO NAS INVESTIGAÇÕES DO GRUPO DE PESQUISA 338

Manuela de Azambuja
Gabriela Simão Dias
Igor Vinícius da Silva Fontes
Tayná Pereira Bueno
Cássia Letícia Carrara Domiciano
Fernanda Henriques

BLOGUEIRINHA NO DIATV: JOGOS DE REPRESENTAÇÕES E NARRATIVAS MIDIÁTICAS NO MERCADO DIGITAL 342
Breno da Silva Carvalho

DESIGN AUXILIADO POR ALGORITMOS: UM ESTUDO SOBRE AS POSSIBILIDADES CRIATIVAS DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL 347
Joe Wallace Cordeiro
Gilson Braviano

Mesa 7: Audiovisual e estudos de televisão

OS JORNALISTAS, A TELEVISÃO E O CELULAR: CARACTERIZAÇÕES PARA UM SER MÍDIA? 351
Rodrigo Gabrioti
Osvando de Morais

O FILME CAPITÃES DE ABRIL, DE MARIA MEDEIROS: UMA NARRATIVA CINEMATOGRÁFICA SOBRE A REVOLUÇÃO DOS CRAVOS 354
Cleonice Elias da Silva

PLATAFORMAS DE STREAMING E O (RE)EMPACOTAMENTO: OS PLANOS DE ASSINATURA DA GLOBOPLAY 357
Fabricia Guedes
Marcelo Bolshaw Gomes
Valquíria Aparecida Passos Kneipp

A CIÊNCIA E OS RECORRENTES PROBLEMAS COM A EDUCAÇÃO EM UM CONTEXTO DE PANDEMIA: OLHARES SOBRE O EMBATE DE NARRATIVAS ENTRE O JN E O GOVERNO BOLSONARO 360
Simone Teixeira Martins

DILMA ROUSSEFF E JANAÍNA PASCHOAL: PROTAGONISMO E ANTAGONISMO NA SIMETRIA OBSERVATIVA DO DOCUMENTÁRIO O PROCESSO 363
Mirella Lopes de Aquino
Marcelo Gomes Bolshaw

VIDEOCLIPES EM 360 GRAUS: ESTRUTURAS E MODOS DE FRUIÇÃO 367
Carlos Henrique Sabino Caldas

ARMY-BTS E O VOTO JOVEM: APROXIMAÇÕES E APAGAMENTOS NA COBERTURA TELEJORNALÍSTICA NAS ELEIÇÕES BRASILEIRAS DE 2022 371
Sara Rodrigues de Moraes Bridi
Jhonatan Alves Pereira Mata

DESERTOS TELEVISIVOS NO NORDESTE BRASILEIRO: ANÁLISE DA AUSÊNCIA DE EMISSORAS DE TELEVISÃO NO INTERIOR DA REGIÃO 376
José Jullian Gomes de Souza
Francisco das Chagas Sales Júnior

REPRESENTAÇÃO DAS MULHERES EM THE LAST OF US PARTE I: DO VIDEOGAME À FICÇÃO SERIADA 380
Marina Alvarenga Botelho
Lara Karoline Souza de Aquino
Deborah Luísa Vieira dos Santos
Mayra Regina Coimbra
Mariane Motta de Campos

A CREDIBILIDADE DO TELEJORNAL POSTA À PROVA: ESTUDO DE CASO DO JN NA PANDEMIA 385
Luciana Soares de Morais
Cláudia de Albuquerque Thomé

A REGIÃO NORTE DO BRASIL NO TELEJORNALISMO NACIONAL: APONTAMENTOS TEÓRICOS PARA UMA PROPOSTA METODOLÓGICA 388
José Tarcísio Silva Oliveira Filho
Rafael Barbosa Fialho Martins

A EXPERIÊNCIA UNIVERSITÁRIA AUDIOVISUAL E A FORÇA DA FAVELA NA COVID-19 PELAS LENTES DO LECC 392
Cristiano Henrique Ribeiro dos Santos
Ana Paula Goulart de Andrade

O JORNALISTA COMO PERSONAGEM E A INVERSÃO DE PAPÉIS NO TELEJORNALISMO: UMA ANÁLISE DOS ATAQUES À IMPRENSA VEICULADOS NO JORNAL NACIONAL EM 2020 E 2021 396

Gabriel Landim
Iluska Coutinho

VIOLÊNCIA DOMÉSTICA EM PAUTA NAS TELAS: DUAS DÉCADAS DE AGENDAMENTO E MUDANÇAS JURÍDICAS 400

Cláudia de Albuquerque Thomé
Clara Thomé Reis

SHIPPERS DE REALITY SHOWS: GERANDO FANFICS NO MUNDO REAL 403

Bruno Jareta de Oliveira
Glauco Madeira de Toledo

A MASCULINIDADE FRÁGIL DE HOMENS QUE SE RELACIONAM COM OUTROS HOMENS NA TELENOVELA BRASILEIRA: ESTUDO DE CASO DOS PERSONAGENS KELVIN E RAMIRO DE TERRA E PAIXÃO 406

Talison Pires Vardiero

ANÁLISIS DEL SECTOR DE LAS PLATAFORMAS DE VÍDEO BAJO DEMANDA (VOD) EN ESPAÑA: TIEMPO DE CONSTRUCCIÓN DE NUEVO 410

José Patricio Pérez-Rufí
Alba Aragón-Manchado
Andrea Cruz-Elvira

TELEVISÃO PÚBLICA NO NORDESTE BRASILEIRO: A IMPLANTAÇÃO DAS EMISSORAS EDUCATIVAS E UNIVERSITÁRIAS NA REGIÃO 414

Francisco das Chagas Sales Júnior
Valquíria Aparecida Passos Kneipp

A TRAJETÓRIA DO AUTOR WALCYR CARRASCO: UMA EXPERIÊNCIA MELODRAMÁTICA NAS TELENOVELAS DO HORÁRIO DAS 18 HORAS 418

Maria Aparecida Borges Limeira
Valquíria Aparecida Passos Kneipp

O CINEMA DOCUMENTAL: ENTRE A REALIDADE E FICÇÃO PELA ANÁLISE DE JOGO DE CENA (2007) DE EDUARDO COUTINHO 421

Raíssa da Silveira Pimentel

LEGENDAGEM CRIATIVA: UM ESTUDO DE CASO DA SÉRIE SHE'S GOTTA HAVE IT, DE SPIKE LEE 424

Ana Laura Dias
Lucinéa Marcelino Villela

A RELAÇÃO ENTRE A NARRATIVA E A MÚSICA EM ADAPTAÇÕES SERIADAS: UMA ANÁLISE DO UNIVERSO BRIDGERTON 427

Lara Karoline Souza de Aquino
Deborah Luísa Vieira dos Santos
Mayra Regina Coimbra
Marina Alvarenga Botelho
Mariane Motta de Campos

O PROGRAMA MEMÓRIA VIVA COMO ESPAÇO DE MEMÓRIAS NA TELEVISÃO DO RIO GRANDE DO NORTE 431

Ranniery Fonseca Sousa
Francisco das Chagas Sales Júnior

A JORNADA DO TELESPECTADOR/INTERATOR NA TV 3.0 435

Carlos Pernisa Júnior
Marcelo Ferreira Moreno
Stanley Cunha Teixeira
Cristiane Turnes Montezano

A CARNAVALIZAÇÃO E O GROTESCO NA MINISSÉRIE CAPITU 438

Beatriz Coelho

DA TELA DA TV AO INSTAGRAM: UM ESTUDO SOBRE CONVERGÊNCIA DIGITAL NO BALANÇO GERAL DA NDTV DE ITAJAÍ 441

Elaíse Cidral de Oliveira
Fabiana Piccinin

FÉ (WEB)TELEVISIONADA: EXPANSÃO DA TELEVISÃO, MANUTENÇÃO DOS LAÇOS SOCIAIS E UMA PERSPECTIVA EVANGELIZADORA EM JUAZEIRO DO NORTE (CE) 445

Ligia Coeli Silva Rodrigues
José Jullian Gomes de Souza

"YOU WANNA A PIECE OF ME": A REPRESENTAÇÃO DO JORNALISMO NO VIDEOCLIPE 448

Giselle Rafaela Clara
Jhonatan Alves Pereira Mata

PROJETO EASIT: APLICAÇÃO DO PROGRAMA DE TREINAMENTO EM AUDIODESCRIÇÃO EASY-TO-UNDERSTAND NO BRASIL 451

Daniela Cristina Carvalho Souza
Lucinéa Villela

JORNALISTA: O NOVO INFLUENCER DO MERCADO? 454

Iluska Maria da Silva Coutinho
Ana Luiza Tostes

A PRODUÇÃO DA BBC NEWS BRASIL PARA O YOUTUBE: REFLEXÕES SOBRE A SÉRIE DE REPORTAGENS "O BRASIL DO OLHAR ESTRANGEIRO" 458

Leire Mara Bevilaqua

CANDIDATOS E JORNALISTAS NO SEGUNDO TURNO DAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS BRASILEIRAS DE 2018 PELAS CÂMERAS DO JORNAL NACIONAL 461

Marta Corrêa Machado

Mesa 8: Estudos de gênero, democracia e justiça social

REVOLUCIONANDO O CICLO: EXPLORANDO A DIGNIDADE MENSTRUAL E A SUSTENTABILIDADE COMO CAMINHOS PARA A PAZ SOCIAL 466

Karine Nunes Tavares
Isadora da Silva Prestes
Caroline Kraus Luvizotto

MODOS DE PRODUÇÃO JORNALÍSTICA E PRÁTICA ATIVISTA NOS PORTAIS COM PERSPECTIVA DE GÊNERO AZMINA, CATARINAS E THINK OLGA 470

Karina Janz Woitowicz

OFICINA DE WEBJORNALISMO: UMA DISCIPLINA ENVOLVENDO MIDIATIVISMO, PLATAFORMIZAÇÃO E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL 474
Ingrid Pereira Assis
Marco Túlio Pena Câmara

VOZES RADIOFÔNICAS: A POSSIBILIDADE DE UMA EXPRESSIVA COMUNICAÇÃO 478
Thiers Gomes da Silva

REFLEXÕES SOBRE OS PARALELOS ENTRE DESIGN E ESTUDOS QUEER 482
Guilherme Cardoso Contini
Fernanda Henriques
Leonardo Alvarez Franco

VIOLÊNCIA DE GÊNERO NO CIBERESPAÇO: UMA ANÁLISE DO CASO LIVIA LA GATTO E THIAGO SCHUTZ 486
Isadora da Silva Prestes
Francisco Arrais Nascimento

PODE UMA DIVA ENVELHECER? INTERSECÇÕES ENTRE GÊNERO E IDADE NA CULTURA POP 491
Maurício João Vieira Filho
Laryssa Gabellini

PROTAGONISMO FEMININO E ETNOMÍDIA INDÍGENA NO BRASIL 495
Maysa Leal de Oliveira

A SUBVERSÃO DO RISO: ALEGORIAS DE GÊNERO NA SUPERFÍCIE DOS MEMES 498
André Luis Barbosa de Oliveira Junior

DILEMA: IDEAIS E VIOLÊNCIAS DE UM PROJETO MODERNO EM REPORTAGEM DO UOL SOBRE ATROFIA MUSCULAR ESPINHAL 502
Adriana Helena de Almeida Freitas

MULHERES COMUNICATIVO-MIDIÁTICAS NA AMÉRICA LATINA. PRODUÇÃO DE CONHECIMENTO 506
Maria Cristina Gobbi

VISIBILIDADE DAS MULHERES NA SOCIEDADE ACADÊMICA: O MEIO ONLINE COMO FORMA DE PROPAGAÇÃO DAS PESQUISAS E PUBLICAÇÕES CIENTÍFICAS 509

Sueli Gomes da Costa Sitta

TROLLS SONHAM COM MULHERES NO PODER? UMA ABORDAGEM DO TROLLING DE GÊNERO COMO VIOLÊNCIA POLÍTICA 514

Teresa Piñeiro Otero
Xabier Martínez-Rolán
Laura M. Castro Souto

Mesa 9: Ativismo midiático, inclusão, cultura e cidadania

VIDAS FEMININAS MIDIATIZADAS: MANIFESTAÇÃO DA CIDADANIA OU ESPETÁCULO COLONIAL? 519

Isadora da Silva Prestes
Cássia Amélia Gomes
Luiza Campos Mendonça

COBERTURA JORNALÍSTICA SOBRE O GENOCÍDIO INDÍGENA YANOMAMI PELA AGÊNCIA DE NOTÍCIAS DIGITAIS "AMAZÔNIA REAL" 523

Ingrid Gomes Bassi
Antônio Luiz Ferreira Sousa Filho

UNIVERSIDADES POR LA TIERRA Y CIUDADANÍA VERDE 526

Claritza Arlenet Peña Zerpa
Mixzaida Yelitza Peña Zerpa

DIVERSIDADE E MOBILIZAÇÃO: POSICIONAMENTO NO SITE INSTITUCIONAL DO MOVIMENTO DE MULHERES CAMPONESAS 528

Mariana Alarcon Datrino
Carla Negrim Fernandes de Paiva
Isadora da Silva Prestes

LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN ANTE LA VIOLENCIA DIRECTA 532

Claudia Cecilia Flores Pérez

"MINHA HISTÓRIA EU MESMA REQUADRO". AUTO-REPRESENTAÇÃO NA BIOGRAFIA EM QUADRINHOS DE MARIELLE FRANCO 536

Suzana Rosa Ataide da Conceição

FALA.BR: INTERFACES ENTRE COMUNICAÇÃO PÚBLICA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO 541

Kárita Emanuelle Ribeiro Sena
Tainah Schuindt Ferrari Veras

INTERAÇÃO POLÍTICA E TECNOLOGIA: VIESES PARA AS CONQUISTAS CIDADÃS 544

Paulo Henrique Ferreira Nascimento
Osvando José De Morais

JORNALISMO NAS REDES DIGITAIS RIBEIRINHAS NO AMAZONAS: A EXPERIÊNCIA DO CANAL EDUCATIVO AMAZÔNIA RIBEIRINHA NA PRODUÇÃO DE VÍDEOS NA PLATAFORMA DO YOUTUBE 547

Soriany Simas Neves

AS AÇÕES POLÍTICAS DE BOLSONARO PARA MINAR A FORÇA DA CULTURAL BRASILEIRA NO AUDIOVISUAL 550

Vivianne Lindsay Cardoso

A INCLUSÃO DIGITAL E A PRESENÇA DAS NOVAS TECNOLOGIAS DA COMUNICAÇÃO EM COMUNIDADES 554

Tatiane Eulália Mendes de Carvalho
Vicente Gosciola

DESAFIOS PARA CONSOLIDAÇÃO DA POPULAÇÃO NEGRA COMO SERES MEDIA: PERSPECTIVAS CONTEMPORÂNEAS DA INSERÇÃO DA NEGRITUDE NOS AMBIENTES MIDIÁTICOS POR INTERMEDIAÇÃO DA TECNOLOGIA 557

Alan Tomaz de Andrade
Osvando José de Morais

SOCIEDADE NARRATIVA AUDIOVISUAL: POR UMA TEORIA DE SEU NARRATIVISMO, COLABORATIVISMO E ATIVISMO 560

Vicente Gosciola

A VOZ NEGRA NO JORNALISMO: UMA ANÁLISE DO PROTAGONISMO DAS JORNALISTAS NO PODCAST 'ANGU DE GRILO'..... 563

Giovanna Tito de Fuccio
Mayra Regina Coimbra

VISITA GUIADA COM AUDIODESCRIÇÃO EM UMA FÁBRICA: O CASO DA AMBEV AGUDOS 567

Guilherme Ferreira de Oliveira
Leila Maria Gumushian Felipini
Suely Maciel

COMUNICAÇÃO E REFÚGIO: TIKTOK ENQUANTO PLATAFORMA DE INFORMAÇÃO SOBRE A GUERRA DA UCRÂNIA..... 571

Mariana Marcela de Fátima Moraes
Cristóvão Domingos de Almeida

DECOLONIALIDADE E EMPODERAMENTO: VIVÊNCIA ARQUETÍPICA DO SAGRADO FEMININO 574

Cássia Amélia Gomes
Luís Guilherme Costa Berti
Nelson Russo de Moraes

LITERACIA MIDIÁTICA NO AMBIENTE DAS FAKE NEWS: UM ESTUDO DE CASO COM O PÚBLICO DA TERCEIRA IDADE 578

Luciana Aparecida Janizello Augusto

COMUNICAÇÃO E DEMOCRACIA: AS RELAÇÕES ENTRE MÍDIA E CIDADANIA NO BRASIL E NA ALEMANHA 582

Caroline Kraus Luvizotto
Jairo Faria Coelho
Ana Beatriz Lemos
Kalianny Bezerra

MOVIMENTOS SOCIAIS DE IDENTIDADE: GREENPEACE BRASIL E O MOVIMENTO AMBIENTALISTA 586

Raíssa da Silveira Pimentel
Onan Ferreira da Silva
Karine Tavares Nunes

INFODEMIA SOCIOAMBIENTAL SOBRE A AMAZÔNIA NAS ELEIÇÕES DO BRASIL 590

Karine Tavares Nunes
Francisco Arrais Nascimento
Caroline Kraus Luvizotto

INICIATIVAS ESCOLARES BUSCAM COMBATER DESINFORMAÇÃO, MAS DESERTOS DE NOTÍCIAS AINDA PERMANECEM COM SEDE DE CHECAGEM 596

Gabriel Bhering
Iluska Coutinho

A CONTRA-HEGEMONIA SEM TERRA NA DISPUTA TERRITORIAL: POLITIZAÇÃO E DISPUTA DISCURSIVA SOBRE A FOME NO SITE DO MST 600

Wellington de Oliveira Pereira
Paulo Henrique Caetano
Deborah Luisa Vieira dos Santos

O RESGATE DOS DIREITOS HUMANOS INSTITUINTES DOS SUJEITOS DE DIREITO COMO ALTERNATIVA AO SIMULACRO DE DEMOCRACIA CRIADO PELOS SERES-MEDIA NO BRASIL 604

Thiago Luiz dos Santos
Cinthia Barudi Lopes

UM CENÁRIO MUTANTE: BREVE REVISÃO DA HISTÓRIA DA MÚSICA BRASILEIRA FEITA NO RIO DE JANEIRO E EM SÃO PAULO ATÉ OS ANOS 1940 608

Wellington C. M. Leite

Mesa 10: Internet, Tecnologia e Comunicação

"VEM METEORO": UMA ANÁLISE SOBRE O FATALISMO PESSIMISTA NAS REDES SOCIAIS 611
Bruno Paiva de Souza

A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NA CONSTRUÇÃO DA MARCA PESSOAL DE PROFISSIONAIS DA ÁREA DA SAÚDE 614
Camila Silva Ferreira
José Luís Bizelli

EVOLUÇÃO DO MEME: DA MEMÉTICA À ERA DA INTERNET 617
Arthur de Oliveira Rocha
Marcelo Bolshaw Gomes

EVOLUCIÓN DE LA NUEVA TELEVISIÓN EN EL STREAMING EN DIRECTO EN TWITCH: PRODUCCIÓN, REALIZACIÓN Y AUDIENCIAS DE LA VELADA DEL AÑO 3 DE IBAI LLANOS 621
Alba Aragón-Manchado
Andrea Cruz-Elvira
José Patricio Pérez-Rufí

THE MEDIATIC EXPERIENCE CONCEPTUAL FRAMEWORK: ARTICULATING FOUR THEORETICAL COMPONENTS DURING THE PROCESS OF MEANING PRODUCTION 625
Carlos Eduardo Marquioni

A CONVIVÊNCIA ENTRE HUMANOS E NÃO HUMANOS É MARCA DA CONTEMPORANEIDADE 629
Margareth Boarini

A LEITURA UBÍQUA E SOCIAL: BIBLION, UMA BIBLIOTECA NA PALMA DA MÃO 632
Susana Azevedo Reis
Christina Ferraz Musse

DASEIN DIGITAL: O SIGNIFICANTE DE MUNDO E SUA VERDADE VIRTUAL 636

Rodrigo Malcolm de Barros Moon
Maria Cristina Gobbi

A TEORIA DE MARSHALL MCLUHAN APLICADA AO ESTUDO DA REALIDADE ESTENDIDA 639

Anna Cláudia Bueno Fernandes

NOVELAS VERTICAIS: A ANÁLISE DE UMA CADEIA DE PRODUÇÃO COLETIVA NO TIK TOK 642

Aloísio Corrêa de Araújo
Vicente Gosciola

BOCA ROSA OU BIANCA ANDRADE? O MARKETING DIGITAL E OS NOVOS OLIMPIANOS 645

Mariana Agreste Silva
Lisley Cruz
Mayra Regina Coimbra

OS NOVOS HÁBITOS CULTURAIS NO ECOSSISTEMA DOS WEARABLES 648

Eduardo Campos Pellanda
Magda Rodrigues da Cunha

A CONSTRUÇÃO DO NÃO-PROTAGONISTA NOS ROMANCES VISUAIS CYBERPUNK VA-11 HALL-A E THE RED STRINGS CLUB 651

Nathalia Figueiredo de Oliveira Brito
Marcelo Bolshaw Gomes

IDENTIFICANDO ATORES E CONTROVÉRSIAS EM REDE: A POLÊMICA DO #NÃOEXISTEESTUPROCULPOSO NO TWITTER 655

Maria Beatriz Silva de Andrade
Kenia Beatriz Ferreira Maia

DETALHAMENTO DE PROMPT DE COMANDO EM PLATAFORMAS DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL PARA GERAÇÃO DE IMAGENS DIGITAIS SIMILARES À FOTOGRAFIA 658

Natalia Martin Viola
Wassili Gonçalves da Silva Freitas
Denis Porto Renó
João Pedro Albino

AVATAR: A CONSOLIDAÇÃO DO PÓS-HUMANO COMO SER MÍDIA 661
Gabrielly Del Carlo Richene
Henrique Pachioni Martins
Roberta Spolon

O STORYTELLING NO CONTEXTO DOS RECURSOS SONOROS: ABORDAGEM NARRATIVA NO CASO EVANDRO 664
Lorenna Aracelly Cabral de Oliveira

REFLEXÕES SOBRE O DISCURSO E AS PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DA ERA DA PÓS-VERDADE 667
Marta Cardoso de Andrade

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN, PROCESO DE PRODUCCIÓN MULTIMEDIA Y REALIDAD AUMENTADA: LA NARRATIVA MUSEÍSTICA DISEÑADA POR ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS 670
Gloria Olivia Rodriguez Garay
Martha Patricia Álvarez-Chávez
Silvia Husted Ramos

DOCUMENTÁRIOS EM REDES DIGITAIS DE COLABORAÇÃO. APONTAMENTOS SOBRE ARRANJOS PRODUTIVOS E FATURAS ESTÉTICAS 673
Gustavo Soranz

QUEM VOCÊ QUER ENGANAR? INFLUENCIADORES DIGITAIS E O USO DE FAZENDAS DE CLIQUES 676
Débora Oliveira
Thaiana Alves de Almeida
Laryssa Gabellini

OS DILEMAS ÉTICOS DA TECNOLOGIA: O CASO CHATGPT 680
Thiago Seti Patricio
Matheus Teixeira

REALIDAD AUMENTADA Y PERIODISMO EN TIEMPOS DEL METAVERSO 683
Carlos Enrique Fernández-García
Amaro La Rosa Pinedo
Carlos Ricardo Gonzales Garcia

TRAGÉDIA YANOMAMI “FARSA DA ESQUERDA”: DESINFORMAÇÃO SOCIOAMBIENTAL NUMA ANÁLISE VISUAL CRÍTICA A PARTIR DO DISPOSITIVO DE COLONIALIDADE 686

Ludmilla Duarte
Celso Sánchez
Alberto Calil Elias Junior

Mesa 11: Mídia e esporte

ZAGALLO E O JORNAL O GLOBO: A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DO TREINADOR NA COPA DO MUNDO DE 1970 691

Matheus Tamaino Brum

NEYMAR JR. NA COPA: UMA ANÁLISE SOBRE AS PUBLICAÇÕES DO JOGADOR/CELEBRIDADE NO INSTAGRAM DURANTE A COPA DO MUNDO DE 2022 694

Luis Henrique Mendonça Ferraz
José Carlos Marques

FUTEBOL E POLÍTICA: ANÁLISE DISCURSIVA DO MOVIMENTO DEMOCRACIA CORINTHIANA A PARTIR DO DOCUMENTÁRIO "SER CAMPEÃO É DETALHE" 697

José Carlos Marques
Ana Lúcia Nishida Tsutsui

EM BUSCA DE UMA IDENTIDADE DE TRANSMISSÃO NO STREAMING: UMA ANÁLISE DAS DIFERENÇAS DA COBERTURA DO FUTEBOL NA TELEVISÃO E NA WEB 702

Paula Leão Delgado
Ana Carolina Campos de Oliveira

GÊNERO E ESPORTE NA TV ABERTA: A RECEPÇÃO DOS TELESPECTADORES BRASILEIROS NO PROGRAMA JOGO ABERTO DA BAND 706

Gabriela Ribeiro Amorin
José Carlos Marques

O CONTEÚDO ESPORTIVO NAS PLATAFORMAS DE STREAMING: UMA ANÁLISE AUDIOVISUAL 711
Ana Carolina Campos de Oliveira
Cristiane Turnes Montezano
Susana Azevedo Reis

Mesa 12: Estudos sobre Cinema

LOS FESTIVALES DE CINE AMBIENTAL Y SU GESTIÓN. UNA APROXIMACIÓN DESDE SUS DIRECTORES 716
Mixzaida Yelitza Peña Zerpa

A REVISTA CAHIERS DU CINÉMA E A RECEPÇÃO CRÍTICA DO GRUPO DZIGA VERTOV 719
Murilo Bronzeri

ECOS DE CARAVAGGIO: CHIAROSCURO EM O PODEROSO CHEFÃO 722
Bernardo Fontaniello
Francine Ferreira de Nardi Golia

AFTERSUN: ELEMENTOS CINEMATOGRÁFICOS EM UMA AUTOBIOGRAFIA EMOCIONAL 725
Lucas Fontanella Ferraz

CONSTRUCCIÓN DE PERSONAJES EN EL CINE CLÁSICO: LA DEFINICIÓN DE LA META Y DE LA MOTIVACIÓN DE LOS PROTAGONISTAS 729
José Patricio Pérez-Rufí
Andrea Cruz-Elvira
Alba Aragón-Manchado

EL BACKSTORY COMO ELEMENTO DE CARACTERIZACIÓN DEL PROTAGONISTA EN EL CINE CLÁSICO DE HOLLYWOOD 733
Andrea Cruz-Elvira
Alba Aragón-Manchado
José Patricio Pérez-Rufí

AS MEDIAÇÕES NA FRUIÇÃO CINEMATOGRÁFICA DIGITAL 737
Heloísa Castilho Fernandes

AS IMAGENS, MEDIUM E MEDIAÇÃO DO SER: CÓPIAS OU REPRODUÇÕES COMO FIGURAÇÕES APROXIMADAS..... 740
Osvando de Morais

EMOÇÃO NO DOCUMENTÁRIO E HUMANIZAÇÃO DA LUTA AGRÁRIA NO BRASIL: CONSIDERAÇÕES SOBRE A ÉTICA E OS OUTROS EM TERRA PARA ROSE..... 742
Luma Laís Souza Perobeli

ESTRUTURAS NARRATIVAS E O PRODUÇÃO DE SENTIDO EM THE ROYAL TENENBAUMS 746
Isabela Nunes Ribeiro

A PREOCUPAÇÃO SOCIOAMBIENTAL E O ATIVISMO A PARTIR DE UMA REPRESENTAÇÃO AUDIOVISUAL AMADORA: VEREDAS DOCUMENTAIS DO PESCADOR NILTON, O CAPIAU..... 749
Adriano Medeiros Rocha

ANÁLISE FÍLMICA DE OS DEUSES E OS MORTOS (1970) E MUDAR DE VIDA (1966) DOS REGIMES AUTORITÁRIOS DE BRASIL E PORTUGAL..... 752
Raíssa da Silveira Pimentel

POR UMA METODOLOGIA DE ANÁLISE FÍLMICA A PARTIR DA DIREÇÃO DE ARTE 755
Dorotea Souza Bastos
Milena Leite Paiva
Theresa Medeiros

A INTERTEXTUALIDADE DA GUERRA: HARRY POTTER E AS RELÍQUIAS DA MORTE E O NAZISMO DE HITLER 758
Letícia da Silva Lima
Liliane de Lucena Ito

SALAS DE CINEMA E ECOLOGIA DOS MEIOS: ATRAÇÕES, AMBIENTES E FANTASMAS 761

Wilson Oliveira da Silva Filho
Márcia Bessa

CINEMA E SOCIEDADE: REPRESENTAÇÕES DOS SUJEITOS CIRCUNSCRITOS PELOS MARCADORES SOCIAIS DA DIFERENÇA SOB A ÉGIDE DAS DISSIDÊNCIAS SEXUAIS E DE GÊNERO NO CINEMA BRASILEIRO 764

Francisco Arrais Nascimento

DOCUMENTÁRIO E REPRESENTAÇÕES DO PODER 767

Daniel Velasco

Memórias

Mesa 1: Arte e estética

Mesa 1: Arte y estética

Natalia Martin Viola
Alice Fátima Martins
Ana Sedeño
Coordenadoras

SALVE, JUVENTUDE": A FORTUNA CRÍTICA DE "TRATE-ME LEÃO" NO RIO DE JANEIRO

Ana Paula Dessupoio Chaves
Christina Ferraz Musse

O artigo tem como proposta abordar a história da crítica de teatro, no Brasil, a partir do recorte da peça "Trate-me Leão" (1977-1978), encenada pelo grupo Asdrúbal Trouxe o Trombone. O Asdrúbal Trouxe o Trombone foi um grupo que se formou a partir de um curso ministrado por Sergio Britto no Teatro Senac, no Rio de Janeiro. Mais especificamente, foi criado em 1º de maio de 1974, por Hamilton Vaz Pereira, Regina Casé, Jorge Alberto Soares, Luiz Artur Peixoto e Daniel Dantas. Para Hollanda (2014), o grupo trabalhou de forma pioneira com a produção cooperativada e, a fim de suprir a falta de recursos cênicos, os integrantes valorizavam a imaginação como matéria-prima de criação.

O processo de criação da terceira montagem, intitulada "Trate-me Leão", durou nove meses. Além desse tempo de espera do público, o espetáculo passou por alguns problemas, pois foi censurado, e a falta de uma sede própria dificultou o andamento do trabalho. Em todo caso, a repercussão já alcançada pela companhia gerou expectativa dos críticos teatrais com a montagem. A peça

foi a primeira criação coletiva do grupo, trazendo à cena questões existenciais de uma juventude urbana, branca, de classe média, que vivia na Zona Sul do Rio de Janeiro. Os atores levavam para o palco a representação de si mesmos. Assim, tornavam acessíveis esses questionamentos ao público que, em sua maioria, era composto por jovens e se reconheciam em tais problemáticas e por outros indivíduos que não se enxergavam em tal realidade.

Na criação coletiva, os integrantes abandonam o apoio dos textos clássicos e partem para a pesquisa livre do que seriam os gostos, modismos, referências, experiências, sobretudo, o desenho do cotidiano do próprio grupo e de seu círculo familiar e social. A conexão entre os elementos esparsos era a relação que tinham com a vida e os problemas dos integrantes do grupo. A necessidade de falar sobre si transformava os textos escolhidos em instrumentos de auto expressão (Fernandes, 2000). O espetáculo ficou em cartaz durante o segundo semestre de 1977 e o ano inteiro de 1978, sem nenhuma subvenção ou patrocínio.

Os jornais ocuparam papel de preponderância na história da crítica teatral brasileira, constituindo-se, por um largo tempo, como o principal veículo que registrou esse gênero textual. O teatro pode ser pensado não só como uma forma de arte que expressa diferentes circunstâncias da experiência humana, mas também como seu elemento formador. Podemos ainda considerá-lo um instrumento de interferência na vida social e observar sua potencialidade como "fala" (Barthes, 1970) que constitui a peça-chave na construção do humano. Portanto, ao observar o teatro, também se observa a sociedade e o contexto ao qual ele está inserido. Os jornais guardavam as críticas teatrais que serviam como registros de memória da arte do "aqui e agora".

O objetivo do artigo é analisar como foi a recepção do espetáculo pelos críticos que escreviam em veículos do Rio de Janeiro, onde o grupo teatral

mencionado surgiu, e investigar quais as questões que atravessaram esses textos. Afinal, uma das especificidades da arte teatral é seu caráter efêmero. Assim, as críticas são vestígios do que restou do espetáculo após o final da temporada, constituindo importantes fontes de reconstituição da realização cênica e de sua memória. A fim de encontrar as críticas da peça "Trate-me Leão" foi feito um mapeamento no *site* da Biblioteca Nacional, mais especificamente na Hemeroteca Digital, e no acervo digital do jornal *O Globo*, onde foi possível localizar os exemplares digitalizados, facilitando o acesso aos arquivos. Para análise dos arquivos, foi utilizado o olhar da autora Tânia Brandão (2006), que defende uma metodologia a partir da consciência histórica, e o método de categorização proposto por Bardin (1977).

Referências

Bardin, L. (1977). *Análise de conteúdo*. Edições 70.

Brandão, T. (2006). Artes cênicas: por uma metodologia da pesquisa histórica. In A. Carrera, B. Cabral, L. F. Ramos, & S. C. Faria (Orgs.), *Metodologia de pesquisa em artes cênicas* (pp. 105-119). 7 Letras.

Fernandes, S. (2000). *Grupos teatrais – Anos 70*. Ed. Unicamp.

Hollanda, H. B. (2014). *Asdrúbal Trouxe o Trombone: memórias de uma trupe solitária de comediantes que abalou os anos 70.* Aeroplano.

A pintura, a escultura e o cinema na obra de Noé Luiz da Mota

Alice Fátima Martins

Neste trabalho, com base em entrevistas com o artista Noé Luiz da Mota (comunicação pessoal, 2023), e em visitas feitas ao seu espaço de atuação, são compartilhadas algumas reflexões sobre a experiência estética propiciada pela relação com os espaços orgânicos da Catedral das Artes, em Goiânia.

Transeuntes desavisados ficam impactados quando se deparam com a Catedral das Artes, numa das esquinas do bairro residencial formado por casas, em Goiânia. O conjunto de formas irregulares, arredondadas, com janelas assimétricas, em meio a uma vegetação tratada com cuidado, provoca a interrogação: que lugar é esse? O espaço, construído pelo artista Noé Luiz da Mota, articula a produção própria à produção de outros artistas, além de acolher encontros com pessoas da área de cultura, conversas e atividades com estudantes da educação básica e do ensino superior, e uma programação contínua no cine clube. Finalmente, ali estão também as instalações domésticas, onde o artista vive, com a família.

Noé Luiz da Mota tem sua origem em região rural do município de Itaberaí, no Estado de Goiás. Seu percurso, como artista, se iniciou no final

dos anos 1960, na cidade de Goiás. Já em Goiânia, trabalhou no atelier da artista Maria Guilhermina, escultora atuante, com produção profícua desde os primórdios daquela década. Assim, o ponto de partida de seu trabalho está na escultura e na pintura, linguagens em que reúne as referências do bioma do cerrado, seu contexto de origem, e do surrealismo. Complementando os campos de atuação, Noé passou a operar também com o cinema, como realizador e como coordenador de cineclube.

A Catedral das Artes, que chama a atenção das pessoas, começou a ser construída no início dos anos 1990, e continua ainda hoje em processo, incorporando continuamente elementos, tendo modificadas suas estruturas, ajustando-se aos novos projetos. Seu criador inspira-se no que chama de "as formas orgânicas do cerrado", buscando nelas referências para as estruturas com que trabalha, os materiais, as texturas, etc. Não por acaso, recorrentemente as pessoas referem-se à Catedral das Artes como um conjunto de enormes cupinzeiros.

Como realizador de cinema, Noé Luiz da Mota já produziu documentários institucionais sobre artistas goianos, mas também realiza filmes de ficção, atuando, dirigindo ou produzindo (Terra rasgada - Mota, 2022). Nesses processos, envida esforços para assegurar o trânsito entre os elementos da escultura, da pintura, as referências do bioma do cerrado e do surrealismo. Assim, o surrealismo traduzido para a ambiência geográfica do centro do país, em territórios cobertos pelo cerrado, funciona como a bússola de sua produção nesses três eixos, quais sejam a pintura, a escultura e o cinema.

O cineclube constitui um espaço dinâmico e contínuo não só para a projeção de filmes, mas também para o debate sobre produções as mais diversas, desde obras consideradas clássicas até obras locais e regionais, motivando muitos dos participantes a aventurarem-se em produções ou em reflexões

sistemáticas sobre as obras fílmicas. Nesses termos, o espaço do cineclube cumpre também a função formadora, de caráter educativo. O que se estende para as programações de visitas de estudantes das mais diversas faixas etárias ao local, quando podem ter acesso à obra do próprio Noé Luiz da Mota, bem como de outros artistas, além de conhecer equipamentos cinematográficos antigos. Podem, ainda, conversar com o próprio artista, e experimentar produções com materiais diversos, expressando suas impressões sobre a vivência com o lugar (Neves et al., 2021).

Finalmente, quando indagado sobre sua relação com a arquitetura, considerando o fato de ter sido ele o criador e executor da construção que, em si, impressiona os passantes e visitantes, Noé Luiz da Mota também causa estranhamentos ao responder, com um breve sorriso, que não se trata de uma obra arquitetônica: "Na maior parte das vezes, a gente vê uma escultura por fora..." Suas reticências informam que a construção é para ser experimentada como escultura. Trata-se de uma escultura para ser vista por fora e por dentro, com portas, janelas, abóbodas e vitrais. É uma escultura para ser vivida, ao mesmo tempo em que ela também funciona como um organismo vivo, em contínua transformação.

Nesses termos, o espaço vibrante ali constituído propicia uma multiplicidade de experiências estéticas, formativas, além de evocar à reflexão sobre o próprio sistema da arte, seus cânones e estruturas de poder.

Referências

Mota, N. L. (2016). *Entrevista Enredo Cultural TVUFG*. [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=d0CHUXrqur8

Mota, N. L. (2022). *Terra rasgada* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=zSQUWNEPmjk

Neves, D. F., Barbosa, E. & Bueno, F. (2021). Noé das Artes. Em D. N. de C. Mesquita, M. A. de S. C. Rocha, & S. M Freire (Orgs.), *Escola de educação básica para todos*! (Vol. VI). Cegraf UFG. https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/688/o/educacao_basica.pdf

Maestro Gato: Webtoon para pensar el rol docente

Claritza Arlenet Peña Zerpa
Mixzaida Yelitza Peña Zerpa
José Alirio Peña Zerpa

Webtoon aparece asociado a una industria cultural en Corea del Sur cuya réplica a occidente y la expansión del mercado ha sido significativa gracias a internet y las redes sociales. Posee dos características entre las cuales destaca la *verticalidad* (ajustado a los móviles) y la *transmedialidad*, a través de las cuales Aguiló (2022) sitúa dentro de una ruptura estética en términos de nuevas formas de comunicación, narrativas y medios, los cuales se distancian de los tradicionales cómic.

Los formatos ágiles han creado una comunidad de lectores con un consumo rápido de las historias. De allí que su viralidad pareciera entonces estar justificada por la inmediatez de las historias, la inmersión en esas realidades narradas y la interacción entre lectores. Sobre este último aspecto, vale destacar los comentarios, también protagonistas de las historias. Sirven de interpretación o formulaciones del gusto a la obra y pueden ser enviados desde los móviles y otros dispositivos (Fernández, 2018).

Como fenómeno los webtoon han llegado a occidente a través de plataformas donde concurren noveles artistas y experimentados, quienes pueden publicar sus trabajos por géneros (comedia, romance, drama, acción, suspenso, deportes, terror y otros). Si bien, representa un espacio para la lectura también permite crear una comunidad de miembros y seguidores de las historias, para luego comentarlas y compartirlas a través de Facebook y Twitter.

Entre los webtoon populares en español es el *Maestro Gato*[1] de Paulina Palacios (Paulinaapc, s.f.)[2] quien cuenta con 2495 seguidores en la plataforma Webtoon, 298 mil seguidores en (Facebook) y 34,1 mil seguidores en instagram (@maestrogato_oficial). Además, ha publicado en forma impresa en la Editorial Visuales desde el año 2016. La obra cuenta con una colección a color (año 2022).

Maestro Gato como Webtoon integra las historias de estudiantes con el inusual rol de educador de un felino. A primera vista resulta una invitación a potenciales lectores (fanáticos de los gatos) así como la transgresión a la imagen (combinación de características de un humano y un animal) en un tono inusual donde se resaltan los errores y defectos. Por tanto, se trata de mostrar nuevas significaciones, distanciadas de lo mitológico y cultural.

Si bien, desafía a estereotipos, rescata las características del animal para combinarlas en una figura híbrida capaz de trepar paredes, esconderse en arbustos, desafiar el sueño para cumplir con sus deberes y acompañar a aquellos adolescentes en sus dificultades.

1. Un webtonn disponible en la plataforma https://www.webtoons.com dispone de un blog creado por su autora http://maestrogato.blogspot.com/ donde introduce a los lectores a la obra a partir de la descripción de cinco personajes: Maestro Gato, Tirifilo, Muriel, Saturnina y Benito. Emiko es otro estudiante quien aparece en el episodio veintitrés de Maestro Gato I.
2. La artista usa su seudónimo en la página https://www.paulinaapc.com/ así como la comunidad de seguidores.

La independencia del maestro se observa en los episodios. Él no espera por otro para tomar decisiones, no le gusta complacer a sus estudiantes ni a otros jóvenes. Al contrario, se concentra en enseñarlos a aprender así se trate de invitarlos a su casa para que ejerciten, pero al intentar ayudar a sus estudiantes puede equivocarse. Como felino se deja llevar por sus instintos, cuando ve un mal trato de Tirifilo a Saturnina, por ejemplo, así rompa con las normas convencionales.

Por curioso que resulte, Maestro Gato aconseja a otros. Para él la comunicación es clave así que su apariencia autodenominada sexy (implica una presentación elegante), tiene contacto visual con el grupo, la cola es una metáfora de la autorregulación y gracias a las neuronas espejo se le observa en muchas situaciones consolando y feliz entre sus estudiantes.

Referencias

Aguiló, J. (2022). El fenómeno de los webtoon coreanos y su difusión global. *Portes, revista mexicana de estudios sobre la Cuenca del Pacífico. 16*(32), 107- 123. http://www.portesasiapacifico.com.mx/revistas/epocaiii/numero32/6.pdf

Fernández, P. (2018). Del manhwa al webtoon: reflexiones en torno al desarrollo de la industria de los cómics en Corea del Sur. En C. Daza, A. Santa C., & A. Meo (Coords.), *Narrativas visuales: Perspectivas y análisis desde Iberoamérica* (pp.174-193). Fundación Universitaria San Mateo Editorial. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7033244

Paulinaapc. (s.f.). Maestro Gato. *Webtoon.* https://www.webtoons.com/es/challenge/maestro-gato/rechazo/viewer?title_no=475385&episode_no=2

O SURREALISMO ENQUANTO UNIVERSO FOTOGRÁFICO

Lilian Lindquist Bordim
Denis Porto Renó

Ao longo do desenvolvimento da história da humanidade, a arte desempenha um papel fundamental e impactante nas diferentes áreas da vida em razão de ter permitido e, ainda permite, às pessoas comunicarem suas ideias, suas emoções, seus pensamentos e suas diferentes perspectivas de forma única, individual e coletiva, transformando e representando a experiência humana em suas variadas áreas do conhecimento, abordando valores estéticos, culturais e filosóficos através da reflexão crítica em sua coletividade. Muitos dos movimentos artísticos que aconteceram ao longo do tempo derivaram de movimentos intensos para questionar a própria existência e desafiar as normas estabelecidas pelo sistema.

Desde o marco histórico da Revolução Francesa, acontecida em 1789, o mundo reconheceu-se em um lugar de transformações significativas causadas pelo desenvolvimento de novos ideais e tecnologias, provocando impactos abrangentes nas áreas políticas, sociais, econômicas e culturais, visto que a

ciência teve um grande impulso, inclusive impactando tanto na criação de novos suportes e ferramentas para a arte quanto na expressão artística.

Coincidindo com o final da Primeira Guerra Mundial, a arte acompanhou o nascimento do movimento surrealista, movimento este que traz uma complexidade sobre sua definição visto que suas expressões se desenvolveram em uma sequência de manifestações artísticas em diferentes áreas do tempo histórico. A influência do contexto social naquele momento, início do século XIX, fez com que as linguagens artísticas explorassem diferentes poéticas na literatura, pintura, escultura, cinema e fotografia.

Acontecendo num momento de destruição e horrores, o sentimento de desilusão e os questionamentos no pós-guerra eram preponderantes e, assim, o surrealismo proporcionou espaço para a manifestação da realidade além da objetividade e da racionalidade; o que ditava era o espontâneo, o inconsciente, desafiando as técnicas e normas convencionais da lógica, da moral e da razão. Mas como aliar esse contexto e conceitos surrealistas à produção fotográfica, sendo que esta se insere num campo de imagem mecânica ligada à realidade? Muitos fotógrafos adotaram o título e as ideias do movimento surrealista em suas composições estéticas, sendo assim a fotografia talvez tenha servido aos ideais estabelecidos no Manifesto Surrealista escrito por André Breton em 1924.

Assim, o objetivo é investigar e refletir, por meio de uma revisão bibliográfica, sobre a contextualização do movimento artístico surrealista e sua relação com a produção fotográfica desenvolvida ao longo do tempo, assim como analisar as aproximações e composições visuais a partir dos conceitos do surrealismo. Trata-se de uma pesquisa teórica, bibliográfica e descritiva do tipo qualitativa, de natureza em análise documental sobre o surrealismo e fotógrafos que são considerados surrealistas. O movimento surrealista não morreu com o início da Segunda Guerra Mundial, ele continua a ressuscitar

em diferentes momentos históricos, trazendo o rompimento da busca pelo sentido nas representações comunicacionais, desconstruindo e construindo novas narrativas imagéticas. De acordo com esse cenário da arte contemporânea e produção imagética é interessante tomar consciência e analisar as influências das composições visuais enquanto linguagem, tendo a fotografia sendo utilizada como recurso de forma ostensiva nos tempos atuais, expressando, criando e ultrapassando os limites da lógica comunicacional com o mundo.

A MÚSICA BRASILEIRA NA ERA DA REPRODUTIBILIDADE TÉCNICA: UMA ANÁLISE DA EXPERIÊNCIA DO OUVINTE DE DISCOS DE VINIL E AS PLATAFORMAS DE STREAMING

Gabriele Oliveira Teodoro
Gustavo Xavier Agostinho

A música brasileira é uma forma de arte reconhecida mundialmente por sua diversidade e riqueza cultural. Neste contexto, este artigo propõe a aplicação dos conceitos apresentados por Walter Benjamin em seu texto "A Obra de Arte na Era da Sua Reprodutibilidade Técnica" de 1936, à experiência musical, mais especificamente, à análise da fruição do ouvinte nos discos de vinil e nas plataformas de streaming.

Benjamin aborda a temática da aura da obra de arte, questionando a autenticidade e unicidade da experiência diante da reprodução técnica. Nas palavras de Benjamin, aura é "uma figura singular, composta de elementos espaciais e temporais: a aparição única de uma coisa distante, por mais perto que ela esteja" (Benjamin, 1994, p. 170). Embora Benjamin não tenha

se aprofundado no tema da música, acreditamos que seus conceitos podem ser aplicados e testados nesse âmbito.

Vinis, *streamings* musicais e a aura da obra de arte

Os vinis têm uma aura especial, uma vez que cada reprodução demanda tempo e atenção, e é influenciada pelo ambiente em que é ouvido. O ritual de retirar o disco da capa, colocá-lo na vitrola e ajustar a agulha, por exemplo, contribui para uma imersão mais profunda na experiência musical. Além disso, o formato analógico proporciona uma qualidade de som peculiar, com nuances e texturas diferentes das versões digitais.

No entanto, com o avanço tecnológico, surgiram as plataformas de *streaming* musical, que oferecem acesso a um vasto catálogo sonoro de forma prática e instantânea. Essa facilidade de acesso e a possibilidade de ouvir canções em qualquer lugar e a qualquer momento, transformaram a forma como as pessoas consomem música. Diante disto, surge a questão: a experiência de ouvir música através das plataformas de *streaming* acarreta na perda da aura e da singularidade que Benjamin atribui à obra de arte?

Para responder a essa pergunta, dividimos o artigo em duas partes. Na primeira, faremos uma breve abordagem sobre os pensamentos de Walter Benjamin presentes em seu texto. A aura da obra de arte é um elemento central em sua discussão, destacando a unicidade e autenticidade que a torna especial. A partir desses conceitos, analisaremos a experiência de ouvir discos de vinil, desde seu advento até os dias atuais, e como essa mídia sonora contribui para a preservação da aura musical. A relação afetiva familiar, passando de geração em geração, e a importância do dono da loja de discos como mediador cultural, serão consideradas.

No segundo momento, mapearemos e entrevistaremos os responsáveis das duas principais lojas de discos em Juiz de Fora, Minas Gerais, e também moradores da cidade apreciadores e colecionadores de vinil, explorando os sentimentos e memórias associados a essa mídia. Dessa forma, investigaremos como a interação física com o objeto estético proporciona uma vivência única, que pode influenciar a forma como nos relacionamos com a música. Observaremos a diferença dessa experiência na era do advento dos streamings musicais, que traz novas possibilidades, tais quais a de pular faixas, criar listas de reprodução personalizadas e a de receber recomendações algorítmicas, o que pode alterar a maneira como as pessoas recebem a harmonia, favorecendo um consumo mais superficial e fugaz.

Portanto, concluímos que os conceitos de Benjamin sobre a aura da obra de arte podem ser aplicados à música, ajudando no debate sobre as diferenças dessas mídias. Ambas as experiências têm suas singularidades e desafios, e é importante reconhecer as possibilidades que cada uma oferece. A música brasileira, com sua rica diversidade cultural, continua a ser apreciada e vivenciada em diferentes formatos, mantendo-se como uma expressão artística significativa e em constante transformação, mesmo na era da reprodutibilidade técnica.

Referências

Benjamin, W. (2012). *Magia e técnica, arte e política* (Vol. 1). Brasiliense.

Batman e Internacionalismo: As Trevas do Cavaleiro no Pensamento Neoconservador

Renan Claudino Villalon
Vicente Gosciola

Cada experiência estética que se possui envolve a nossa dimensão de substância (corpo) e a nossa capacidade interpretativa (alma) neste presente amplificado da Pós-Modernidade. Quando indagamos sobre essa "presença" (Gumbrecht, 2010) das obras de expressões artísticas em nosso contemporâneo, o amplo presente (Gumbrecht, 2015) no cronotopo atual é percebido pela fragmentação das formas, dos espaços e dos tempos nos mais diferentes conceitos estéticos que direcionam as mídias. Por isso que a experiência estética com certos produtos artísticos produz efeitos de presença e efeitos de sentido (Gumbrecht, 2010) ao mesmo tempo em que também se percebe um amálgama de espacialidades e temporalidades, que através das atmosferas elaboradas remetem a e constroem ambiências que orientam a mente humana para diferentes leituras e discursos sobre as obras. Compreendendo pelas sensações as "presenças produzidas" por substâncias fílmicas elaboradas por codificações de mídias, minha proposição é a de um estudo que seja provocado a partir da experiência estética particular como um modo de sentir e observar a (re)concepção de um personagem anti-heroico do universo midiático da

editora DC Comics. Já no universo expandido *Worlds of DC* (2013 adiante), as materialidades dos filmes são pensadas num processo de produção que se destaca pela adaptação de um repertório midiático e de um coletivo narrativo que se estendem para além dos produtos da editora (HQs), abarcando em conjunto: jogos eletrônicos e outros filmes. Ao partir do contato com um dos filmes fundamentais à construção do universo orientado pelo diretor Zack Snyder – *Batman v Superman: Dawn of Justice* (2016) –, meus objetivos são: (1) identificar a base estrutural midiatizada referente à configuração imagética de Bruce Wayne/Batman; e (2) a partir desta composição, e de suas presentificações midiáticas, analisar o que emerge de leituras políticas externas estadunidenses correlacionadas com o discurso de ordem do anti-herói. A metodologia para esse estudo parte inicialmente das sensações sentidas pelo *stimmung* (Gumbrecht, 2014) com o filme, tendo em vista os efeitos de presença causados no contato com esse sentir referente ao anti-herói na obra. E desta indivisibilidade material com o "objeto em presença", observar e analisar os caminhos que levam aos efeitos de sentido sobre o personagem, a partir da percepção de climas e tons atmosféricos audiovisuais e de sua orientação à territorialidade e desterritorialidade na composição da ambiência fílmica pelo deslocamento do personagem, corroborando a ideologia reconhecida como discurso de ordem. Os resultados obtidos pela análise da obra cinematográfica foram bem categóricos sobre as referências presentificadas e os pensamentos políticos referente à forma e às orientações do personagem. No filme há sensações de perdas de esperança (tragédia e desilusão) relacionadas com as atmosferas: (1) de caos; e (2) de extrema violência emergentes na narrativa. Estas estão relacionadas com os traumas psicológicos de Bruce Wayne – a perda dos pais e o ataque de Metropolis por kryptonianos – e com a sua forma técnica de combate, mais violenta e sombria. As ambiências aqui reconhecidas são referentes (principalmente) à *graphic novel Batman: The Dark Knight*

Returns (1986), de Frank Miller – sobre seu conflito e caos –, às reportagens e documentários sobre os atentados terroristas de 11/09/2001 – referentes à tragédia e motivação de morte que o conduz –, e aos *games* da série *Batman: Arkham* (2009-2015) – pela dinâmica de combate do personagem e *design* de seus aparatos tecnológicos. Já o discurso de ordem do Batman neste filme é próximo do pensamento neoconservador estadunidense, isso porque o personagem decide intervir contra a presença do Superman na Terra, remetendo à mesma ambiência política presente na época pós-atentados de 11/09, em que os EUA promoveram a ideia de guerra preventiva contra grupos islâmicos – isso entre outros temas neoconservadores presentes na ideologia do anti-herói. A percepção final, após a pesquisa, é que tal imersão provocada pela materialidade do filme indica um processo de produção sensível no qual sua substância mostra-se destotalizante em termos de espaço e tempo ao pensarmos na midiatização do personagem na obra, impedindo a solidificação de mídia/discurso, de estética/semântica, ou de presença/sentido. Uma indicação de que a cultura *pop* há um bom tempo se serve de produções que provocam dispersão e sem preocupação com qualquer tipo de profundidade, no qual boa parte de um coletivo narrativo pode emergir nos universos estendidos de super-heróis.

Referências

Gumbrecht, H. U. (2010). *Produção de Presença: O que o Sentido não consegue Transmitir*. Ed. Unesp.

Gumbrecht, H. U. (2014). *Atmosfera, Ambiência,* Stimmung*: Sobre um Potencial Oculto da Literatura*. Ed. PUC-Rio.

Gumbrecht, H. U. (2015). *Nosso Amplo Presente: O Tempo e a Cultura Contemporânea*. Ed. Unesp.

La performatividad videográfica y los seres mediáticos – para un estudio del videoarte a la luz de la posfenomenología

Regilene Aparecida Sarzi-Ribeiro

Este es un estudio sobre el arte del video con el objetivo de investigar la performatividad videográfica. El estudio nace del supuesto de que la poética y la estética videográfica resultan de la competencia del lenguaje del vídeo, que se proyecta socialmente como un actor protagonista que actúa y reacciona ante diferentes contextos y soportes mediáticos, imprimiendo su capacidad mutante en los más diversos mediático hasta el punto de provocar comportamientos videográficos en los seres mediáticos. Se cree que uno de los rasgos de la performatividad videográfica es comportarse como un virus o un agente que transmite sus rasgos lingüísticos cada vez que se proyecta culturalmente. En las artes, el video termina definiéndose por su capacidad de apropiarse de las más variadas formas de expresión: videoarte, videoperformance, videodanza, videoclip, video teatro, videopostal, video poesía, videoinstalación, video escultura, performance audiovisual. Se argumenta que la versatilidad videográfica y la performance con la que actúa modelando comportamientos sociales como los que se pueden observar en las prácticas culturales digitales,

que todo lo traduce en sonido-imagen, audiovisual, registros, archivos, fragmentos, encuadres, multiplica ventanas, superpone planos y/o promueve la fusión de sonidos e imágenes, resulta del comportamiento viral del video que contamina los sujetos interconectados, convirtiéndose en un lenguaje imperativo y omnipresente, además de ubicuo y desviado. El video siempre ha sido y será el lenguaje que provoca la convergencia mediática y tecnológica, arraigándose en las prácticas sociales contemporáneas. La investigación busca describir cómo se habita videográficamente el mundo y cómo lo audiovisual, observado en las prácticas culturales digitales, se inserta en las prácticas sociales contemporáneas. Con la pandemia de la COVID'19, esta penetración se amplió y las observaciones de esta investigación apuntan a un aumento significativo de las manifestaciones artísticas que involucran el video, especialmente el arte del video en red. Pero la investigación pretende avanzar en los estudios sobre el arte del video, que siempre se han centrado en él como soporte o medio, vehículo de la acción artística sin considerar al video como un fenómeno cultural cuyo lenguaje opera a través de su performatividad. El objetivo de la investigación es analizar cómo la ubicuidad del video en el arte pandémico, entre 2020 y 2022, promovió un reordenamiento en la sintaxis videográfica y el mantenimiento de estructuras básicas de la estética videográfica -temporalidad, continuidad, fragmentación- teniendo como objeto de estudio las obras. en video participantes del Premio PIPA em Casa (2020) y del Proyecto Arte como Respiro (2020). Estos proyectos suman diferentes lenguajes que confluyen a través del video, desde el videoarte hasta las performances audiovisuales, pasando por la videoinstalación, la videoperformance, el video teatro y la videodanza, y son fuentes de datos sobre la performatividad videográfica en el arte contemporáneo. Para la fundamentación teórica se tomó como base la filosofía estética contemporánea, la filosofía de la tecnología y la posfenomenología.

Los autores cuyo desarrollo teórico sirvió de base fueron Anne Cauquelin, filósofa y crítica de arte francesa, Andrew Feenberg, filósofo estadounidense y Don Ihde, filósofo estadounidense, este último pionero del pensamiento posfenomenológico. Se entiende que al analizar las manifestaciones artísticas que componen el corpus de la investigación, habrá un cuadro o estado del arte del comportamiento cambiante del video en el arte contemporáneo que suscita diferentes experiencias estéticas, capaces de ampliar la competencia del lenguaje videográfico hasta el punto de poder observar cómo los seres audiovisuales, paulatinamente y sobre todo, en la era post-digital, se han ido convirtiendo en seres videográficos en el escenario aquí discutido compuesto por seres mediáticos. Asimismo, un diálogo entre el fenómeno y el escenario artístico y cultural postpandemia en el que la aplicación del video como medio, expresión cultural y lenguaje poético se mostró emergente y potente, amplificando vale la pena investigar cómo se estructura la performatividad poética del video. la escena de las artes audiovisuales contemporáneas. Los resultados de la investigación apuntan a una poética de la intimidad ya una estética algorítmica que exige una reflexión crítica ya que el mantenimiento e innovación del lenguaje videográfico en el arte contemporáneo es fruto de la performatividad videográfica.

Pequeno mapa à luz de Rembrandt: pesquisa e extensão na unidade UEMG Frutal sob o ponto de vista fotográfico

Santiago Naliato Garcia
Lorena Lopes Silva

Trazemos um estudo sobre a preservação da memória da Pesquisa e da Extensão no âmbito universitário. Usamos a palavra Pequeno no título, fazendo uma alusão ao recorte reduzido de uma unitária instituição. O título foi pensado, então, nesse recorte de objetos e faz citação a Rembrandt e sua técnica peculiar de pintura, em especial a constituição de luz, que será apropriada para a realização dessa proposta. O objetivo, dessa forma, é possibilitar a permanência e a memória por meio da constituição de um acervo fotográfico retratando as personagens da Pesquisa e da Extensão na Unidade Acadêmica da qual os presentes pesquisadores fazem parte, objetivos específicos estes que foram alcançados com o levantamento de dados, bibliográficos, localização dos envolvidos, fotografação e catalogação dos participantes constituindo, assim, nosso pequeno mapa.

Partimos do princípio que as imagens são dotadas de capacidade inata de abstração em níveis: imagem tradicional e sua abstração de primeiro

grau, abstraindo duas dimensões do fenômeno concreto; imagem técnica e sua abstração de terceiro grau, abstraindo uma das dimensões da imagem tradicional para resultar em textos que – depois – reconstituem a dimensão abstraída buscando, novamente, resultar em imagem (Flusser, 1985). Ou então, no terreno das significações, notamos duas realidades se formando e constituindo, na memória visual do leitor, novos significados (Kossoy, 2002). São as imagens que reconstroem o mundo a partir de seus componentes figurativos ou mesmo constroem novos significados na medida em que imprimem seus signos e autorreferência, criando conexões entre linguagens e ambientes comunicacionais no âmbito da comunicação social, do jornalismo e de todas as diversas áreas do conhecimento.

Iniciaremos a questão teórica com a noção de Documento e Memória em Buitoni (2011) e aprofundaremos com De Certeau (2011) com A Escrita da História, no qual o autor discursa com o objetivo de caracterizar diversas operações teóricas e discursivas que atuam na formação daquilo que leva o título: em uma escrita da história, e da obra de Ricoeur (2007) em A História, a Memória e o Esquecimento. Nela, o autor faz um retorno ao estudo do fenômeno memória a partir de Platão e Aristóteles, abordando a questão da memória individual e coletiva, antes de iniciar seu estudo nas fases documental, de explicação/compreensão, representação, da operação historiográfica.

Nosso papel, nesse ínterim dos estudos teóricos, é trazer essas conexões para a fotografia dentro do jornalismo, ou seja, de uma prática de registro a partir de certos parâmetros comunicacionais, como meio, duração e perenidade, um dos ofícios ou profissão.

Argumentamos como justificativa de estudo a relevância que esta proposta apresenta para a região geográfica do corpus de pesquisa no sentido de preservar toda uma vasta memória iconográfica dos pesquisados e

extensionistas para futura recuperação acadêmica. A UEMG Frutal teve seu primeiro vestibular realizado em 2004, com 100 vagas para Administração. Nos anos seguintes, foram abertos mais cursos: em 2006 Ciência e Tecnologia de Laticínios e Direito. Um ano depois, Geografia, Superior de Tecnologia em Produção Sucroalcooleira e Comunicação Social, com Jornalismo e Publicidade e Propaganda. Logo depois, em 2012, Superior de Tecnologia em Alimentos. Atualmente, são cerca de 1100 alunos de várias regiões do país. Os cursos atuais são: Administração, Jornalismo, Direito, Geografia, Engenharia Agronômica, Engenharia de Alimentos, Engenharia de Produção, Sistemas de Informação e Publicidade e Propaganda.

Além dos cursos de graduação, a UEMG Frutal tem docentes e discentes trabalhando em cursos de Pós-Graduação Lato Senso e Stricto Sensu, com os cursos: Agroecologia no Cerrado, Gestão Estratégica de Pessoas. Mestrado em Ciências Ambientais e Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação.

Grande parte dessa história podemos afirmar, certamente, que não dispõe de um acervo ou constituição visual que conte e reforce a narrativa que fazemos por intermédio do texto ou mesmo da transmissão oral, ainda presente no contexto acadêmica ao falar sobre docentes e discentes que passam pela UEMG Frutal, mas que não deixam marcas visuais, rastros, de sua participação e presença na comunidade acadêmica.

Assim, fica evidenciado que a preservação visual juntamente com a ancoragem do texto explicativo sobre as pesquisas e extensão se apresenta como um recurso de preservação da memória necessário e urgente, frente às modernas formas de representação, como reals e stories da Mídia Social Instagram, que duram 24h e depois são apagadas.

Referências

Buitoni, D. S. (2011). *Fotografia e Jornalismo: a informação pela imagem*. Editora Saraiva.

De Certeau, M. (2011). *A Escrita da História* (3ª. Ed). Editora Forense Universitária.

Flusser, V. (1985). *Filosofia da Caixa Preta.* Hucitec.

Kossoy, B. (2002). *Realidades e Ficção na trama fotográfica*. Ateliê Editorial.

Ricoeur, P. (2007). *A Memória, a História, o Esquecimento.* Editora Unicamp.

Os sambas-enredo na fruição em streaming no Spotify: um estudo de caso sobre curtidas e novas telas do carnaval de escola de samba no Rio

Rafael Otávio Dias Rezende
Marco Aurélio Reis

Em 2022, a Liga Independente das Escolas de Samba do Rio de Janeiro (Liesa) lançou o selo fonográfico Rio Carnaval para reunir sambas-enredo desde 1985, em um movimento de valorização da letra e da música. Projeto da liga para retomar o protagonismo na fruição fonográfica do carnaval do Rio, o selo indica um fato: há uma década vem ocorrendo uma disrupção (Christensen, 2001) no consumo dos sambas das agremiações carnavalescas.

Desde 1968, havia uma expectativa de, a cada fim de ano, ocorrer o lançamento dos discos de vinil, e, posteriormente, dos CDs com os sambas do carnaval do ano seguinte. Porém, desde a popularização dos aplicativos de compartilhamento de músicas e *podcasts* em *streaming* – tais como Spotify, Apple Music e Deezer –, as peças analógicas em vinil e CD passaram a cair em número de vendas e a interessar apenas grupos de colecionadores, com as impressões ficando limitadas a pouco mais de duas mil por ano.

A partir de então, com os sambas lançados em plataformas digitais, mídias sociais e nos aplicativos de compartilhamento de música em canais das agremiações, intérpretes, compositores e da Liesa, uma nova lógica de consumo se instaurou, sobretudo pelo acesso facilitado a sambas antigos no mesmo local que os novos, numa confluência de memória e novidade. Os sambas passaram então a ficar reunidos em *playlists* postadas, inclusive, por foliões e interessados no ritmo e nas letras. Tais listas são escalonadas de acordo com o número de curtidas e baixadas, algumas ultrapassando 10 mil acessos.

Assim, utilizando a metodologia Estudo de Caso (Yin, 2001), a pesquisa propõe investigar o consumo de sambas-enredo no Spotify, aplicativo com 195 milhões de usuários no Brasil, número superior ao somatório dos brasileiros que utilizam o Deezer e o Apple Music. Para isso, três estilos de perfis integram a análise: 1) *playlists* feitas por fãs, observando-se quais os sambas históricos se mantêm populares na era do *streaming*; 2) páginas oficiais das escolas do Grupo Especial carioca, com a intenção de identificar as obras mais acessadas entre aquelas já nascidas no tempo das plataformas digitais; 3) páginas de intérpretes das escolas de samba do Grupo Especial, visando perceber quais os sambas são os mais acessados nesse segmento, seja da era vinil/cd ou da era *streaming*. Para cada um desses tópicos, serão selecionadas as cinco páginas/*playlists* com maior número de ouvintes mensais ou curtidas.

O levantamento visa responder às perguntas: Quais os sambas que aparecem mais? Quais os mais compartilhados? O que eles têm em comum? Quais desfiles eles representam? Quem vence no *streaming*, o passado ou o presente? Qual escola se destaca no Spotify? Dessa forma, será apresentado um raio-x dessa fruição, de modo a contribuir para formação de novas listas com sambas-enredo, para o entendimento da nova geração de foliões e para memória do carnaval de escola de samba no Brasil.

Referências

Christensen, C. M. (2001). *O dilema da inovação*. Makron Books.

Yin, R. K. (2001). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Brookman.

A EXPERIÊNCIA ESTÉTICA NA COMUNICAÇÃO DOS MUSEUS NAS REDES

Aline Lisângela da Silva Galvani Carvalho

Com a era digital, a midiatização da arte por meio das novas tecnologias, possibilita um acesso amplo e irrestrito a grandes produções e exposições virtuais. Dentro desta perspectiva, os sites de museu de arte representam uma nova linguagem comunicacional. Um novo lugar nas redes, que permite novas formas de recepção e produção de sentidos.

Nova linguagem comunicacional museal

O museu é um espaço comunicacional que elabora um modelo de fruição, resultado da poética construída em torno de sua exposição (Roque, 2010). A evolução tecnológica e o surgimento das mídias digitais romperam fronteiras invisíveis, que até então restringiam o público a ter uma maior interação com a arte, como é o caso dos sites de museus virtuais disponíveis nas redes. Algumas plataformas utilizam para o percurso do público virtual uma ferramenta que se assemelha a do GoogleMaps, o Street View (Roque, 2018), já outras, optam por disponibilizar parte de seu acervo com imagens e uma breve descrição sobre suas obras.

Seja pelo celular ou pelo computador, a nova linguagem comunicacional utilizada pelo museu torna possível visitar grandes museus, como o MoMa (Museum of Modern Art) em Nova Iorque, o Museu do Prado em Barcelona, o Museu do Cairo no Egito ou o Museu do Louvre em Paris. Estes e outros museus famosos no mundo, representam uma nova linguagem comunicacional, mais acessível, e com a mesma potencialidade de fruição estética que existe no ambiente físico, como afirma Roque (2018, p. 24), ao dizer que "o recurso a tecnologia faculta uma oportunidade para recuperar a pluralidade dos sentidos e conexões que cada objeto encerra, preservando a autenticidade do original sem prejudicar a sobriedade do espaço físico do museu".

Experiência estética virtual

As vivências e percepções de mundo decorrentes de uma experiência estética representam um espaço fundamental na vida do ser humano (Gadamer, 1997). Um processo subjetivo que já analisado por Dewey (2021). Para este autor, a arte e a experiência estética são fundamentais para formação subjetiva do ser humano, ele diz que "a ciência afirma significados, a arte os expressa", onde a experiência estética é o ato de aprender a sentir, ao unir valores a sensibilidade para ativar a reflexão (Dewey, 2021, p. 182).

Em tempos digitais, onde a comunicação ocorre com uma maior frequência através das redes, a experiência estética e seu respectivo processo de fruição convida a revisitar antigos conceitos e relacioná-los agora à virtualidade (Barbero, 2004). Neste sentido, Roque (2018, p. 25) afirma que "os museus têm vindo a reconhecer a necessidade de incorporar modalidades de interpretação e comunicação interativas e de criar experiências imersivas".

Conclusão

A nova linguagem comunicacional utilizada pelo museu nas redes retrata a preocupação desta instituição social com a humanidade. Em sua maioria, os sites de museus virtuais de arte recriam o ambiente físico ao disponibilizar seu patrimônio cultural, ao promover um discurso expositivo virtual que privilegia o público a ter as mesmas experiências estéticas que teriam presencialmente. Utilizar todo potencial que as novas tecnologias oferecem é valorizar os novos modos de interação e fruição com a arte, para gerar mais conhecimento, e legitimar a ação comunicante do museu nas redes.

Referências

Barbero, J. M. (2004). *Ofício de Cartógrafo – Travessias latino-americanas da comunicação na cultura* (F. Gonzáles, trad.). Edições Loyola.

Dewey, J. (2021) *A Arte como Experiência.* (1ª ed. 3ª reimpressão, V. Ribeiro, trad.). Martins Fontes Editora.

Gadamer, H. G. (1997). *Verdade e Método: Traços Fundamentais de uma Hermenêutica Filosófica.* (3ª ed). Editora Vozes.

Roque, M. I. (2010). *Comunicação no museu*. In A. M. Magalhães, R. Z. Bezerra, & S. F. Benchetrit (Orgs.), *Museus e comunicação: Exposições como objeto de estudo* (pp. 45-66). Museu Histórico Nacional.

Roque, M. I. (2018). *O dilema do museu: Apenas real ou também virtual?* In F. Ilharco, P. Hanenberg, & M. S. Lopes (Orgs.), *Património cultural e transformação digital* (pp. 21-31). Universidade Católica Editora.

A ilustração em livros de RPG nacionais: expressões decoloniais da Fantasia

Leonardo Alvarez Franco
Paula da Cruz Landim
Guilherme Cardoso Contini
Fernanda Henriques

Jogos de interpretação, ou RPG (sigla do original *Role Playing Games*), são explicados mais facilmente quando comparados a práticas teatrais. Partidas de RPG normalmente são constituídas por uma série de eventos e desafios planejados e propostos por uma jogadora, que assume o papel de narradora, e que devem ser resolvidos por outras jogadoras, cada uma interpretando uma personagem criada de acordo com o sistema de regras utilizado pelo jogo específico (Pavão, 2001). Os sistemas de regras desses jogos normalmente são apresentados em manuais, conhecidos como "módulos básicos", que também apresentam outras informações importantes para a prática da atividade, como ambientações (Camargo, 2001; Franco, 2017). Essas ambientações se inspiram na literatura, em cenários de fantasia ou ficção científica, histórias em quadrinhos, entre outros. Quando analisados do ponto de vista do Design, os módulos básicos parecem estar posicionados em algum lugar entre livros ilustrados e manuais técnicos. Nota-se que a maioria desses manuais apresenta

uma grande quantidade de ilustrações que desempenham diferentes funções ao longo de suas páginas, e parecem capazes de estabelecer relações emocionais com o público leitor (Franco, 2019).

O primeiro produto do gênero a ser lançado comercialmente foi *Dungeons & Dragons* (ou simplesmente D&D), nos EUA, em 1974. Com sua popularização, outros produtos relacionados surgiram, como romances, quadrinhos, jogos eletrônicos e de tabuleiro. No Brasil, autores brasileiros criam seus próprios livros de RPG, com sistemas de regras e ambientações próprias desde os anos 1980. Inicialmente, esses livros eram amplamente baseados na produção americana que chegava aqui de forma escassa através de algumas poucas editoras, mas foram adquirindo uma identidade própria com o passar do tempo e com o uso de novas fontes de referência e inspiração (Bettochi, 2000) até o momento atual, onde podemos encontrar livros nacionais que se apropriam das linguagens tradicionalmente utilizadas pelo gênero e apresentam possíveis imaginações do futuro, como os jogos Mojubá e Solaria, ambos viabilizados por meio de financiamentos coletivos bem-sucedidos, o último em fase de produção e ainda não publicado.

Diferente de D&D e outros jogos que tomam como inspiração uma estética neomedievalista fantástica, definida por Selling (2004) como uma intersecção entre os campos da Fantasia e dos Estudos Medievais, que constitui parte significativa do imaginário ocidental na segunda metade do século XX e que retoma aspectos específicos do mundo medieval europeu, Mojubá e Solaria se apropriam de características da sociedade atual e imaginam novas possibilidades para o futuro. Mojubá apresenta uma ambientação contemporânea afrocentrada, onde elementos de algumas das religiosidades e culturas do continente Africano se tornam pontos centrais do mundo secundário proposto como cenário para as partidas de jogo. Essas características fazem parte

do movimento intitulado Afrofuturismo que, segundo Yaszek (2013), é um gênero da ficção especulativa que abrange as artes, a literatura, as produções audiovisuais e estudos acadêmicos e busca, além de contar boas histórias, resgatar narrativas perdidas pelos povos negros da diáspora e pensar em como elas podem inspirar novas versões do futuro. Solaria, por sua vez, baseia-se no Manifesto Solarpunk (2017) para imaginar um futuro otimista, em que o consumo desenfreado e as práticas predatórias contra o meio-ambiente observados hoje são substituídos por estilos de vida menos consumistas, pelo uso de energia limpa e por uma maior harmonia com a natureza.

Ambos os títulos apresentam ilustrações bastante alinhadas com esse objetivo de representar novas possibilidades para o futuro, que se relacionam às discussões sobre Design Decolonial e a necessidade de se pensar em novas práticas que atendam as demandas da periferia e dos grupos minoritários que sofrem com o "projeto desfuturizante" que marca nosso estilo de vida contemporâneo (Batista & Carvalho, 2020). Além disso, as ilustrações presentes nos manuais básicos e materiais de divulgação dos jogos analisados também se preocupam com uma maior diversidade em suas representações, indo de encontro com a ideia de pluriverso, que se opõe aos padrões estéticos que "são fundamentais para consolidar narrativas colonizadoras das subjetividades" (Batista & Carvalho, 2020).

Cabe, portanto, ao estudo do Design compreender como estas ilustrações parecem ser capazes de comunicar uma visão decolonial que busca expandir as possibilidades de experiências de jogo nesses manuais de regras ao informar visualmente estes conceitos ao público leitor.

Referências

Batista, S., & Carvalho, R. A. (Agosto de 2020). Design e decolonialidade: fundamentos, debates e rupturas. *Arcos Design, 13*(2), 6-25. https://www.e-publicacoes.uerj.br/arcosdesign/issue/view/2628

Bettocchi, E. (2000). A sintaxe visual no role-playing game. *Estudos em Design, 8*, 53-68.

Camargo, I. L. (2001). *Projeto gráfico para o livro de regras do sistema de RPG "O.P.E.R.A."* [Trabalho de conclusão de curso, Universidade Estadual Paulista- UNESP].

Franco, L. A. (2019). *A Ilustração de Fantasia ao longo das edições de Dungeons & Dragons sob a abordagem do Design Emocional* Dissertação de Mestrado, Universidade Estadual Paulista - UNESP].

Franco, L. A., Silva, B. M., Landim, P. C., Carrara, C. L., & Moura, M. C. (2017). *Publicações de RPG no Brasil: aspectos profissionais e vernaculares no começo do século XXI* [Trabalho apresentado]. Anais do Colóquio Internacional de Design 2017. Belo Horizonte, MG, Brasil.

Pavão, A. (1999). *A aventura da leitura e da escrita entre mestres de role playing games (RPG).* EntreLugar.

Selling, K. (2004). "Fantastic Neomedievalism": The image of the Middle Ages in Popular Fantasy. Em D. Ketterer (Org.), *Flashes of the Fantastic - Selected Essays from The War of The Worlds Centennial, Nineteenth International Conference on the Fantastic in the Arts*. Blumsbury Publishing PLC.

Um Manifesto Solarpunk. (2017). (Regenerative Design). Recuperado em Junho de 2023, de https://www.re-des.org/um-manifesto-solarpunk-portugues-brasil/

Yaszek, L. (2012, junho 26). *Race in Science Fiction: The Case of Afrofuturism and New Hollywood* [Conferência]. A Virtual Introduciton to Science Fiction. Lars Schmeink. http://larsschmeink.de/?p=2083

Mesa 2: Educação e Ecologia dos Meios

Mesa 2: Educación y Ecología de los Medios

Fernanda Bonacho
Andrea Versuti
Coordenadoras

Letramento Midiático Crítico: culturas, projetos e transformação

Leandro Marlon Barbosa Assis
Alexandre Farbiarz

Neste artigo, empreendemos um processo reflexivo que a presente pesquisa se propõe no nível teórico e prático. Para tal, ressaltamos a importância de debates qualificados sobre os cotidianos escolares para identificar mecanismos de resistência dos educadores e as disputas inseridas em tais enfrentamentos, que podem ser sintetizadas entre os interesses externos e os interesses internos ao espaço escolar. Ao fim, pautados nos escritos de Lefebvre, identificando as forças da cotidianidade que direcionam as propostas pedagógicas e as práticas do fazer pedagógico, buscaremos a intencionalidade enquanto mecanismo essencial para a execução de um Letramento Midiático Crítico (LMC) que almejamos enquanto acepção teórica de análise. Assim, cremos que o percurso indicado permite refletir sobre as definições e aplicações possíveis ao LMC de modo a examinar inúmeras propostas que se apropriam de elementos técnicos que não se apoiam em práticas reflexivas que transformem o cotidiano, estando alinhadas à cotidianidade. Ao aprofundarmos nossa compreensão sobre os aspectos característicos da realidade vivenciada pelos sujeitos e os processos

comunicacionais praticados no cotidiano escolar, podemos entender como as técnicas midiatizadas são introduzidas através das intencionalidades da cotidianidade na vida cotidiana, que se associa aos processos de controle econômico, cultural e social vinculados à valores hegemônicos. Adotamos, então, uma perspectiva teórica que forneça uma alternativa aos interesses hegemônicos presentes no cotidiano, propondo uma abordagem que rompa com as formas tradicionais de pensar. Nosso objetivo é aplicar esse processo de pensamento à realidade material dos sujeitos, buscando uma adaptação e ressignificação que possa ser replicada nos cotidianos escolares. Dessa forma, propomos, orientados nos escritos de Andrew Feenberg e Neil Selwyn, superar a ideia de que os objetos tecnológicos recebidos nas escolas representam inovação ou transformação e oferecer uma abordagem de letramento que considere os contextos e mecanismos de poder que se vinculam a esses objetos, permitindo uma manipulação intencional e consciente no interior dos cotidianos escolares. Tal proposição permite um avanço aos objetivos que elencamos ao LMC que buscamos. O recorte de pesquisa apresentado tem como objetivo principal uma revisão de literatura e a exploração do conceito de LMC fundamentado em discussões sobre letramento, cultura e ideologia. O estudo parte da compreensão bakhtiniana da polifonia e da dialogia, buscando ampliar o conceito tradicional de letramento, que se limita às habilidades básicas de leitura e escrita, e enfatizar sua relação intrínseca com a cultura e as práticas sociais, envoltas em processos ideológicos. Para embasar a proposta, são adotadas abordagens teóricas provenientes de autores como Henri Lefebvre, Magda Soares, Jay Lemke, Brian Street, Marcelo Buzato, Norman Fairclough e Paulo Freire. Tal seleção oferece perspectivas analíticas relevantes sobre o tema, especialmente na diferenciação entre modelos autônomos e ideológicos como Street propõe. Além disso, a pesquisa propõe uma análise prática dos textos

baseada nas técnicas de Análise Crítica de Discurso (ACD) de Fairclough, com o intuito de compreender a complexidade do LMC no contexto escolar a partir do imbricamento das práticas sociais com as compreensões linguísticas. Os resultados e contribuições desse estudo são direcionados para avaliar o impacto do LMC enquanto um processo interacional, social, cultural e político. Ao realizarmos apontamentos sobre as definições e aplicações possíveis ao LMC, reforçamos que inúmeras definições se apropriam de elementos técnicos que não se apoiam em práticas reflexivas que transformem o cotidiano. Assim, elas tendem a apoiar a cotidianidade em seu projeto de consenso quanto aos usos, às inserções e apropriações de tecnologias e mídias nas escolas. Sem o questionamento ou resistência de setores públicos, os educadores acabam por serem alimentados por uma concepção de tecnologia instrumental e que os submete à racionalidade tecnocientífica em que sua oposição ou questionamento é refutado por debates rasos e em vias de uma posição conservadora ou não preocupada com uma educação ativa e engajada na transformação social. Assim, tomamos o LMC como sendo aquele capaz de desenvolver a capacidade de compreender e analisar criticamente as mensagens e influências da mídia em suas vidas de modo a municiar a projeção da superação de suas contradições materiais. A consciência de suas escolhas por meio de informações diversificadas permite um consumo capaz de engajar a participação nos debates públicos em perspectiva do desenvolvimento de uma formação tão formadora quanto informadora, como aponta Freire, em nome da superação das desigualdades postas como naturais.

TUTORIAL: O NOVO SINÔNIMO DA EDUCAÇÃO ALTERNATIVA A DISTÂNCIA ATRAVÉS DO YOUTUBE

Luiz Francisco Ananias Junior
Osvando José de Morais

A popularização da internet transformou na última década todas as esferas da sociedade, tampouco não seria diferente no ambiente educacional. Observa-se que com o seu avanço comercial e a popularização das mídias digitais, novos formatos educacionais surgiram e trouxeram à tona os tutoriais. Dessa forma, o objetivo deste estudo é refletir sobre o avanço da midiatização e seus impactos quanto à educação alternativa e como esta impacta na forma com que os interlocutores e consumidores deste conteúdo se desenvolvem intelectualmente. Para tal, será realizado um levantamento de modelos midiáticos que proporcionem compreender a evolução desse formato de educação alternativa até sua popularização no YouTube, além do amparo bibliográfico que dê suporte a este trabalho.

INTRODUÇÃO

As transformações tecnológicas midiáticas do século XXI trouxeram uma realidade irreversível quanto ao consumo de conteúdo pela sociedade, alterando

significativamente o processo de educação. Neste caso, o objeto de estudo, os tutoriais, aqui considerados como sinônimo de educação a distância alternativa.

Com base nesse contexto, partimos do pressuposto que a plataforma se tornou chave para a popularização deste modelo educacional, por carregar consigo, um modelo de distribuição favorável àqueles que buscam determinado tipo de conteúdo. Assim, buscamos compreender a transgressão midiática na sociedade contemporânea bem como suas implicações.

METODOLOGIA

A partir de uma perspectiva analítica, buscando refletir sobre o modelo dos tutoriais no YouTube, este trabalho irá pesquisar através de recortes, modelos de programas televisivos que antecederam o formato de tutoriais e realizar um comparativo com os que são distribuídos hoje na internet. Além disso, buscará amparar na literatura acadêmica autores que possam contribuir com o desenvolvimento deste processo de evolução social e midiática, além de correlacionar o modelo da plataforma digital aqui discutida.

RESULTADOS

A concepção de tutoriais midiáticos não é algo recente, mas popularizou o termo com a dissipação da internet e por conseguinte, das mídias digitais, presentes todos os dias na palma de nossas mãos. “O YouTube emergiu como um site fundamental para a produção e distribuição da mídia alternativa - o marco zero, por assim dizer, da ruptura nas operações das mídias de massa comerciais, causada pelo surgimento de novas formas de cultura participativa” (Jenkins, 2012, p. 348).

Dessa forma, valida-se a mudança estrutural no modelo tradicional de produção de conteúdo televisivo para a sociedade a partir da introdução das mídias sociais como interlocutoras do processo informacional.

DISCUSSÃO

O YouTube surgiu em 14 de fevereiro de 2005, a partir de um insight de três amigos que citaram a dificuldade que encontravam para assistir vídeos pela internet. Na época, Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, ex-colaboradores do PayPal, aproveitaram a situação da companhia com a reestruturação da empresa de pagamentos, que foi vendida para o eBay e a partir daí, juntaram seus vencimentos para investir na plataforma.

O seu modelo de negócio representou "um encontro entre uma série de comunidades alternativas, cada uma delas já estavam produzindo mídia independente há algum tempo, mas agora reunidas por esse portal compartilhado" (Jenkins, 2012, p. 348), o que possibilitou os mais diversos debates de ideias, mas também, em concomitância, o despertar do desenvolvimento de materiais educativos através da plataforma.

CONCLUSÃO

A pesquisa em andamento, traz neste primeiro momento, uma reflexão sobre os modelos dos tutoriais disponibilizados no YouTube que carregam inúmeras referências dos modelos já utilizados pelos canais de televisão, tanto no quesito técnico, quanto no modelo de roteirização, o que nos leva a uma preconcepção de que a TV é um modelo base referencial para que o sucesso do modelo digital dos tutoriais aconteça, mas que, ao mesmo tempo, nos leva a refletir se este fenômeno é realmente uma digitalização ou apenas tendência de transposição midiática.

REFERÊNCIAS

Jenkins, H. (2012). *Cultura da convergência.* Aleph.

Edutotokers latinoamericanos: alcance e interacción 2.0

Diana Rivera
Geovanna Salazar

Introducción

Desde sus inicios, TikTok se consolida como un sitio de redes sociales utilizado en todo el mundo para compartir videos breves, que implican dinamismo e interactividad en los procesos comunicativos. La cantidad de productores de contenido latinoamericanos que utilizan la plataforma para enfocarse en la educación y el aprendizaje se está expandiendo, denominándose como "Edutokers". Estos productores de contenido utilizan TikTok para entregar materiales educativos y consejos sobre una variedad de temas, convirtiendo al proceso de enseñanza-aprendizaje en accesible e interesante para los usuarios, con un enfoque lúdico y creativo.

Metodología

La presente investigación pretende determinar el nivel de interacción generada por los principales Edutokers en América Latina a través de los contenidos presentados a su audiencia, asimismo, delimita cuáles son los perfiles y

publicaciones con mayor repercusión dentro de Latinoamérica. Se emplea una metodología cuantitativa, con la herramienta de monitoreo FanPage Karma, por medio de una selección de variables específicas que abarcan: número se seguidores, tamaño del video, interacción de las publicaciones, número de comentarios, publicaciones por día, compromiso, uso de hashtags y palabras, publicaciones que generaron mayor *feedback*.

Resultados

Se obtiene como resultado que los Edutokers latinoamericanos presentan un índice de interacción representativa que se evidencia a través de comentarios y reacciones, conjuntamente con posteos que muestran un lenguaje informal marcado por el uso de palabras clave y hashags como mediadoras del proceso enseñanza-aprendizaje; estos dos aspectos se convierten en identificativos del contenido que presenta el Edutoker y con el cuál buscan llegar a una audiencia masiva.

Asimismo y pese a que los perfiles analizados se ubican en diferentes áreas del conocimiento, se observa una especial preponderancia de las áreas matemáticas y técnicas, generadoras de una producción elevada de contenido y un intercambio de material comunicativo notorio, demostrando la importancia de la plataforma TikTok como mediadora de los procesos de enseñanza-aprendizaje.

Un aspecto que complementa los elementos antes mencionados es la tendencia a colocar una descripción corta (copy) en el material audiovisual que se presenta, demostrando que cada Edutoker centra su contenido en el impacto audiovisual antes que en el texto que lo acompaña.

Discusión y conclusiones

Los Edutokers se posicionan como referentes educativos que transmiten conocimiento centrándose en el audiovisual, situación congruente con la influencia y crecimiento de la plataforma TikTok en los últimos años. En ese entorno, las matemáticas, robótica e incluso ciencias sociales como la historia, se convierten en las áreas que mayor contenido generan, incluyendo componentes dinámicos que se encuentran inmersos en el contenido, aportando a un fácil procesamiento del material presentado por el valor agregado implícito.

Los videos posteados por los Edutokers no se emiten diariamente (presentan espacios de tiempo no extensos) y evidencian una estructura concisa, que demuestra la necesidad de emitir contenido en segundos como estrategias para transmitir un tema académico determinado. El índice de comentarios es aceptable en los Edutokers, pero debe resaltase una especial participación de la audiencia en temas temáticas que abarcan las ciencias matemáticas.

Los términos utilizados se vinculan directamente con las temáticas expuestas, además, se emplea un conjunto de hashtags que ejercen como punto referencial de la temática que cada Edutoker abordará; tanto las palabras como los hashtags más utilizados presentan una conexión directa con el contenido que evidencia cada cuenta analizada, permitiendo al usuario ubicar al video en un determinado segmento.

Conectivismo y tecnologías interactivas: un análisis documental sistemático de su impacto en la calidad del aprendizaje en la educación superior

Bryan Patricio Moreno Gudiño

La educación superior desempeña un papel crucial en la formación de los estudiantes y la mayoría de los esfuerzos se centran en completar esta etapa de manera exitosa. La calidad de la educación es un aspecto fundamental, y las instituciones educativas tienen la responsabilidad de ofrecer una educación de alta calidad. Para lograrlo, se requiere investigación y mejora de los modelos educativos existentes.

A lo largo del tiempo, se han desarrollado diferentes teorías del aprendizaje que guían la enseñanza en los centros educativos. El conectivismo se presenta como una teoría educativa efectiva, especialmente en la era digital, al enfocarse en la colaboración y la conexión entre personas y tecnologías para un aprendizaje continuo.

En los últimos años, se ha observado una creciente integración de tecnologías interactivas en la educación superior. El conectivismo y estas tecnologías han sido objeto de numerosos estudios, pero todavía queda mucho

por explorar. Aún no se ha reconocido por completo la influencia de las nuevas herramientas de aprendizaje y los cambios en el entorno educativo.

Por lo tanto, el objetivo de este artículo es analizar el impacto del conectivismo y las tecnologías interactivas en la calidad del aprendizaje en la educación superior. Entendiéndose que la globalización ha tenido un impacto significativo en la educación, conduciendo a la estandarización y generando cambios a nivel estatal, educativo y empresarial.

El estudio se adscribe al paradigma cualitativo y el método utilizado en el presente artículo de revisión fue el hermenéutico. La técnica utilizada fue el análisis de contenido, y se seleccionaron siete investigaciones tras una revisión exhaustiva de la literatura en bases de datos académicas como: *Dialnet, Scielo, Redalyc y DOAJ*. Se encontró que estas herramientas tienen el potencial de promover una mayor interacción entre estudiantes y docentes, lo que aumenta la motivación y el compromiso de los estudiantes con su proceso de aprendizaje. Además, se observó que las tecnologías interactivas pueden ofrecer experiencias de aprendizaje más atractivas y dinámicas.

Empero, es importante tener en cuenta las limitaciones de este estudio, como la disponibilidad limitada de investigaciones sobre esta relación y la selección específica de estudios en bases de datos académicas. Sin embargo, el trabajo realizado contribuye a comprender el impacto del conectivismo en una esfera formativa en constante mutación.

En resumen, el conectivismo ha surgido como una teoría del aprendizaje, destacando la importancia de las conexiones establecidas en la web 2.0 y las teorías del caos y auto-organización. Por ende, se destaca la importancia de la innovación y adaptación a las nuevas modalidades de enseñanza para poder formar a las futuras generaciones con las habilidades y los conocimientos necesarios para enfrentar los múltiples desafíos.

A matemática e o RStudio

Carla Gonçalves Távora
Eduardo Martins Morgado

A importância do ensino da matemática e o aperfeiçoamento das práticas para a promoção dessa educação é devido à presença dessa disciplina no cotidiano das pessoas. Assim, a tecnologia vem sendo utilizada para o aprimoramento do ensino matemático, permitindo uma maior facilidade no entendimento dessa ciência exata na formação dos estudantes. O objetivo dessa pesquisa é proporcionar uma tecnologia para a prática da matemática, o R Studio, contribuindo para o conhecimento das pessoas com a linguagem de programação e o ensino-aprendizado matemático. O desenvolvimento dessa pesquisa tem a abordagem qualitativa, no qual apresenta um estudo bibliográfico e uma pesquisa digital, utilizando o software R Studio para a descrição dos resultados. A pesquisa aborda o quinto eixo "Materiais e Tecnologias" dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável desenvolvidos pela Organização das Nações Unidas. O resultado apresenta a coleta de 43 respostas sobre o R Studio, a amostra de dados é retratada pela resolução gráfica e o algoritmo de funcionamento, permitindo discutir se o R Studio é uma tecnologia adaptada para o ensino matemático. A pesquisa demonstrou que as pessoas têm pouco conhecimento sobre a plataforma R Studio, assim, é importante especificar

que a linguagem R permite uma maior trabalho em relação aos dados, possibilitando organização para interpretá-los e essa funcionalidade ocorre com uma linguagem de programação. A aplicação desse software para a matemática contribui para a criação e aplicação de dados em um pequeno ambiente, sendo uma formação de inovar a prática e formação de profissionais com a utilização de novas tecnologias. A prática da linguagem de programação, transforma o conhecimento do aluno no aspecto de procedimento, tornando-o capaz de entender as etapas para atingir um objetivo, assim, utilizando essas etapas para a resolução de um problema. Os resultados demonstraram que universidades e ambientes de trabalho estão proporcionando o ensino-aprendizado de R Studio, demonstrando a importância da prática e conhecimento sobre a linguagem de computação para uma formação profissional, permitindo prever que futuramente a habilidade com a programação será um requisito necessário para a concorrência no mercado de trabalho. A prática da programação é uma forma da humanidade entender sobre planejamento, organização e analise para atingir um objetivo, a programação contribui para o desenvolvimento critico e criativo das pessoas, sendo uma metodologia de ensino importante para a formação profissional, pois, capacita o profissional em realizar problemas no ambiente de trabalho através de uma gestão. A abordagem da linguagem R para o ensino de matemática permite que os alunos de ensino superior e básico desenvolvam habilidades de gerenciamento para a resolução de cálculos, a utilização do R Studio é a forma de inciar a abordagem da programação no ensino-aprendizagem, sendo um software interativo que permite uma abordagem mais facilitadora para o início da introdução da programação. Portanto, a linguagem R na matemática permite introduzir a linguagem de programação para o ensino e promover o entendimento da lógica nas situações práticas habituais, iniciando na disciplina de matemática.

Lo que la Pandemia nos dejó: Aportes de la educomunicación a la EaD en la formación del profesorado. El caso de la Dirección de Educación a Distancia de la Facultad de Ciencia Política y RRII de la UNR

María Cristina Alberdi
Mariela Balbazoni

En este artículo presentamos una sistematización de la actividad que desarrollamos en la **Dirección de Educación a Distancia** (EaD) de la Facultad de Ciencia Política y RRII (FCPOLIT) de la Universidad Nacional de Rosario (UNR), durante la pandemia, la pospandemia y el regreso a la presencialidad plena. Nuestro equipo está integrado por docentes del campo de la educomunicación, por lo que nuestra propuesta se fundamenta en una perspectiva interdisciplinaria que articula los campos de la educación, comunicación y TIC.

Como antecedentes podemos mencionar que a partir del año 1997 se han realizado diferentes experiencias educativas innovadoras, sustentadas en una propuesta de apoyo a la presencialidad que incluyen la producción de diversos materiales en soportes gráficos, multimediales, plataformas virtuales

de aprendizaje, redes sociales que contribuyeron al inicio de un proceso de virtualización mediado por las TIC.

En 2020, durante la suspensión de las actividades presenciales producto de la Pandemia COVID 19, la FCPOLIT determinó un protocolo de acompañamiento educativo - virtual para sostener la actividad académica y consideró necesario la creación de la **Dirección de EaD** con el fin de conformar un espacio institucional que formalice y promueva dicha modalidad para el acceso democrático y plural a la educación de toda la comunidad acorde al contexto de la SIC.

En la Facultad de Ciencia Política y RRII para sostener las actividades académicas de las Cátedras y realizar un acompañamiento pedagógico a los alumnos, los docentes implementa ron diversas estrategias educomunicacionales mediadas por los entornos de aulas virtuales simplificadas del Campus Virtual perteneciente al Sistema Institucional de Educación a Distancia (SIED UNR), y de otras plataformas de e-learning, videoconferencia y redes sociales, que permiten garantizar el desarrollo del cursado en las distintas Carreras.

En este proceso de los docentes pusimos en juego diferentes saberes que posibilitaron recuperar las experiencias adquiridas, como así también participar de espacios de formación ofrecidos por la Dirección.

En este marco, y en correspondencia al SIED, en la Dirección desarrollamos las actividades en base a los siguientes ejes:

- Diseño de un modelo educativo-comunicacional para la implementación de propuestas de acompañamiento a la educación presencial y en la modalidad EaD en pregrado, grado y posgrado
- Asesoramiento a cátedras de grado en la incorporación de la bimodalidad

- Acompañamiento a coordinadores en el desarrollo de propuestas de formación a distancia
- Evaluación y seguimiento de las normativas establecidas por el SIED-UNR,
- Formación docente continua en torno a los nuevos roles docentes y estrategias de incorporación de propuestas virtuales o bimodales

Durante el 2020, realizamos como integrantes del SIED un relevamiento y evaluación del impacto de la implementación de virtualización para el sostenimiento del dictado de clases, en el que pudimos identificar la necesidad de formación del profesorado en la modalidad y los procesos de virtualización que contribuyeran al mejoramiento de las propuestas educativas en la pospandemia y la vuelta a la presencialidad.

Es así como en Mayo del 2021, en coorganización a la Secretaría Académica de la UNR, se crea la Diplomatura de Estudios Avanzados en Entornos Virtuales de Enseñanza y Aprendizaje para todos los docentes de planta de las unidades académicas de la universidad, las escuelas medias y polos educativos dependientes de ésta. Durante el periodo de Agosto de 2021 y el marzo de 2023 se pusieron en marcha 5 cohortes, contado con 1157 docentes-estudiantes inscriptos, de los cuales 473 ya obtuvieron su título, 182 están en proceso de evaluación de trabajo final y 255 están están cursando la última edición.

Cabe que nos interroguemos:

¿Habría sido posible todas estas iniciativas de transformación institucional y formación docente sin una Pandemia de por medio? ¿Cómo poder sostener estas prácticas en otros contextos?

Estratégias Audiovisuais para Motivar os Estudantes do Curso Normal de Professores: os Filmes como Ferramentas Reflexivas para o Exercício da Profissão no Magistério

José Sergio Dias Page
Daniel Costa de Paiva

A sala de aula é um espaço para o desenvolvimento sociocultural dos estudantes, onde os mesmos constroem o seu conhecimento através dos recursos didático-pedagógico vislumbrando sua formação cidadã e autônoma. Cada docente utiliza-se de recursos didáticos para despertar a curiosidade e a atenção dos estudantes, dando a ele oportunidades que o façam repensar sua postura passiva de receptor de informações para assumir o protagonismo estudantil.

Esses envolvimentos dos alunos em estratégias pedagógicas podem melhorar a atuação dos estudantes no cotidiano escolar, despertando suas habilidades e competências para a promoção da arte no espaço escolar. Diante desta perspectiva que a escola oferece aos alunos, temos a utilização dos filmes, ao qual podemos transformar as salas de aulas em cinemas. Esses filmes, podem se tornar verdadeiras ferramentas no processo de ensino e aprendizagem nas

mãos dos professores, desde que esses educadores contemplem em seus planejamentos a utilização dos filmes e estabeleçam objetivos com a visualização e debates sobre os vídeos propostos.

Esta pesquisa possui um início ao observar o dia-a-dia dos estudantes do Curso Normal de Professores em suas disciplinas didáticas com as reflexões propostas em sala após a visualização dos filmes "Mão Talentosa" e "O primeiro da Classe", por exemplo. Esses filmes, conseguiram despertar a atenção dos estudantes, promover reflexões e aumentar a criticidade dos alunos, com debates que resgatem o respeito ao próximo, superação das barreiras físicas e sociais. Com esse trabalho, buscou-se explorar o tema filme, estratégias educacionais e ferramentas pedagógicas, tendo como objeto e problema de pesquisa os filmes como ferramentas audiovisuais para o fortalecimento do magistério. Segundo Moran (2013, p. 51), "a força da linguagem audiovisual está no fato de ela conseguir dizer muito mais do que captamos, de ela chegar simultaneamente por muitos caminhos do que conscientemente percebemos".

Mediante tal importância dos filmes para a escola durante o processo reflexivo e de aprendizagem nos cursos de Formação Profissional do Magistério em nível Médio, esta pesquisa visa analisar funcionalidades e discutir problemas e benefícios do seu uso entorno dos contextos educacionais, criando momentos de reflexões e debates sobre os recursos audiovisuais utilizados, promovendo o fortalecimento das competências socioemocionais dos estudantes e o seu preparo para a atuação do magistério em futuras turmas após formados.

Como metodologia de trabalho optou-se por uma revisão bibliográfica, utilização do espaço multimídia, filmes, uso do Google Forms para pesquisa e posteriormente a análise desses dados obtidos. As discussões envolveram a apresentação dos filmes e os relatos pessoais dos estudantes em possíveis

aplicabilidades na sala de aula. Como aporte teórico, para esta versão, foram utilizados: Freire (2021), Moran (2013), dentre outros.

Para Freire (2021), toda comunicação quer nos dizer algo. Cabe ao educador mediar a construção do conhecimento dos alunos para que no futuro saibam utilizar-se do conhecimento construído no auxílio e formação dos novos cidadãos. Deste modo, como educadores, necessitamos entender as mídias, os filmes e as TVs, a ponto de propor diálogos e reflexões de como usá-la para a melhoria do cidadão, sua convivência diária e fortalecimento das competências socioemocionais na escola.

Os resultados obtidos demonstram que os filmes trazem benefícios para o desenvolvimento dos alunos e mostram caminhos de como um educador precisa estar superando obstáculos dentro de suas salas de aula para conseguir assim formar cidadãos protagonistas para a atuação na sociedade ao qual vão viver.

Referências

Freire, P. (2021). *Educar com a mídia: novos diálogos sobre Educação.* Paz e Terra.

Moran, J. M. (2013). *Novas tecnologias e mediação pedagógica.* Papirus.

POTENCIANDO LA EDUCACIÓN HISTÓRICA A TRAVÉS DE LA REALIDAD AUMENTADA EN UN MUSEO: UNA PERSPECTIVA INNOVADORA

Silvia Husted Ramos
Gloria Olivia Rodríguez Garay
Martha Patricia Álvarez Chávez

La realidad aumentada (RA) ha surgido como una tecnología disruptiva que media y transforma la manera en que las sociedades actuales experimentan y aprenden en entornos culturales y educativos, estableciendo vínculos entre los bienes culturales y las personas. Aun cuando la tecnología en entornos culturales no es nueva, la Realidad Aumentada, se suma a otras consideradas ya tradicionales en los museos, como las audioguías, el audio o el multimedia, que tienen tiempo repercutiendo de forma positiva en los museos como medio y atracción de sus exposiciones.

El presente artículo académico se centra en la convergencia de la realidad aumentada y la educación en el contexto de un museo de historia y como esta tecnología ofrece no solo una vía para combinar elementos virtuales con el entorno físico del museo, sino que enriquece la experiencia y la hace más atractiva y participativa. En este estudio, se examina cómo la implementación de un recorrido en Realidad Aumentada dentro de un museo, testigo y sede

de importantes eventos históricos acaecidos en el Norte de México puede potenciar la experiencia educativa de sus visitantes y fomentar una conexión más profunda con el pasado.

En primer lugar, se explora la fundamentación teórica que sustenta la relación entre la realidad aumentada y el proceso de aprendizaje. Se analizan estudios previos que evidencian cómo la interacción con entornos virtuales puede mejorar la retención de conocimientos, la comprensión histórica y la motivación intrínseca de los visitantes.

Posteriormente, se revisan ejemplos de implementaciones exitosas de recorridos en realidad aumentada en museos de historia alrededor del mundo. Se destacan las ventajas de esta tecnología, como la personalización de los contenidos educativos según el perfil de los visitantes, la capacidad de sumergirse en escenarios históricos reconstruidos con precisión en modelado 3D y animación digital y la posibilidad de interactuar con personajes y objetos del pasado. Además, se aborda cómo la Realidad Aumentada puede superar las limitaciones de la educación tradicional en museos al involucrar a los usuarios de manera activa y ofrecer un enfoque más lúdico y dinámico.

El artículo analiza diversos desafíos que surgen de este proyecto que se presenta como académico no escolarizado. En primer lugar, aborda la parte administrativa como un hecho educativo, donde se establecen formas de organización y estructuras de trabajo emulando una empresa real; desde el diseño, la necesidad de un diseño de experiencia de usuario cuidadoso para asegurar una transición fluida entre el mundo físico y virtual; desde su desarrollo, los retos a superar desde cada una de las áreas técnicas que lo conforman; y finalmente, los desafíos que pueden surgir en la implementación de esta tecnología y que tienen que ver con la accesibilidad y la brecha digital.

En última instancia, se concluye que la realidad aumentada representa una herramienta prometedora para transformar la educación en museos de historia, ofreciendo un enfoque interactivo y entretenido para el aprendizaje de las personas. Los museos que incorporen esta tecnología de manera efectiva podrán atraer a un público más amplio, desde jóvenes estudiantes hasta adultos, produciendo un impacto significativo en la apreciación y comprensión del patrimonio histórico y cultural de la humanidad. Sin embargo, se destaca la importancia de la investigación continua y la evaluación de resultados para optimizar las estrategias de enseñanza en este entorno en constante evolución.

A Importância de um protocolo digital baseado na hermenêutica das mídias para a área da saúde: combatendo os discursos mediáticos exacerbados de desinformação, as deepfakes e intoxicação social

Tiago Negrão de Andrade
Osvando José de Morais

A era da virtualidade tem trazido avanços para a área da saúde, mas também desafios significativos, incluindo a disseminação de informações falsas, deepfakes e intoxicação social. A desinformação na área da saúde tem se mostrado uma preocupação crescente, com informações sensacionalistas e não baseadas em evidências sendo amplamente divulgadas pela mídia (Collins et al., 2021; Holy & Borčić, 2023). Esses discursos mediáticos exacerbados podem afetar negativamente a percepção do público sobre questões de saúde, levando a tomadas de decisões inadequadas e prejudicando a saúde pública e individual.

Objetivos

O presente estudo tem como objetivo investigar, de forma qualitativa, a percepção de 120 participantes com formação superior sobre a importância de

um Protocolo Digital baseado na Hermenêutica das Mídias para a governança digital na área da saúde, visando combater a desinformação e intoxicação digital causadas pelas deepfakes. Isso ocorre devido à crescente evidência dos impactos desses fenômenos na área da saúde, como observado em estudos anteriores (Westerlund, 2019; Hasan & Salah, 2019). Além disso, busca-se debater estratégias para a implementação do protocolo digital, estabelecendo diretrizes para a análise crítica de informações midiáticas, com ênfase na utilização de fontes confiáveis e estudos científicos como referências na comunicação digital em saúde, embasando-se no modelo de netnografia (etnografia online) (Morais et al., 2020; Kozinets, 2019). A educação em literacia midiática para o público e profissionais de saúde também será considerada como elemento fundamental para promover uma abordagem crítica na interpretação das informações veiculadas.

Metodologia

Este estudo é de caráter observacional, não analítico e transversal, dividido em duas etapas. A primeira etapa consiste em uma pesquisa qualitativa em netnografia para investigar a percepção dos participantes sobre a relevância do Protocolo Digital baseado na Hermenêutica das Mídias para a área da saúde (Damsgaard, 2021; Lang et al., 2020; Ritunnano, 2022). A segunda etapa é um debate hermenêutico para a proposição de estratégias voltadas à implementação do protocolo digital, buscando enfrentar os desafios da comunicação digital em saúde. A abordagem da hermética das ciências das mídias tem se mostrado eficaz em outras áreas, como evidenciado nos estudos de McCaffrey, G. et al. (2022) e Svenaeus, F. (2022), tornando-se relevante para preservar a soberania humana diante da Inteligência Artificial.

Resultados e Impactos Esperados

Espera-se que a implementação do protocolo digital baseado na hermenêutica das mídias resulte em uma melhoria significativa na qualidade da comunicação midiática em saúde, reduzindo a disseminação de informações falsas e sensacionalistas, conforme investigado na pesquisa de Fraga-Lamas & Fernandez-Carames (2020) e Vasist & Chatterjee (2023). Isso possibilitará ao público ter acesso a informações mais precisas e confiáveis, aumentando a conscientização e favorecendo a tomada de decisões informadas sobre saúde. A colaboração entre profissionais de saúde e instituições de mídia será essencial para promover uma comunicação mais eficaz e responsável na área da saúde, especialmente com o auxílio de modelos de Inteligência Artificial baseados em aprendizado de máquina (Machine Learning) para identificar e restringir o acesso de perfis, contas e robôs que criem e espalhem deepfakes.

Considerações Finais

A abordagem crítica da hermenêutica das mídias na área da saúde se apresenta como uma estratégia essencial para combater os discursos mediáticos exacerbados de desinformação, as deepfakes e a intoxicação social. O desenvolvimento e implementação de um protocolo digital, aliado à colaboração entre profissionais de saúde, jornalistas e instituições de mídia, e a conscientização do público e profissionais de saúde sobre a importância da literacia midiática, contribuirão para uma comunicação mais responsável, baseada em evidências, e com impactos positivos na saúde pública e no bem-estar da sociedade como um todo.

Referências

Collins, B., Hoang, D. T., Nguyen, N. T., & Hwang, D. (2021). Trends in combating fake news on social media–a survey. *Journal of Information and Telecommunication*, *5*(2), 247-266.

Damsgaard, J. B. (2021). Phenomenology and hermeneutics as a basis for sensitivity within health care. *Nursing Philosophy*, *22*(1), e12338.

Fraga-Lamas, P., & Fernandez-Carames, T. M. (2020). Fake news, disinformation, and deepfakes: Leveraging distributed ledger technologies and blockchain to combat digital deception and counterfeit reality. *IT professional*, *22*(2), 53-59.

Hasan, H. R., & Salah, K. (2019). Combating deepfake videos using blockchain and smart contracts. *Ieee Access*, *7*, 41596-41606.

Holy, M., & Borčić, N. (2023). Media Discourse on Web Portals and Twitter–an Online Battleground for the Combat Between Media Literacy and Fake News?. *Medijska istraživanja: znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije*, *29*(1), 37-60.

Kozinets, R. (2019). Netnography: The essential guide to qualitative social media research. *Netnography*, 1-472.

Lang, M., Laing, C., Ewashen, C., & Moules, N. (2020). Digital stories as data: An etymological and philosophical exploration of cocreated data in philosophical hermeneutic health research. *International Journal of Qualitative Methods*, *19*, 1609406920913673.

McCaffrey, G., Wilson, E., Jonatansdottir, S., Zimmer, L., Zimmer, P., Graham, I., ... & MacLeod, M. (2022). But is it hermeneutic enough?: Reading for methodological salience in a scoping review of hermeneutics and implementation science. *International Journal of Qualitative Methods*, *21*, 16094069211070408.

Morais, G. M., dos Santos, V. F., & Gonçalves, C. A. (2020). Netnography: Origins, foundations, evolution and axiological and methodological developments and trends. *The Qualitative Report*.

Ritunnano, R. (2022). Overcoming hermeneutical injustice in mental health: A role for critical phenomenology. *Journal of the British Society for Phenomenology*, *53*(3), 243-260.

Svenaeus, F. (2022). *The hermeneutics of medicine and the phenomenology of health: Steps towards a philosophy of medical practice* (Vol. 97). Springer Nature.

Vasist, P. N., & Chatterjee, D. (2023). Combating Fake News and Digital Deception at the Workplace: An Integrative Review and Open Systems Theory-led Framework for Future Research. *IIM Kozhikode Society & Management Review*, 22779752231163360.

Westerlund, M. (2019). The emergence of deepfake technology: A review. *Technology innovation management review*, *9*(11).

Livros digitais e inclusão no ensino infantil: revisão bibliográfica sistemática de artigos brasileiros em design

Luciana Sales Cordeiro
Fernanda Henriques
Rebeca Santiago Holanda

No contexto contemporâneo de comunicações hipermidiáticas, em que o usuário tem a sua disposição inúmeras informações que podem ser acessadas instantaneamente, fica o questionamento, será que a internet repleta de referências permite seu acesso por todas as pessoas? Processos, como executar pagamentos, acessar o banco e demais atividades cotidianas estão cada vez mais dependentes de sistemas e softwares digitais. Alguém sem acesso aos dispositivos ou rede móvel estaria à margem da sociedade? De fato, a exclusão social ocasionada pela falta de acesso, infelizmente, já é uma realidade, facilmente visualizada com pessoas idosas, pessoas com baixa renda ou com algum tipo de deficiência. E se ampliarmos o entendimento da vida em sociedade incluindo as crianças, será que a dificuldade de acesso também pode marginalizar ou excluir esse público?

Trazendo para o contexto da educação, o uso de suportes e técnicas voltados para o ensino e aprendizagem inclusivos são um campo de discussão

e integração entre educadores e designers. Tornar o ensino mais próximo do cotidiano do aluno é função do design instrucional, designado como um processo de planejamento sistemático cujo objetivo é gerar ganhos quando se refere a trazer o que o aluno aprende mais próximo da sua realidade.

No caso da atualidade, em que a inclusão digital é uma realidade que precisa ser atendida desde a infância, por um conjunto de fatores não só educacionais, trazer materiais digitais para sala de aula pode trazer benefícios, isso porque o professor leva em consideração diversos fatores além de inclusão ao conteúdo.

Quando pensado no cenário de livros digitais infantis, o designer tem papel crucial na execução, visto que um projeto adequado de linguagem visual colabora com a interpretação e construção de sentidos das informações disponibilizada pelo suporte, sendo o papel do designer o desenvolvimento de interfaces digitais. (Portugal, 2020). Observa-se, também, oportunidades com uso desse recurso durante o ensino, tal objeto também é promovido como meio de interação entre pessoas e com possibilidades de exploração para a inclusão.

No contexto de desenvolvimento de livro digital interativo como recurso de ensino e aprendizagem inclusiva, este estudo se propôs a realizar uma revisão bibliográfica sistemática de artigos da área de design que sugerem intervenções no ensino e aprendizagem inclusivas por meio do livro digital interativo no Brasil. Desse modo, este artigo, de caráter exploratório, com abordagem quali-quantitativa, tem como objetivo compreender a situação atual de estudos sobre livro digital interativo no contexto de design inclusivo para educação inclusiva básica e fundamental no Brasil.

Para tal investigação, utilizou-se de estudos preliminares de referenciais para contextualizar o livro digital, a educação inclusiva e o design inclusivo e o Design Instrucional. Em seguida, foi designada uma Revisão

Bibliográfica Sistemática (RBS) baseada em Conforto et al. (2011) composto por três momentos: Entrada, o Processamento e a Saída.

No primeiro, são definidos o problema, que neste caso é a identificação de artigos publicados em periódicos nacionais que apresentem estudos práticos em design utilizando livro digital como possibilidade de inclusão por pedagogos nos ambientes de ensino e aprendizagem.

Na etapa seguinte, Processamento, definiu-se como objetivo a apresentação do contexto de estudos de Design aplicados ao livro didático digital, posteriormente definiu-se as bases de dados Google Acadêmico e Periódicos Capes, como fontes de coleta de dados e em cada fonte foram utilizados termos de pesquisa predefinidos Então, foi realizada a busca no banco de dados do Google, com a aplicação de filtros de pesquisa para a partir de 2018, foram geradas mais de 400 referências, selecionadas por relações com o tema abordado, delimitando-se inicialmente por pesquisas que tivessem o escopo de material digital inclusivo. O mesmo foi seguido nas buscas no Periódicos Capes, em que se obtiveram 5 (cinco) resultados de buscas. Em seguida, foram lidos os resumos e instruções, para delimitação de área de estudo, para enfim, na última filtragem a leitura completa dos artigos.

No momento final, Saída, foi realizada a análise dos artigos selecionados, com síntese e apresentação dos resultados das pesquisas, com o intuito de compreender o estado da Arte de projetos em design utilizando o livro digital como âmbito educacional inclusivo.

Como resultados foram apresentados de forma sintética as contribuições dos artigos selecionados, além de expor oportunidades de estudos futuros sobre o tema.

Referências

Portugal , C. . (2020). Contemporary language: theories and practices. *DAT Journal, 5*(2), 25-38. https://doi.org/10.29147/dat.v5i2.190

Conforto, E. C., Amaral, D. C., & Silva, S. L. da. (2011). *Roteiro para revisão bibliográfica sistemática: aplicação no desenvolvimento de produtos e gerenciamento de projetos* [Trabalho apresentado]. 8o Congresso Brasileiro de Gestão de Desenvolvimento de Produto - CBGDP 2011, Porto Alegre, RS, Brasil.

Educação não formal, clubes de leitura online e aprendizagens: considerações a partir do projeto "Hogwarts, Mil Histórias"

Victor Henrique da Silva Menezes
Vanessa Coutinho Martins

A educação não formal, enquanto um campo de conhecimento ainda em construção, costumeiramente abrange as experiências e atividades de caráter educativo desenvolvidas fora do ambiente escolar, mas que contribuem com as aprendizagens escolares (Nogueira & Santos, 2020, p. 157). Como argumenta Maria da Glória Gohn (2014, p. 40), é uma educação construída por escolhas, sob certas condicionalidades, cujo desenvolvimento é atravessado por intencionalidades e o aprendizado não é espontâneo. É constituída por meio de condutas que têm, como ponto fundamental, o compromisso com questões que são importantes para os grupos alvos e o proporcionamento de elementos para socialização, desenvolvimento social, participações coletivas descentralizadas e investigações (Simson et al., 2001, p. 10). O reavivamento da cultura dos indivíduos nela envolvidos, o respeito às experiências vividas e a valorização e utilização da realidade de cada um, por sua vez, são também características que marcam este tipo de ensino (Simson et al., 2001, p. 11).

Nesse sentido, mediante a intencionalidade em suas elaborações e metodologias aplicadas, os clubes de leitura podem ser compreendidos como atividades que se enquadram no âmbito da educação não formal. Ainda que sejam ambientes onde os participantes se reúnem para "compartilhar sensações, impressões e opiniões suscitadas pela leitura de determinada obra" de forma livre e descompromissada do ponto de vista escolar e acadêmico (Gallian, 2017, p. 88), as interações que tais tipo de ações possibilitam podem proporcionar aprendizagens significativas acerca das mais variadas áreas de conhecimento.

Conforme pretende-se discutir, tal pressuposto foi constatado pelos autores desta comunicação ao atuarem como mediadores da primeira temporada do "Hogwarts, Mil Histórias" (ocorrida entre os meses de abril de 2021 e fevereiro de 2022), o projeto de clube de leitura online e gratuito desenvolvido por eles e voltado, em particular, mas não somente, à comunidade brasileira de leitores dos livros de "Harry Potter" (romances jovens adulto escritos pela autora britânica J. K. Rowling e publicados entre os anos de 1997 e 2007). Ligado às pesquisas acadêmicas dos autores, o projeto foi criado com o intuito de promover o desenvolvimento de sociabilidades e afetividades em rede a partir da leitura literária em um contexto de adversidade, o da pandemia da COVID-19 (XXX & XXX, 2023), por meio da interação audiovisual proporcionada pela plataforma Google Meet. O audiovisual esteve presente, ainda, nas interfaces estabelecidas entre o ficcional, a partir da narrativa livresca e fílmica, e o não ficcional, a partir de paralelos entre a literatura e questões políticas, sociais e culturais.

Por meio de grupos de discussão realizados nos dias 24 e 25 de fevereiro de 2022 (após o término da primeira temporada do projeto), observou-se nas falas de integrantes do "Hogwarts, Mil Histórias" que se voluntariaram a participar dos grupos que o clube acabou por constituir, também, um espaço

de aprendizagens e compartilhamentos de saberes que contribuem para a reflexão acerca de problemáticas que marcam as sociedades contemporâneas.

Isso foi possibilitado, acredita-se, pela pluralidade de experiências formativas de seus 200 participantes e metodologia desenvolvida e aplicada pelos mediadores com o intuito de atender às especificidades do contexto de criação do projeto e da quantidade de leitores interessados (ver XXX & XXX, 2022). Tais metodologias buscaram valorizar a bagagem cultural dos integrantes do clube e instigaram que elas fossem compartilhadas com os demais companheiros de leitura e discussão, seguindo, assim, um dos princípios da educação não formal.

Frente a isso, a presente comunicação tem como objetivo discutir as atividades de clubes de leitura à luz das conceituações e pressupostos da educação não-formal. Primeiramente, delimitar-se-á os sentidos que os estudiosos da área têm dado a este modelo de educação para, em seguida, argumentar sobre como os clubes de leitura online podem ser pensados e organizados enquanto comunidades de aprendizagem em rede. Num segundo momento, apresentar-se-á o "Hogwarts, Mil Histórias" como estudo de caso e serão analisadas as falas de seus integrantes coletadas por meio dos citados grupos de discussão. A partir da metodologia de análise de conteúdo temática (Bardin, 1979), demonstrar-se-á que as atividades deste clube de leitura contribuíram para novas aprendizagens e compartilhamento de saberes, relacionados aos campos da Literatura, da História e das Ciências Políticas em especial, dos quatorze participantes que se voluntariaram a participar da pesquisa.

Referências

Bardin, L. (1979). *Análise de conteúdo.* Edição 70.

Gallian, D. (2017). *A Literatura como remédio: os clássicos e a saúde da alma.* Martin Claret.

Gohn, M. G. (2014). Educação não-formal, aprendizagens e saberes em processos participativos. *Investigar em Educação, II*(1), 35-50.

XXX (2022). Sem indicação de autoria para garantir o parecer às cegas.

XXX (2023, no prelo). Sem indicação de autoria para garantir o parecer às cegas.

Nogueira, G. K. R., & Santos, D. A. (2020). (Re)visitando os conceitos de educação formal, não formal e informal. In A. V. Ferreira, M. B. Sirino, & P. F. Mota, P. F. (Orgs.), *A discussão dos conceitos de educação formal, não formal e informal e suas organizações nas estruturas sociais brasileiras* (pp. 151-71). Paco Editorial.

Simson, O. R. M., Park, M. B., & Fernandes, R. S. (2001). Introdução. In. O. R. M. Simson, M. B. Park, & R. S. Fernandes (Orgs.), *Educação não-formal: cenários da criação* (pp. 9-20). Editora da Unicamp/Centro de Memória.

O estado da arte para uma leitura crítica da mídia: literacia midiática, alfabetização midiática e letramento midiático

Valquíria Passos Kneipp
Vinicius Henrique Silva

Este trabalho teve como objetivo estudar os conceitos de literacia midiática, alfabetização midiática e letramento midiático, para compreender como a leitura crítica da mídia pode combater a desinformação. A pesquisa buscou identificar quais termos estão sendo adotados para o esclarecimento e alfabetização na mídia, e como os usuários os interpretam. A hipótese inicial sugere que, devido à proliferação de notícias falsas na mídia e redes sociais, é necessário desenvolver ferramentas para promover uma leitura mais crítica das informações.

O estudo propõe uma leitura crítica da mídia através do ensino de ferramentas e estratégias para checar informações, visando capacitar estudantes de Jornalismo a combater a desinformação. Além disso, busca contribuir para uma sociedade mais crítica e responsável na avaliação de informações e fontes disponíveis.

De acordo com Johson (2012), existem três fatores que contribuem para a ignorância no contexto atual: agnotologia, que se refere a informações enganosas ou incompletas; fechamento epistêmico, que cria bolhas de informação limitadas; e falha de filtro, onde informações são consumidas de forma personalizada, contribuindo para a "obesidade de informação". A infodemia também é mencionada, representando o excesso de conteúdo disponível na internet sobre determinados assuntos, como a pandemia, o que pode sobrecarregar as pessoas mentalmente.

Para lidar com esses desafios, sugere-se a filtragem de informações por fontes confiáveis e a desconexão digital para reduzir o estresse associado a sobrecarga de dados. Dessa forma, espera-se que as pessoas possam se concentrar em informações relevantes e verificadas.

Estado da Arte

O termo "estado da arte" é amplamente utilizado no meio acadêmico e refere-se ao nível mais avançado de desenvolvimento em uma área específica do conhecimento. Ele representa as iniciativas mais inovadoras e sofisticadas dentro dessa área e é usado para descrever o estágio atual do desenvolvimento em um campo de estudo. Serve como ponto de partida para pesquisas futuras e avanços. O estado da arte é fundamental para o progresso de novas tecnologias e para a compreensão em várias áreas do conhecimento, permitindo que os pesquisadores conheçam e avaliem as soluções existentes, identifiquem lacunas e explorem oportunidades para novas pesquisas. (Ferreira, 2002, p258).

Uma das principais características das pesquisas de estado da arte é a sua metodologia de caráter inventariante e descritivo. Por meio do Estado da Arte, esta pesquisa busca analisar a produção acadêmica e científica sobre

o tema investigado sob categorias e facetas específicas. Essa análise permite uma compreensão mais completa do fenômeno em questão e pode levar a novas descobertas. Porém, é importante ressaltar que o estado da arte é um conceito dinâmico. À medida que novas pesquisas são realizadas e novos avanços são alcançados, o método é atualizado para refletir o novo patamar de desenvolvimento.

Metodologia

A pesquisa foi dividida em três etapas: 1. Definição do tema e objetivo da pesquisa, incluindo o uso de métodos como experimentos e exercícios de Fact-Checking, e a contribuição para a formação de profissionais de jornalismo; 2. Realização de pesquisas em artigos e periódicos usando o Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES e outras fontes, para identificar estudos relacionados ao tema; e, por último, 3. Criação de cinco categorias de literacia (Literacia de Mídia, Literacia de TV, Literacia Digital, Literacia de Rádio e Literacia de Impresso) com base nos materiais selecionados e análise dos dados obtidos.

Conclusão

Não foram encontrados uma quantidade significativa de materiais relacionados à Literacia, no geral, na CAPES. Não foram encontradas dissertações que aludissem à Literacia de TV e à Literacia de Impresso. No entanto, é importante destacar a relevância dessas duas formas de literacia na sociedade contemporânea. A Literacia de TV é essencial para compreender o mundo midiático em que vivemos, enquanto a Literacia de impresso é fundamental para a leitura e a compreensão de diferentes tipos de textos, desde obras literárias até artigos científicos. Dessa forma, é importante promover a produção

acadêmica sobre a Literacia de TV e Literacia de Impresso, a fim de aprimorar o desenvolvimento dessas habilidades na sociedade. A realização de pesquisas e estudos aprofundados pode fornecer *insights* para o desenvolvimento de novos métodos e estratégias de ensino. Portanto, é fundamental que a Comunidade Acadêmica dedique esforços para ampliar o conhecimento sobre esses temas de pesquisa.

Referência

Johnson, A. Clay. (2012). *A Dieta da Informação.* Novatec.

Videorrelatos: a produção audiovisual investigativa por discentes

Renato Naves Prado

Que tipo de conhecimento pode ser construído ao se realizar uma produção audiovisual investigativa sobre determinado tema? Talvez seja justo dizer que só quem já experimentou a produção audiovisual com esse intuito poderia sentir "na pele" as oportunidades de aprendizagem dessa experiência. Com o intuito de facilitar o caminho de quem deseja experimentar tal via, propus a criação de uma formação audiovisual para que docentes conduzam pesquisas/investigações em sala de aula utilizando a produção audiovisual por discentes como condutora da jornada.

Assumir o processo de aprendizagem como uma jornada de investigação pode facilitar as compreensões mais profundas e desafiadores que docentes necessitam desenvolver em sala de aula. O viés de construção investigativa é uma resposta prática ao desafio de se ter a "pesquisa como princípio pedagógico" presente nos regimentos dos Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia (IF), de onde parte esta pesquisa. Tal princípio de relação pedagógica está em conformidade com a relação dialógica preconizada por

Freire (2019) e com os passos da pedagogia histórico-crítica de Saviani (2012), ambos, referências para os IF.

O termo *Videorrelato* foi aqui criado para indicar o relato audiovisual sobre uma investigação pedagógica. A criação de videorrelatos foi pensada a partir da relação mediada entre docentes e discentes, na qual será preciso eleger temas a serem investigados que integrem, de alguma forma, as necessidades de aprendizagem da escola e a realidade social das pessoas em sala de aula. Do ponto de vista da técnica audiovisual, a formação para docentes está estruturada em dispositivos que criam parâmetros para a produção audiovisual, facilitando a realização ao criar restrições estratégicas e dinâmicas para registro e edição do material audiovisual.

O conceito de dispositivo explorado neste trabalho foi tomado do Cinema Documentário, mais especificamente em referência à obra do cineasta brasileiro Eduardo Coutinho. Não que este tenha inventado o conceito ou mesmo a prática de se utilizar dispositivos em filmes, mas porque para ele, o uso do dispositivo era o princípio mais importante da proposta de um filme (Lins, 2004). O termo dispositivo tem ecos não só ao mundo das artes mas também em práticas de biologia, onde pode significar a armadilha de captura de determinadas espécies para estudo. Curiosamente, de uma forma mais poética, até mesmo a ideia de armadilha pode vir a calhar à produção audiovisual como foi aqui pensada, uma vez que é esperado que o engajamento necessário à produção audiovisual contribua na assimilação de conhecimentos.

Os dispositivos são como missões de realização audiovisual que se desenrolam visando: desenvolvimento de técnica audiovisual básica/suficiente, a apresentação de aspectos pessoais dos seres em sala de aula, o registro audiovisual de uma pesquisa, o relato em formato de vídeo de um processo de pesquisa e o diálogo em sala de aula sobre as produções ali mesmo realizadas.

A opção pelos dispositivos é para apresentar um método que reduza a fricção ou a resistência à adoção da produção audiovisual caso esta seja uma opção que docentes e discentes queriam utilizar. O curso proposto na tese da qual emana esta comunicação é composto por dezesseis dispositivos (até agora), cujo percurso leva à construção de um videorrelato.

É necessário ressaltar que, embora a produção e a circulação audiovisual na esfera digital da internet sejam abundantes, o acesso a tais tecnologias ainda é um fator de exclusão de uma parcela significativa de nossas sociedades (Luis, 2022). Nesse sentido, o intuito de desenvolver uma pedagogia com a produção audiovisual não é um esforço de algo que se pretenda totalizante, ou mesmo que intente afirmar que "não há outra maneira", ou ainda que "é preciso reciclar" a "mão de obra". A diversificação pedagógica é um caminho bem mais interessante do que a substituição, até porque o tipo de conhecimento que circula em sala de aula vai muito além de aprendizados pontuais e efêmeros, trata-se do desenvolvimento de pessoas emancipadas do ponto de vista intelectual e tecnológico. A intenção aqui é, portanto, oferecer uma possibilidade, dentre tantas outras possíveis, para docentes que desejem utilizar a produção audiovisual em sala de aula, mas não de uma maneira em que discentes sejam apenas espectadores passivos, e sim com suas próprias realizações audiovisuais.

O desafio que apresentarei neste texto é como fazer isso sem a necessidade de uma formação técnica ou tecnológica aprofundada em audiovisual (do tipo que se espera de profissionais do audiovisual), mas tão somente a partir das habilidades inerentes à docência, com uma pitada de técnicas que estão presentes nos quotidianos de quem acessa e interage nas redes sociais da internet.

Referências

Freire, P. (2019). *Pedagogia da Autonomia: saberes necessários à prática educativa*. Paz e Terra.

Lins, C. (2004). *O documentário de Eduardo Coutinho: televisão, cinema e vídeo.* Jorge Zahar Editor.

Luis, E. S. B. (2022). Desigualdad y acceso. Debates pendientes en el uso crítico de la tecnología en el aula. *Em* A. M. Moreno Acosta, E. S. B. Luis, & M. F. Reyna (Orgs.), *Experiencias TIC en educación*: *desigualdad, inclusión y acceso* (1ª ed., pp. 17-31). Universidad Autónoma de Coahuila.

Saviani, D. (2012). *Escola e Democracia.* Autores Associados.

Mesa 3: Fotografia e narrativas imagéticas

Mesa 3: Fotografía y narrativas imagéticas

Pere Freixa
Fátima Lopes Cardoso
Coordenadores

BEYOND THE IMAGE AND THE DOLL: BARBIE AS A DEVICE ON INSTAGRAM

Joice Ribeiro M. Antonelli
Andrea Cristina Versuti

Images as visual representations are material objects, signs that represent the environment around us (Santaella & Nöth, 1997, p. 15). The image also conveys the thoughts of those who produced it, and of all its observers who incorporated their interventions into it, making the image part of a system capable of producing thoughts (Samain, 2012, p. 22). Therefore, besides the image itself, this system also includes the person who produced it, the person who observes it, and the support that allows it to be seen. For this study, we'll focus on the last one, particularly in the current context of new technologies.

The "new media" (Manovich, 2001) allowed not only the emergence of new cultural forms, such as computer games and metaverses, but also redefined existing cultural artifacts such as the doll. In the 21st century, with the advent of computers and smartphones, we find the doll - firstly a ritual artifact of the adults and later a children's toy - being reintegrated into the world of adults, who now use it to exercise their creativity, including sharing

experiences in cyberspace (Heljakka, 2015, p. 137). In this scenario, the Barbie doll, released in 1959, stands out.

Barbie as a device on Instagram

In 2014, Barbie officially debuted on Instagram with an official page, @barbiestyle, on which we can see the doll as the protagonist of lifestyle narratives. After the release of Barbie's official profile, people all over the world and of all ages felt empowered to create Instagram pages to share images and stories of their own dolls. Currently, there are thousands of profiles, easily found through hashtags like #barbiedoll (more than 2.2 million posts).

The present study, part of a PhD research in progress, aims to analyze how images of the doll, particularly Barbie's, are used on Instagram to share digital experiences. To exam those images, we conducted an exploratory qualitative research comprising the analysis of 100 Instagram profiles. Participants were selected according the following criteria: a) profiles with more than 50 posts and at least 1k followers; b) pages that share images of the doll of their own creation, and not pictures previously published on Barbie's official profile.

Instagram, locus of this study, is an online social media created in the United States in 2010 that allows users to share images, videos and texts. Manovich (2017, p. 11) believes Instagram symbolizes the new era of mobile photography, a counterpart to the first platforms available on desktop computers such as Flickr.

Overall, this study found that the images of the doll shared on Instagram can be understood as devices, which Agamben (2005, p. 39) understands as any artifact that has the ability to capture, guide and model people's gestures,

conduct, opinions and speeches. Particularly, we identified three different ways users portrait Barbie on Instagram.

In general, Barbie is used on Instagram as protagonist of lifestyle narratives (88% of the pages). Through the doll, users share experiences and stories. At the level of the total sample, we also found that 11% of the pages are dedicated to fashion editorials, in which Barbie is the model for these photoshoots. In both cases, we found consistent similarities between the images and captions shared by users with those posted on the doll's official profile. Unexpectedly, this study also identified profiles that use images of the Barbie to promote discussion of topics related to the black population, the LGBTQIAP+ community and other communities (1% of the total sample).

All in all, we have begun to understand that dolls are no longer used only as toys. Through images, new medias allowed them to become artifacts for people of all ages to develop new ways of sharing their experiences and exercising creativity, building other forms of relating to the world around them.

References

Agamben, G. (2005). O que é um dispositivo? *Outra Travessia, 5*, 9-16. https://periodicos.ufsc.br/index.php/Outra/issue/view/1201

Heljakka, K. (2015). Toys as tools for skill-building and creativity in adult life. *Seminar.net - International journal of media, technology and lifelong learning, 11*(2), 134-148. https://journals.oslomet.no/index.php/seminar/article/view/2356/2188

Manovich, L. (2001). *The Language of New Media.* MIT Press.

Manovich, L. (2017). *Instagram and contemporary image.* http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image

Samain, E. (2012). As imagens não são bolas de sinuca. Como pensam as imagens. In E. Samain (Org.), *Como pensam as imagens* (pp. 21-36). Editora da Unicamp.

Santaella, L., & Nöth, W. (1997). *Imagem: Cognição, semiótica, mídia.* Iluminuras.

O fotojornalista e seu acervo que constitui identidade: os trabalhos fotográficos de Jaime Colagiovanni. Narrativas visuais e memória

Santiago Naliato Garcia

O tema desse trabalho é a Acervologia no fotojornalismo. Temos como objetivo a produção e constituição de um acervo fotográfico de três profissionais que foram o recorte de nossa tese defendida na USP (Universidade de São Paulo), dos quais apresentaremos o último deles nesse trabalho inédito: Jaime Colagiovanni, que foi o primeiro deles a realizar extenso trabalho no Noroeste Paulista e exercer influência sobre os demais. A pergunta problema que instigou nossa pesquisa é: quais as ações de preservação do acervo fotográfico são efetivas e estão sendo realizadas para garantir a permanência e o resgate da memória desses fotojornalistas? Essa questão nasce da nossa hipótese de não havia nenhum esforço institucional para garantir tal material e manutenção desses acervos, e que pretendemos demonstrar.

Para isso, iniciamos nossa averiguação por meio de entrevistas informais para exploração inicial, o que gerou o aprofundamento formal, com coleta, e temático a partir de um questionário levando-nos ao recorrente e

massivo aparecimento de três nomes sempre citados. O primeiro deles é de Jaime e, os outros dois, são Edson Baffi e Toninho Cury, profissionais que não trataremos neste trabalho pois já tiveram trabalhos próprios publicados em 2022, mas são citados para demarcação de sua localização ao decorrer da pesquisa e dos demais trabalhos futuros.

Esse movimento de busca e a sua relação com a importância material foi auxiliado pela revisão bibliográfica acerca da escrita historiográfica, tema que no direciona para: como fazer? Sobre o quê? Para quem? Assim, por se tratar do primeiro fotojornalista a ser apresentado via periódico e produções diversas derivadas da tese, escolhemos De Certeau (2011), com sua obra *A Escrita da História,* para trazer esse relato e apresentar nossos resultados parciais. O trabalho completo, mais amplo, contou com a revisão da produção de De Certeau (1998) e (2011), Le Goff (2006), Ricoeur (2014) e, por fim, Veyne (1992); optamos pela exposição aprofundada do primeiro deles para intimamente aprofundar a questão da pesquisa aqui proposta com interações de outros autores, se necessário.

Assim, após trazermos o primeiro texto de análise faremos a exposição de algumas das fotografias cedidas para o trabalho e, por fim, faremos nossas considerações resgatando alguns elementos essenciais no trabalho completo. Entendemos – especialmente no processo dessa pesquisa – que a perda da memória é inevitável, mas aprendemos especialmente com a revisão bibliográfica que sua rememoração é possível e necessária. A própria pesquisa, em si, e os esforços de outros seres sociais em pesquisas como essa são capazes de trazer para a memória lembranças e material de produção técnica que registram a passagem inevitável do tempo, mas de possível recuperação de seus rastros. Entretanto, não devem ser os únicos movimentos de esforço de preservação e sim um dos que – esperamos – possam surgir futuramente e que vão, pouco

a pouco, mantendo presente no coletivo trabalhos e significações simbólicas da transformação ordinária das cidades e de seus habitantes, dois assuntos exaustivamente retratados ao longo de toda a carreira dos fotojornalistas.

Antes da análise do texto apontado na introdução, relatamos que De Certeau (2011), apresenta uma questão da linguagem comum à linguagem científica, exemplificando fundamentos básicos como o conceito de cotidiano, espaço e espacialidade, tempo e temporalidade, passando por temas como religião, política. Aponta, em suas exemplificações, as transformações sociais e apropriações resultantes. Trata, ainda, da alteração do simbólico pelos ser individual e pelo simbólico, passando pelas *Práticas de Espaço*, caminhadas pela cidade, naval e carcerário e os relatos de espaço e tempo.

Assim, as imagens que formam nossa proposta acervológica para resgatar qualquer noção de memória somaram, no de Jaime, 31 fotografias divididas por décadas: 10 imagens da década de 1950, 10 da década de 1960 e 11 da década de 1970, única marcação realizada na caixa que armazenava os negativos fotográficos e recuperados pela doação de Dea da quase totalidade de arquivos para Fernando Marques, historiador local.

Memória é, portanto, para nós que a acessamos a todo instante, absolutamente tudo. Ela liga ações ao longo do tempo, fatos. É, portanto, a partir da essência cotidiana e de senso comum que podemos avançar em sua identificação e compreensão sinalizando o papel e a presença de tais produtos simbólicos e documentais para contextualizar a passagem do tempo e a necessidade de constituir e reconstituir, a todo instante, nossa memória, condicionante da nossa identidade.

Referências

De Certeau, M. (1998). *A Invenção do Cotidiano.* Vozes.

De Certeau, M. (2011). *A escrita da História.* Forense Universitária.

Le Goff, J. (2006). *História e Memória.* Editora Unicamp.

Ricoeur, P. (2007). *A Memória, a História, o Esquecimento.* Editora Unicamp.

Veyne, P. (1992). (Org). *História da Vida Privada.* Companhia das Letras.

A IMAGEM-CONFLITO EM IMAGENS DE GUERRA

Adriana Pierre Coca
Nísia Martins do Rosário

Ainda que muito já tenha se falado sobre o poder das imagens, o tema ainda continua relevante num mundo em que sua produção é vertiginosa e sua capacidade de circulação, assustadora. O foco dessa investigação se direciona para o estudo das articulações possíveis entre imagens midiáticas de guerra, a teoria dos sentidos de Barthes (2009) e a reflexão de Sontag (2003) sobre a representação fotográfica de catástrofes. Assumimos a condução teórico-metodológica, realizando uma exploração comparativa entre imagens ficcionais e imagens informativas que enquadram a guerra contemporaneamente. De um lado temos o filme "Mil vezes boa noite" (2013), do cineasta norueguês Erik Poppe, que conta a história de uma fotógrafa de guerra. De outro lado, temos imagens informativas atuais da guerra em curso na Ucrânia veiculadas em plataformas de notícias.

Propomos a noção de imagem-conflito a partir das discussões sobre as relações entre a arte e as notícias na representação fotográfica de guerras e outras catástrofes, segundo Sontag (2003), que reflete sobre aquela imagem produzida para o consumo e que tem como estímulo primordial o choque.

Nessa perspectiva, a autora problematiza as imagens que causam dor e a experiência de contemplá-las. Com Barthes (2009) refletimos sobre narrativas imagéticas que se sistematizam em três níveis de sentidos, os quais podem ser acionados de modos distintos. O primeiro deles é o sentido óbvio, aquele que se apresenta com naturalidade, de fácil compreensão, como as informações que nos chegam pelo cenário, figurinos e diálogos das personagens; já o segundo sentido exige um pouco mais de atenção porque se refere aos símbolos, que são uma espécie de "léxico comum a todos", é o nível simbólico; o terceiro sentido, ou sentido obtuso, é aquele que nos impõe "algo a mais" que nos oferece diferentes interpretações e se coloca como uma contra narrativa, que pode ser tecida pela técnica, por um objeto de cena dissonante, por uma ação improvável da personagem.

O artigo se propõe a tratar, principalmente, de quatro aspectos: a) o poder das imagens na relação com as construções culturais e midiáticas, sua capacidade de transformar ambientes e sua capacidade de gerar violência simbólica (Pross, 1980, 1989); b) as especificidades da produção de imagens ficcionais e imagens informativas (jornalísticas) e o modo como elas se propõem a gerar sentidos; c) as singularidades das imagens de guerra atreladas ao conflito, à violência, à questões políticas, à destruição e à morte, tendo em vista, sobretudo, a cobertura midiática e a potência de sua ficcionalização; d) as articulações entre as problematizações de Sontag sobre a imagens de guerra e os níveis de sentidos propostos por Barthes, com ênfase no sentido obtuso, propondo nesse entrelaçamento teórico a noção de imagem-conflito na relação com o *corpus* selecionado. Em linhas gerais, é possível adiantar que registrar a guerra no âmbito ficcional e no âmbito informativo adotam caminhos diferenciados, sendo o primeiro mais afeito a imagens-conflito provocadoras

de choques, construídas sobre sentidos obtusos e o segundo, atravessado por uma ética da imagem jornalística, segue uma convenção visual da "prudência".

Referências

Barthes, R. (2009). *O óbvio e o obtuso*. *Ensaios críticos III* (I. Pascoal, trad.). Edições 70.

Pross, H. (1980). *Estructura simbólica del poder*. Gustavo Gili S.A.

Pross, H. (1989). *La violência de los símbolos sociales*. Antropos.

Sontag, S. (2003). *Diante da dor dos outros* (R. Figueiredo, trad.). Companhia das Letras.

A narrativa no ciberespaço: Análise do Perfil FlanandoJF

Mariana de Toledo Lopes
Carlos Pernisa Júnior

Este trabalho pretende traçar reflexões sobre a cidade contemporânea, algumas formas possíveis de construir narrativas no ciberespaço e mostrar ferramentas digitais que podem ser usadas para contar histórias, experiências e documentar fatos utilizando o ciberespaço como plataforma, a partir da análise do perfil criado no Instagram FlanandoJF. Para além da técnica, outras observações sobre a narrativa e o processo de identidade no ciberespaço também fazem parte do estudo desenvolvido. Desde a popularização da Internet, dos celulares e das câmeras digitais, no início dos anos 2000, até ao homem contemporâneo hiperconectado aos eletrodomésticos inteligentes e assistentes virtuais, é perceptível que a evolução das tecnologias afeta tanto os indivíduos que dela fazem uso como o ambiente em que estão inseridas, sendo aqui considerada a cidade contemporânea. Todas as novas formas de comunicação e conexão permitiram o surgimento de novas formas de relacionamento, consumo e experimentação. As delimitações da cidade contemporânea vão além do que é físico, abarcando também o que é digital, dando origem a um ambiente híbrido,

o phygital, por onde é possível transitar em ambos ambientes. Assim, as formas de se comunicar exigem narrativas que sejam construídas também de modo a transbordarem as linearidades do modo clássico de contar uma história. O perfil na rede social Instagram chamado FlanandoJF foi criado como projeto experimental e tem como objetivo traçar um paralelo entre o modo como os registros fotográficos eram realizados há duas décadas e quais outras possibilidades foram incorporadas à ação, nos dias atuais. Durante a realização do trabalho, foram analisadas fotos, novas e antigas, postadas no perfil e a construção da narrativa histórica e lúdica construída na plataforma. No ciberespaço, as possibilidades de interação são oferecidas a todo instante, não sendo necessário conhecer o dono do perfil ou ter uma prévia relação com ele antes de acompanhar suas publicações. Assim, a linguagem utilizada, para fazer com que o visitante do perfil passe a ser audiência assídua, precisa despertar afinidade e gerar vínculo. A partir da delimitação de alguns conceitos e contextos históricos, pretende-se discorrer sobre alguns pontos pertinentes, traçando um paralelo entre mobiliário urbano, memória e ciberespaço. As evoluções tecnológicas e o modo como a cidade vem incorporando-as em sua estrutura nas últimas duas décadas é objeto de estudo de diversos pesquisadores atuais que serão citados durante a explanação deste trabalho. Delimitar e discutir as possibilidades de expansão da cidade contemporânea, tanto no ambiente físico como no ciberespaço, é fundamental para que possamos entender melhor os rumos tomados pelas tecnologias. A chamada cibercidade, cidade contemporânea ou cidade-ciborgue permite com que novas formas de narrativa se integrem ao cotidiano da cidade e de seus moradores, trazendo novas possibilidades de contar histórias. Ao contrário de apresentar resultados ou definições que encerram o assunto, o projeto experimental FlanandoJF, bem como este trabalho, abrem caminhos aos que possam interessar-se por flanar pelas ruas, memórias e pelo ciberespaço.

Florescência sorrateira: a imagem como forma que pensa

Ceila Teresinha Bitencourt Oliveira

O texto trata de uma pesquisa em Poética Visuais, na linha Arte e Tecnologia, propõe pensar sobre ensaios audiovisuais a partir da ideia de montagem, problematizando a concepção das imagens na produção de videoensaios, num mundo permeado por imagens. Existem diversos olhares em direção às imagens: alguns que as consideram um enigma a ser decifrado e aqueles que as miram, tentando estilhaçá-las a fim de compor diversificadas narrativas. Independente das possibilidades abertas pelas imagens disponibilizadas no cotidiano das pessoas, cada imagem dá a perceber o seu próprio potencial, permitindo uma aproximação e uma visão dialética particular ao elaborar outras concepções pessoais a partir das imagens. O tema da investigação é o 'jardim' como metáfora a considerar a vida de Maria Antonieta, rainha da França. A decisão por trabalhar, poeticamente, com essa importante personagem da história se justifica por ela ser uma mulher à frente de seu tempo, corajosa e instigante. Como engendrar poéticas audiovisuais, privilegiando a noção de montagem na constituição da imagem nestas propostas, inserindo no debate o pensar através das imagens na atualidade? Esse questionamento

além de provocar, movimentar e tornar inteligível as inquietudes aguçadas pela pesquisa, incentiva e desafia a construir uma poética que potencializa a composição da imagem fixa e em movimento através de sua fragmentação e de suas reverberações. Assim, a concepção das imagens coloca em choque as camadas do pensamento, visto que as imagens são entrelaçadas, partidas, fragmentadas, convidando quem se aproxima delas a desvendá-las. Destacando a importância da montagem audiovisual para o videoensaio, trabalhar com a não-linearidade permite explorar as possibilidades de fragmentação do sentido da imagem e, assim, experimentar diversas maneiras de conceber o pensamento através do vídeo. Nessa direção, já caminhava o cineasta soviético Sergei Eisenstein (1898-1948) quando longe de buscar uma linearidade propõe por meio do conflito-justaposição de imagens, convidar o espectador a buscar um novo olhar diante do filme – um olhar crítico. Ele foi o articulador da montagem dialética que diz respeito à exploração da montagem como forma de construir um conceito, uma nova ideia (Xavier, 2014). Recorre-se aos teóricos da imagem e do vídeo como Walter Benjamin, Georges Didi-Huberman e Philippe Dubois. Ao discorrer a respeito da imagem dialética, Benjamim (2009) ressalta que o interesse não está nos grandes contrastes, mas nos contrastes dialéticos que são geralmente confundidos com nuances. A vida é sempre reconstruída a partir deles. Estes contrastes dialéticos se ligam às imagens dialéticas que tencionam os elementos díspares em diversas camadas de sentidos. Já Didi-Huberman (1998) traz a imagem crítica para falar da dialética do ver que problematiza o olhar entre o olhante e o olhado que ultrapassa a visualidade da imagem. Nesse contexto, a imagem que se torna dialética e/ou crítica abarca a ideia de choque, enfrentamento, ruptura e se liga aos conceitos de criticidade, reflexão, questionamento, entre outros. Não diferente pensa Dubois (2004) sobre o vídeo que é visto como um não-objeto, que pensa o que

as imagens são e fazem. O filósofo propõe o conceito de 'videoensaio' para tratar da ampla possibilidade que traz esse tipo de construção de imagem. Para ele, o vídeo é uma forma que pensa, ou seja, não é algo puramente material/físico. Por esse viés, experimentar diferentes sentidos nesse percurso onde a imagem torna-se o cerne da pesquisa, possibilita novas e contínuas conexões com o imprevisível e, desse modo, (re)inventar-se a cada instante a partir de tudo que é atravessado por imagens.

Referências

Benjamin, W. (2009). *Passagens* (W. Bolle, trad. e coord.). Imprensa Oficial do Estado/UFMG.

Didi-Huberman, G. (1998). *O que vemos, o que nos olha* (P. Neves, trad.). Editora 34.

Dubois, P. (2004). *Cinema, Vídeo, Godard.* (M. A. Silva, trad.). Cosac Naify.

Xavier, I. (2014). *O discurso cinematográfico: a opacidade e a transparência.* Paz e Terra.

Fotografia experimental e Modernidade: para uma crítica da tecnologia e do pensamento ocidental

Ludimilla Carvalho Wanderlei

A fotografia experimental é praticada desde o século XIX, apresentando-se como uma crítica técnica, estética e conceitual às formas puristas e dominantes de uso do meio fotográfico. Surgida no contexto da Modernidade europeia ocidental, a tecnologia fotográfica torna-se tributária de uma série de valores e ideais que compõem a epistemologia da época, como o racionalismo, o cientificismo e a valorização de uma estética documental, alinhada à vontade de representação fidedigna da realidade. Essa tônica serviu de base para a consolidação de campos de sentido importantes, como as fotografias científica, policial e documental, como atestou Tagg (2005). O fotográfico esteve também vinculado à construção de uma visualidade comprometida com os interesses políticos e econômicos dos países protagonistas dos processos colonizatórios em territórios da América, Ásia e África, já no século XV, conforme nos lembra Azoulay (2019).

O caráter supostamente neutro ou objetivo da fotografia e seu vínculo com a reprodução do real são características atribuídas ao meio que ajudam

a formatar parte da produção imagética a partir de um regime visual baseado no perspectivismo, na representação do tempo instantâneo, no apreço pela nitidez. Tais elementos formais constituem uma estética que corrobora certo efeito de transparência, herdada do Renascimento (Machado, 1984)[1], um momento histórico que já carrega os valores mencionados, consolidados no século XIX. Esse modelo de representação foi assumido por alguns teóricos importantes em teses ligadas às noções de objetividade, de memória, ou de tempo decorrido, nas já clássicas abordagens de Bazin (2017)[2], Barthes (2012)[3] e Sontag (2004) sobre a intologia da fotografia.

Contudo, projetos diletantes em relação a essa imagem de contornos descritivos ajudam a escrever a história da fotografia, como indica Gonçalves (2018), mesmo que de forma marginal. Para nós, as investigações fotográficas da cronofotografia, a exploração o *flou* por Julia Margaret Cameron, as fotomontagens de Oscar Rejlander e das vanguardas artísticas (Dadaísmo, Surrealismo), as experiências da fotografia moderna brasileira, entre os anos 1950-70, são alguns exemplos de que a experimentação foi o caminho adotado por muitos artistas para criar imagens ficcionais, abstratas e híbridas, explorar temporalidades mais complexas que o instantâneo e questionar os pressupostos teóricos e usos dominantes do meio fotográfico. São experiências artísticas que confundem as tentativas de classificar a fotografia buscando singularidades ou traços distintivos capazes de delimitar as fronteiras entre o fotográfico e outras artes. Na verdade, essas experiências pioneiras avizinham a fotografia do cinema, do vídeo, da pintura, através de práticas que embora dispersas

1. Jay (2020) lembra que outras formas de representação verificadas na pintura holandesa e também no Barroco, posteriormente, assinalam que o modelo perspectivista era dominante, porém não o único da Modernidade. O texto do autor foi originalmente publicado em 1988.
2. Texto original escrito por André Bazin em 1945.
3. Texto original de Roland Barthes de 1985.

geográfica e cronologicamente mostram-se alternativas à agenda formal do mimetismo e da representação verossímil.

Isso nos leva a crer que o experimental respondeu, desde essa época, pelo tensionamento estético de valores essencialmente modernos. Na vertente contemporânea, notamos que a crítica estética à epistemologia da Modernidade ocidental assume um caráter político em projetos de artistas latino-americanos que discutem processos históricos relacionados à colonização, à escravidão, ao racismo científico, à violência de gênero, entre outras questões, como se observa em trabalhos de Eustáquio Neves, Rosana Paulino, Mitsy Queiroz, Gê Viana, Aline Motta, Renata Felinto, entre outros.

A partir de nossas pesquisas recentes - Wanderlei (2022, 2021) e Cruz e Wanderlei (2023) - sugerimos que esse trabalhos podem ser analisados como parte de uma crítica empreendida pelo campo artístico e teórico aos efeitos sociais, epistêmicos e estéticos do pensamento moderno europeu, como proposto por autores como Mignolo (2010, 2008), Quijano (1992), Baio (2022), Almeida (2019), Ferreira da Silva (2020), Gonçalves (2022). Essa leitura pode contribuir para a compreensão da fotografia experimental como prática contemporânea que não se restringe ao desejo de uma investigação formalista, mas que se vale de uma estética de ruídos, impurezas e de base multimídia para problematizar questões sociais, políticas e epistêmicas do Sul Global.

Nesse sentido, buscamos teorizar a respeito da fotografia experimental contemporânea como modalidade que implica, especificamente nos trabalhos de alguns artistas latino-americanos, o uso de uma estética impura e ruidosa (Wanderlei, 2021a) para tratar assuntos relacionados à experiência da colonialidade (Quijano, 1992) gerada pelo projeto político, econômico, espistêmico e estético da Modernidade, constituindo-se como um verdadeiro agenciamento estético-político nas práticas artísticas contemporâneas.

Referências

Almeida, S. (2018). *O que racismo estrutural?* Letramento.

Azoulay, A. (2019, 29 outubro). Desaprendendo as origens da fotografia. *Revista Zum*. https://revistazum.com.br/revista-zum-17/desaprendendo-origens-fotografia/

Baio, C. (2022). Da ilusão especular à performatividade das imagens. *Significação: Revista De Cultura Audiovisual*, *49*(57), 80-102. https://doi.org/10.11606/issn.2316-7114.sig.2022.183203

Barthes, R. (2012). *A câmara clara: nota sobre a fotografia*. Nova Fronteira.

Bazin, A. (2017). *O que é o cinema?* Cosac Naify.

Cruz, N. V., & Wanderlei, L. C. (2023). *Fotografia experimental: um conceito em construção* [Trabalho apresentado]. 32° Encontro Anual da Compós, São Paulo, SP, Brasil. https://proceedings.science/compos/compos-2023/trabalhos/fotografia-experimental-um-conceito-em-construcao?lang=pt-br

Ferreira da Silva, D. (2020). Ler a arte como confronto. *Logos, 3*(27), 290-296. https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/57382

Gonçalves, F. do N. (2018). Por uma visada genealógica da fotografia contemporânea. *E-Compós*, *21*(2). https://doi.org/10.30962/ec.1454

Gonçalves, F. do N. (2022). *O que descolonizar o pensamento quer dizer?* [Trabalho apresentado]. Seminário Internacional Migra Media Acts, Braga,

Portugal. https://www.academia.edu/83347776/O_que_descolonizar_o_conhecimento_quer_dizer.

Jay, M., & Rivetti, L. (2020). Regimes escópicos da modernidade. *ARS*, *18*(38), 329-349. https://doi.org/10.11606/issn.2178-0447.ars.2020.169121

Machado, A. (1984). *A ilusão especular: Introdução à fotografia*. Brasiliense.

Mignolo, W. (2010). *Desobediencia epistémica: retórica de la modernidad, lógica de la colonialidad y gramática de la descolonialidad*. Edições del signo.

Mignolo, W. (2008). Desobediência epistêmica: a opção descolonial e o significado de identidade em política. *Cadernos de Letras da UFF, 34*, 287-324. https://www.academia.edu/43889419/DESOBEDI

Quijano, A. (1992). Colonialidad y Modernidad-racionalidad. Em H. Bonillo (Ed.), *Los conquistados* (pp. 437-449). Tercer Mundo Ediciones.

Sontag, S. (2004). *Sobre fotografia*. Companhia das Letras.

Tagg, J. (2005). *El peso de la representación*. Gustavo Gili.

Wanderlei, L. C. (2021). *Desarranjos maquínicos: ruído, tecnologia, imagem*. Edição da autora.

Wanderlei, L. C. (2022). But after all, what is the experimental?. Em P. Giori (Org.), *Studies on Experimental Photography* (pp. 26-33). International Festival on Experimental Photography.

Wanderlei, L. C. (2021a). Ruído e fotografia experimental: estéticas irregulares para discursos políticos. *Esferas*, (22), 32-50. https://doi.org/10.31501/esf.v0i22.13331

O PAPEL DA FOTOGRAFIA NA TRANSFORMAÇÃO DOS RETRATOS PINTADOS MODERNISTAS BRASILEIROS

Gabriele Oliveira Teodoro

Este estudo investiga a relação da fotografia na transformação do retrato pictórico durante o período do Modernismo brasileiro. Durante esse período, os pintores deixaram de ser vistos apenas como reprodutores da verossimilhança e suas subjetividades passaram a ser consideradas. O objetivo desta pesquisa, tendo-se Walter Benjamin como base para a reflexão, é analisar como essas mudanças refletiram na abstração dos traços dos retratistas em suas amplas produções de retratos pintados de escritores desse período. Para elucidar essas questões analisaremos a obra *Retrato de Mário de Andrade*, por Anita Malfatti, de 1922 e uma fotografia do escritor no mesmo período.

A Influência da Fotografia nos Retratos Pintados

Desde o advento da fotografia, questionamentos foram feitos por diversos pesquisadores preocupados com o fenômeno da imagem fotográfica. Podemos associar essas discussões ao desenvolvimento do retrato pictórico no Modernismo brasileiro. É notável que ao decorrer do avanço da fotografia, a

pintura e a fotografia começaram a colaborar entre si. As técnicas pictóricas passaram a ser mais fluidas, livres e espontâneas uma vez que as reproduções mais fidedignas podiam ser obtidas com a fotografia.

As primeiras fotografias eram inferiores em nível de qualidade, aos retratos pintados. As vantagens das primeiras fotografias então, seriam a de reprodução e divulgação, isso significava que elas poderiam funcionar mais como impressões do que como pinturas (West, 2004, p. 191). Essa popularidade da fotografia de retrato inspirou mudanças na prática de retratos, e elas não foram menos abrangentes do que as inovações da fotografia em si. Embora se falasse sobre a morte da pintura após a invenção da fotografia, não demorou muito tempo para que os artistas tentassem encontrar diferentes abordagens que distinguiriam sua arte da arte do fotógrafo. Embora muitos retratos ainda mantivessem as convenções artistas ainda faziam experiências conscientes, tornando os retratos um ponto de partida para um trabalho que usa espaço, adereços e gestos (West, 2004, p. 190).

Outra contribuição da fotografia para uma alteração no modo de fazer os retratos foi através do seu emprego por pintores como parte dos seus métodos de trabalho. Antes da invenção da fotografia, os pintores muitas vezes faziam longas sessões em seus estúdios; subsequentemente um retrato pintado poderia ser produzido total ou parcialmente a partir de uma fotografia, ao invés de precisar do retratado sentado e imóvel.

Nos retratos de poetas no Modernismo brasileiro, percebemos como a fotografia, em algumas obras, serviu como um ponto de partida. Ao assimilar elementos da fotografia, como a composição, o enquadramento e o jogo de luz e sombra, os pintores modernistas adicionavam suas próprias interpretações e abstrações, criando retratos que transcendiam a mera representação física. Enquanto a fotografia fornecia uma representação mimética, os pintores

modernistas adicionavam sua perspectiva pessoal e exploravam a expressão artística e criavam retratos que iam além da simples imitação da realidade, buscando transmitir a essência e a visão de mundo dos poetas retratados.

Os retratos (fotográficos e pictóricos) foram produzidos com o propósito de transmitir semelhança e documentar a aparência, o *status* ou a profissão de um modelo em um determinado momento. Mesmo nos dias de hoje, eles continuam a ser encomendados por indivíduos e organizações para serem exibidos publicamente. Eles permanecem como sinais importantes de afeto familiar, amizade, etc, e também servem como veículos para manifestação artística e experimento técnico. Mas o retrato também se tornou um método para os artistas explorarem conscientemente questões de gênero, etnia, sexualidade e corpo.

Conclusão

Ao analisarmos a fotografia e o retrato pintado do escritor Mário de Andrade, podemos perceber como a fotografia desempenhou um papel fundamental na renovação da linguagem artística no contexto do Modernismo brasileiro. Os artistas modernistas absorveram elementos da fotografia e os integraram em suas obras, criando retratos que exploraram a subjetividade, a expressão e a abstração. Essas obras representam uma ruptura com as convenções tradicionais do retrato pictórico relacionadas a mimese e contribuíram para a construção de uma identidade artística brasileira.

Referências

West, S. (2004). *Portraiture.* OUP Oxford.

Desinformação em foco: o papel da fotografia na disseminação de notícias políticas falsas

Adriel Henrique Francisco Cassini
Liliane de Lucena Ito

A informação no mundo contemporâneo e disseminada de forma automática, rápida e sem barreiras e tempo e espaço (Borges, 2000). A partir dessa vasta disseminação de informações fica evidente o papel da mídia na sociedade exercendo influência em campos sociais como a cultura, política, religião, dentre outros.

A percepção do impacto midiático surge da exploração da midiatização na sociedade. A midiatização denota o fenômeno em que a sociedade, em níveis progressivos, se submete e se torna cada vez mais dependente da mídia, adotando a lógica por ela engendrada (Hjavard, 2012). A imagem fotográfica é essencial na sociedade atual, usada em mídia, redes sociais e política. Ao longo do tempo, tem sido reconhecida como prova confiável dos acontecimentos (Kossoy, 2002).

Notoriamente, algumas imagens têm o poder de atrair, cativar, encantar, comunicar ideias e despertar emoções (Franzon, 2012). Dentro do contexto

da infodemia, a imagem fotográfica, com seu poder de comprovar a verdade e despertar emoções, é também explorada para manipular opiniões, tornando-se um elemento mais significativo em peças de desinformação. Assim a infodemia se trata da gama infinita de informações circulantes, dessa forma, ela produz a desinformação e é produzida por ela gerando um ciclo quase que vicioso.

Pode-se considerar que a infodemia e a desinformação vão ao encontro do fenômeno da "pós-verdade", caracterizado por Bucci (2019) uma realidade onde os fatos objetivos são pouco levados em consideração perto de apelos emocionais ou crenças pessoais.

A desinformação, embora não seja nova na sociedade, tem se intensificado através das redes sociais, aplicativos de conversação e outras ferramentas de comunicação digital, tornando-se mais comum e disseminada em larga escala na atualidade. O termo "fake news" ganhou destaque durante as eleições presidenciais norte-americanas de 2016, usado pelo então candidato Donald Trump. No entanto, a própria construção do termo ("fake" significa falso e "news" significa notícia) levanta controvérsias, pois sugere uma intenção de desacreditar o jornalismo profissional.

Atualmente, a desinformação frequentemente utiliza elementos característicos de notícias jornalísticas para ganhar credibilidade e convencer o público. Tanto recursos verbais quanto imagéticos são empregados nesse processo. As imagens são ferramentas poderosas na disseminação de informações enganosas, pois nossos cérebros são menos propensos a questionar recursos visuais (Wardle & Derakhshan, 2019).

Contudo, a imagem fotográfica, apesar de aceita quase de imediato como realidade, pode ser empregada como recurso de desinformação, pois, pode ser manipulada de diversas formas através de desenhos que a sobrepõe,

manipulação digital ou a alocação em novo contexto, produzindo assim informação nova (Flusser, 2009), ou neste caso, desinformação nova.

Visto isso, pretende-se realizar, neste artigo uma análise qualitativa de peças de desinformação ancoradas a imagem e como estas tentam ser mimeses do jornalismo afim de persuadir os receptores. Como metodologia, pretende-se analisar imagens presentes nas peças de desinformação disseminadas durante o primeiro semestre de 2023 e compreender sua estrutura comunicacional.

Para isso, será empregado a metodologia de Barthes (1990), a fim de compreender as características linguísticas, denotativas e conotativas das imagens utilizadas. Espera-se compreender melhor como a fotografia contribui como elemento de legitimidade para peças de desinformação, entre outros objetivos, sustentando-se nos estudos da imagem e no percurso metodológico utilizado para análise das peças.

Referências

Borges, M. A. G. (2000). A compreensão da sociedade da informação. *Ciência da Informação*, *29*, 25-32.

Bucci, E. (2019). *Existe democracia sem verdade factual*? (Vol. 5). Estação das Letras e Cores Editora.

Barthes, R. (1990). *O Óbvio e o Obtuso.* Estação das Letras e Cores Editora.

Flusser, V. (2009). *Filosofia da Caixa Preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia.* Sinergia Relume Dumará

Franzon, É. C. D. S. (2012). *Luz e sombra, mostrar e esconder: os efeitos de sentido e as estratégias da imagem fotográfica em magnum in motion* [Dissertação de mestrado, Universidade Estadual Paulista - UNESP].

Hjarvard, S. (2012). Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. *Matrizes, 5*(2), 53-91.

Kossoy, B. (2002). *Realidades e Ficções na trama fotográfica* (Vol. 3). Ateliê Editoral.

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2019). Reflexão sobre a desordem da desinformação: formatos da informação incorreta, desinformação e má informação. In C. Ireton, & J. Posetti (Orgs.), *Jornalismo, fake news & desinformação: manual para educação e treinamento em jornalismo* (pp. 46-58). UNESCO.

IA: REFLEXÕES SOBRE UMA NOVA JANELA

Matheus Tagé

Desde a invenção da Fotografia, no século 19, o processo de interação com a realidade assumiu um caráter técnico. Algo que se articula a partir da ruptura com relação à subjetividade da pintura, em detrimento da pretensa objetividade da nova tecnologia, enquanto mecanismo de construção de representações da realidade. O imaginário de mundo se fragmenta a partir da percepção da imagem técnica. Da fotografia - representação estática da realidade - ao cinema, com a ilusão do movimento. O percurso da imagem é de constante desmaterialização, como aponta Fontcuberta (2012). Se observarmos a alta espessura de representações do mundo, a partir das imagens técnicas, podemos verificar um processo de dissimulação dos espaços do real (Baudrillard, 1991). A partir do advento da fotografia digital, pontuamos a aceleração do tempo de produção e processamento de imagens. Em uma etapa posterior, permeada pelas impermanências do contemporâneo, a interação com o meio, por meio da gamificação fotográfica (Tagé, 2022), assume o protagonismo enquanto variável intrínseca da imagem digital. Neste contexto, observamos a proliferação de imagens pós-fotográficas; cenas captadas por drones, imagens processadas em dispositivos de geolocalização, registros de mundos virtuais

como videogames, ou a reinterpretação do real, por meio de memes. A imagem torna-se imagem-fluxo; resultado do processo de aceleração, provocado pelo consumo infinito de representações imagéticas - uma resposta ao ritmo e materialidade das redes. Estas imagens-fluxo se consolidam, e articulam um esvaziamento do caráter documental da fotografia, ao ponto de possibilitar o surgimento de um novo paradigma que se apresenta no campo da imagem: a Inteligência Artificial. Esta nova tecnologia simula visualmente as relações com a realidade. De modo que anula a relação concreta da fotografia enquanto registro do mundo. Em paralelo, a Inteligência Artificial decodifica tudo em imagem, a partir de infinitos bancos de dados e representações, programadas e repetidas nas profundas estruturas algorítmicas das redes. Chama a atenção, também, o fato de que isto acontece por meio da palavra escrita, traduzindo qualquer estímulo em registro visual, como no caso do aplicativo Midjourney. O paradoxo se dá a partir da perspectiva de que é necessário estudar e analisar de forma crítica os impactos e possíveis aplicações desta nova tecnologia. O processo e construção de imagens artificiais alcança tamanha verossimilhança que, por vezes, dificulta a possibilidade de se identificar, ou atestar, a veracidade destas representações. Artistas, fotógrafos, designers, e todo tipo de usuário destes aplicativos de IA, têm produzido materiais interessantes para embasar esta proposta epistemológica. Este artigo pretende analisar de forma crítica este novo passo das tecnologias de comunicação; e apontar uma possível abordagem antropológica para esta nova forma de ver o mundo. Nesta análise crítica, apontaremos por meio de estudos de caso, a utilização destes mecanismos, e as possíveis implicações socioculturais que se apresentam para a comunicação e para as sociabilidades. O descolamento do real, sob a ótica da técnica, é um ponto crucial a se estudar; assim, esta

pesquisa propõe apontar o processo como um reflexo da necessidade humana de descolamento da própria realidade.

Referências

Baudrillard, J. (1991). *Simulacros e simulação.* Relógio d´agua.

Fontcuberta, J. (2012). *A câmera de Pandora: a fotografi@ depois da fotografia.* Ed. G. Gilli.

Tagé, M. (2022). Gamificação Fotográfica: a lógica das imagens-fluxo. In A. Martins, D. Guimarães, L. Margadona, L. Bordim, N. Viola, & P. Freixa (Coords.), *Sobre as Artes* (pp. 185-202). Ria Editorial.

Fotografia "reinventada": 360º como possibilidade de instrumento de pós-fotorreportagem

Matheus Teixeira
Thiago Seti Patricio

A poética fotográfica passa por uma "reinvenção" constante. Com a quantidade incalculável de pessoas que têm acesso a câmeras fotográficas, sobretudo por meio da popularização dos smartphones, exige-se, cada vez mais, que os olhares fotográficos se aprimorem e adentrem em realidades bem diferentes das de Louis Daguerre e Joseph Niépce, agora com interconexões mundiais, algoritmos e fluxo comunicacional em tempo real e constante.

Uma quebra de paradigma no universo fotográfico ocorre com a pós-fotografia, fenômeno mais recente. Termo engendrado em 1988 por David Tomas (Renó, 2020, p. 4), e resgatado por Fontcuberta (2011, p. 3), a pós-fotografia é uma linha tênue entre a foto e o vídeo, ou seja, entre o conteúdo imagético estático e o em movimento, com uso, sobretudo, dos mais diversos meios digitais. Abre-se um leque antes inexistente, por exemplo, com fotos em três dimensões, fotos omnidirecionais e fotos animadas – as fotos animadas em movimento de poucos frames são popularmente conhecidas como GIFs,

a sigla em inglês para Graphics Interchange Format (Formato de Intercâmbio de Gráficos).

Mais do que apresentar uma forma poética diferente da fotografia clássica, a pós-fotografia pode vir a ser, e já tem sido, um instrumento de fotorreportagem no tempo atual. "Cabe ao fotojornalismo reinventar seu futuro para continuar a contar o mundo", justificam Colo et al. (2005, em Persichetti, 2006, p. 182). Nesse contexto, o presente artigo científico concentra-se nas fotos omnidirecionais. Para compreendê-las, como materiais e métodos recorre-se à observação, "técnica de coleta de dados para conseguir informações e [que] utiliza os sentidos na obtenção de determinados aspectos da realidade" (Marconi & Lakatos, 2005, p. 192). Em tempo, faz-se também análise fotográfica (Coutinho, 2012, pp. 339-340) do dispositivo brasileiro Caatinga 360, do Projeto Caatinga.

O dispositivo Caatinga 360, objeto estudado nesta pesquisa, foi lançado em maio de 2019 – em parceria da Universidade Federal Rural do Semi-Árido (Ufersa) com o Centro de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação Leopoldo Américo Miguez de Mello (Cenpes) da Petrobras – pertence ao Projeto Caatinga, desenvolvido pela Ufersa, Fundação Guimarães Duque e Petrobras.

Com o presente estudo, considera-se que a fotografia não é o complemento poético-estético de uma reportagem. É, assim como o texto, informação. E uma informação ainda mais democrática! Afinal, se o jornalismo pretende ser acessível a toda e qualquer pessoa, as produções de fotojornalismo são compreendidas não apenas por quem saber ler, são inclusivas a analfabetos e pessoas em processo de alfabetização. Com relação à pós-fotorreportagem, que ainda precisa aumentar suas produções com 360º, ela não extermina a fotorreportagem tradicional, como convive com ela e com outras possibilidades de imagem (Renó, 2020, p. 4). Não se trata de trazer à debate se a pós-foto

exterminará a foto tradicional, nem continuar a discutir se a internet matará o jornal impresso. Em cenário de convergências midiáticas, o Jornalismo precisa incorporar o máximo possível de formatos.

Referências

Caatinga360. (2019). Virtual tour generated by Panotour. Acesso em 14 janeiro, 2023, disponível em https://caatinga360.ufersa.edu.br

Coutinho, I. (2012). Leitura e análise da imagem. In J. Duarte, & A. Barros (Org.), *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação* (2a ed., pp. 330-344). Atlas.

Fontcuberta, J. (2011, 11 maio). Por un manifiesto posfotográfico. *La Vanguardia.* https://www.lavanguardia.com/cultura/20110511/54152218372/por-un-manifiesto-posfotografico.html

Marconi, M. A., & Lakatos, E. M. (2005) *Fundamentos de metodologia científica* (6a ed.). Atlas.

Persichetti, S. (2006). A encruzilhada do fotojornalismo. *Discursos Fotográficos, 2*(2), 179-190. https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/discursosfotograficos/article/view/1484/1230

Renó, D. P. (2020). Pós-fotorreportagem e os desafios das novas narrativas audiovisuais. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones", 13*(2), 1-12. https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.8321

Universidade Federal Rural do Semi-Árido (Ufersa). (2019, 9 maio). *Projeto da Ufersa lança página que permite observar e ouvir a caatinga de forma virtual*. Ufersa. https://assecom.ufersa.edu.br/2019/05/09/projeto-da-ufersa-lanca-pagina-que-permite-observar-e-ouvir-a-caatinga-de-forma-virtual/

A NARRATIVA POPULAR PRESENTE NOS CINEJORNAIS E FOTOGRAFIAS DE JOÃO GONÇALVES CARRIÇO, O "AMIGO DO POVO"

Renata Venise Vargas Pereira

O trabalho pretende analisar parte da produção fotográfica e cinematográfica de João Gonçalves Carriço (1886/1959). O mineiro de Juiz de Fora era um artista de múltiplas camadas: pintor, cenógrafo, cartazista, fotógrafo, cineasta, exibidor, produtor cinematográfico, proprietário do Cine-Theatro Popular e da Carriço Film. A empresa era uma produtora de cinema responsável por filmar o cotidiano de Juiz de Fora por mais de duas décadas consecutivas (1933/1956), registrando os principais acontecimentos do município no início do século XX, sendo uma importante fonte da memória da cidade no campo da imagem.

O material era visto pela população local mas a produção extrapolava os limites do município. Os cinejornais passavam pelo crivo do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) e eram exibidos em todo país pela Distribuidora de Filmes Brasileiros. O volume é representativo, fato que insere João Carriço como uma figura importante do cinema em Minas Gerais e no Brasil,

principalmente, porque contribuiu para descentralizar a produção hegemônica do eixo Rio de Janeiro-São Paulo.

Atualmente, a Cinemateca de São Paulo guarda o acervo original da Carriço Film e a informação em sua base de dados é que a coleção do juiz-forano reúne 236 cinejornais - 23 são sobras de negativo e positivo. Isso significa que a Cinemateca catalogou 213 materiais do juiz-forano armazenados em seus galpões. Um montante considerável apesar de uma parte da produção original ter se perdido ao longo do tempo ou sofrido processo de combustão, em virtude do material inflamável. Algumas dessas cópias, que totalizam 125 cinejornais, estão na Fundação Cultural Alfredo Ferreira Lage (Funalfa), em Juiz de Fora, distribuídas em 8 CD´s. Este volume representa cerca de 60% do que consta no Catálogo.

A maioria dos cinejornais aborda mais de um assunto. Um deles, por exemplo, o Cine Jornal Carriço SN-016, de 1942, foi exibido levando ao ar 13 temas diferentes. Todas as cópias foram assistidas, totalizando 16 horas de filmes, permitindo a listagem de 434 assuntos abordados nos 125 cinejornais disponíveis para visualização. Esta fragmentação temática é típica dos cinejornais mas a descrição do assunto na tela ou na voz do narrador permitem que a identificação do assunto seja facilitada.

A produção de Carriço também inclui fotografias tiradas ao longo de sua vida profissional. O material original está no Museu Mariano Procópio, de Juiz de Fora, e foram catalogadas gerando um material indexador totalizando quase três mil fotos visionadas.

A envergadura profissional de Carriço era enorme a ponto de possuir uma equipe de profissionais e carro próprio, uma espécie de unidade móvel de reportagem, que circulava fotografando e filmando os acontecimentos. Aliás, esse veículo era adaptado para instalar o cinegrafista na capota e garantir

melhores imagens dos fatos. O veículo possuía alto-falantes, que divulgava os filmes em cartaz no Cinema Popular, e logomarca para identificar a empresa, além de transportar funcionários uniformizados. Uma preocupação incomum para a época.

No cinema, permitia a entrada gratuita ou aplicava preços reduzidos - se auto intitulando "o amigo do povo". Esta prática pode ser considerada um acesso democrático à arte cinematográfica até então destinada à uma parcela privilegiada da população. Sua casa de exibição era frequentada por trabalhadores e pessoas simples. O curioso da prática de Carriço era a presença popular também em suas imagens capturadas na rua. O povo era filmado por sua equipe e depois ia ao cinema se ver nas telas.

Sua produção cinematográfica se caracteriza pela abordagem de temas políticos, práticas esportivas e festas religiosas, militares e populares, como o carnaval. Nas festas de rua, os populares que viviam à margem nos estratos inferiores se incorporavam a outras camadas da sociedade, ganhando espaço nos filmes de Carriço.

A proposta para o recorte empírico desse trabalho é mostrar como estas pessoas eram retratadas nos acontecimentos de caráter religioso, esportivo e nas festas religiosas, compondo a narrativa imagética acerca do passado histórico de Juiz de Fora. As imagens são inusitadas assim como o comportamento dos populares que subiam em árvores, nas marquises, assistiam das janelas, varandas ou terraços das construções públicas ou particulares. Tudo para ser inserido no que chamamos de espaço comum de comunicação entre diferentes pessoas. Para isso, serão analisados três cinejornais que discorrem sobre o tema e algumas fotografias que compõem o universo imagético de João Gonçalves Carriço.

Turismo binário: a fotografia de viagem no ecossistema midiático pós-pandemia

Denis Renó

O ecossistema fotográfico vive processos mutantes expressivos desde o advento da tecnologia digital, e ocupou um status de coadjuvante por quase duas décadas no jornalismo digital, como complemento dos textos. Nesse ecossistema de mudanças e reconfigurações, destacam-se algumas transformações definidas neste trabalho como fatores interrogativos fundamentais na reconfiguração do ecossistema midiático contemporâneo. Uma delas é a relação existente entre o cidadão, os conteúdos e os dispositivos digitais. Para tanto, consideramos a ideia de mobilidade proposta por Marc Augé (2007) e a sociedade individualizada contemporânea, disseminada por Zygmunt Bauman (2008) como características do humano moderno, somadas às mutações conceituais na ecologia dos meios, originalmente observadas por McLuhan e Postman (Scolari, 2015) e revisadas nos dias atuais.

Para colaborar com a busca de respostas sobre isso, é necessário entender essa atualização através dos estudos compartilhados por Paul Levinson (2012) e Lev Manovich (2013), onde a relação entre o cidadão e os dispositivos digitais torna-se quase orgânica em sua interpretação. Além disso, para ambos

autores, a distribuição/circulação contemporânea, que seria inimaginável para os pesquisadores pioneiros da ecologia dos meios, justifica a existência deste estudo: a mudança tecnológica, estética e narrativa da informação imagética em ambientes comunicacionais com potencial de fomento ao turismo contemporâneo (Renó et al., 2021). Neste ecossistema midiático transformado, encontramos, por exemplo, casos em que a foto se transforma em vídeo, um vídeo que ocupa um lugar de foto ou a foto que ocupa a interface de maneira responsiva, informando parte importante da reportagem por seus pixels. Esse novo formato é denominado por Fontcuberta (2016) como pós-fotografia e complementado por Denis Renó (2020) como pós-fotorreportagem.

Finalmente, uma pós-fotografia que constrói narrativas complexas (Dominici, 2021) com base no jornalismo transmídia (Renó & Flores, 2018), especialmente em ambientes naturalmente imagéticos, como o Instagram (Manovich, 2017). Essa é, de fato, a fotografia, que em seu surgimento serviu como uma arte de narrar histórias longínquas até perder essas narrativas, transformando-se em um registro de instantes comuns, cotidianos. Entretanto, essa realidade vive uma reviravolta. Atualmente, encontramos diversas tecnologias digitais que promovem não somente o registro fotográfico de alta qualidade a partir de dispositivos móveis, como também as transformam em mensagem fundamental em reportagens multiplataforma e/ou transmídia, ou seja, através de narrativas complexas, com o papel de agente testemunha e de transformação social.

Essa investigação é motivada por um problema central, que corresponde na reformulação do ecossistema midiático contemporâneo após os efeitos sociais, sanitários e econômicos provocados pela pandemia do COVID-19, com foco principal na ressignificação do turismo. Consideramos, para a detecção do problema, o potencial econômico dessa atividade nos dias

pré-pandemia, assim como uma possível reconfiguração. Cabe-nos responder: quais as possibilidades comunicacionais e tecnológicas para o uso da fotografia de viagem no ecossistema digital pós-pandemia? Para isso, foram necessárias experimentações que buscassem o desenvolvimento de novas linguagens para a fotografia de viagem, considerado os conceitos de pós-fotografia (Fontcuberta, 2016) e sua variante pós-fotorreportagem (Renó, 2020), somados às ideias de complexidade (Dominici, 2021), e reforçadas pelas estratégias de linguagem do Jornalismo Transmídia (Renó & Flores, 2018).

Para o desenvolvimento desta pesquisa, adotamos ideias de Henri Cartier-Bresson (2015), quando o mesmo defendeu o valor da fotografia de viagem em uma sociedade que contava com mobilidade planetária restrita, para poucos, algo que sofreu a perda do potencial desse tipo de narrativa fotográfica a partir das últimas décadas do século XX, com a facilitação da mobilidade humana. A pesquisa foi concebida como um estudo de caráter aplicado, também denominada como híbrida, através de um complexo metodológico que compreende, basicamente, pesquisa bibliográfica e o método quase-experimental. Com os resultados obtidos através dos experimentos, é possível afirmar que é viável e necessária a reinvenção da fotografia de viagem para oferecer à sociedade experiências preliminares no campo do turismo imagético.

Referências

Augé, M. (2007). *Por una antropología de la movilidad*. Gedisa.

Bauman, Z. (2008). *A sociedade individualizada*. Zahar.

Cartier-Bresson, H. (2015). *Ver é um todo: Entrevistas e Conversas 1951-1998*. Gustavo Gili.

Dominici, P. (2021). La trasformazione digitale come trasformazione antropologia. Il cambio di paradigma e i rischi di una "rivoluzione inespressa". In C. Ortiz (Org.). *Convergências da comunicação: olhares à cultura digital*. Ria Editorial.

Fontcuberta, J. (2016). *La furia de las imágenes: notas sobre la postfotografía*. Galaxia Gutenberg.

Manovich, L. (2017). *Instagram and the contemporary image*. NYCU.

Manovich, L. (2013). *Software takes command*. NYCU.

Renó, D. (2020). A pós-fotorreportagem como narrativa imagética no ciberespaço contemporâneo. In G. L. Martins, & D. Rivera (Orgs). *+25 Perspectivas do ciberjornalismo.* Ria Editorial.

Renó, D., Banhara, L., & Viola, N. (2021). A fotorreportagem virtual e a ressignificação do turismo pós-pandemia. In D. Alvarez, L. Gonzales, M. Moraes, R. Fakhoury, V. Altamirano (Orgs.). *Mídia e Mercado*. Ria Editorial.

Renó, D., & Flores, J. (2018). *Periodismo Transmedia*. Ria Editorial.

Scolari, C. (2015). *Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones*. Gedisa Editorial.

Mesa 4: Jornalismo, tecnologia e estudos de meio

Mesa 4: Periodismo, tecnología y estudios de medio

Adriana Pierre Coca
Liliane de Lucena Ito
Dora Santos Silva
Coordenadoras

Telejornalismo local e o quinto poder: experiências em Minas Gerais e Roraima

Gustavo Teixeira de Faria Pereira
José Tarcísio Silva Oliveira Filho

Essa pesquisa busca trazer contribuições críticas para pensar a aplicação dos conceitos de quarto poder (imprensa) e quinto poder (mídias sociais) ao contexto sociocultural brasileiro na análise do telejornalismo local. A partir da pergunta: "Como o quinto poder tem sido apropriado pelo telejornalismo local?", recorre-se à análise da materialidade audiovisual (Coutinho, 2018) para investigar como os possíveis sentidos desse "quinto poder" emergem em dois telejornais locais de afiliadas da Rede Globo: JRR1 (Rede Amazônica de Boa Vista/Roraima); e MG1 (TV Integração Zona da Mata/Minas Gerais).

Assumimos em nosso trabalho o jornalismo como quarto poder, compreendido como um poder simbólico (Bourdieu, 1987) -não institucionalmente constituído- que ganha diferentes aplicações: fiscalizador/moderador ou "superpoder". Porém, a partir dos avanços tecnológicos e das transformações dos meios e dos formatos de comunicação, somados a uma falha da imprensa em fiscalizar os demais poderes, Dutton (2009) traz a ideia do "quinto estado/poder" que teria a função de fiscalizar e supervisionar tanto o "quarto poder",

como também os outros poderes, além de ser o guardião da notícia e tradutor de realidades, denominações anteriormente vinculadas à imprensa.

Refletindo sobre as potencialidades do quinto poder, somado a um cenário de interação, integração e disputas entre meios de comunicação e novas mídias digitais, identifica-se novas relações de poder. De um lado, a imprensa busca dar continuidade ao seu "poder" de guardião da informação. Em contrapartida, os usuários na internet passam a criar seus próprios conteúdos, de forma segmentada, e também participam e co-produzem.

Entretanto, ao invés de um cenário de "rivalidade" entre os poderes, observa-se também diálogos e contribuições. Utilizando como estudo o telejornalismo local, muito tem-se discutido sobre a importância do telejornalismo na constituição das identidades locais por meio do processo de produção e consumo da notícia (Batista & Rizzotto, 2016). As dinâmicas concedem cor e sabor ao local e demonstram as identidades, individuais e coletivas, o que reforça a importância do telejornalismo em reconhecer as vozes e os posicionamentos presentes nas mídias digitais, como os oriundos do "quinto poder", tanto nas notícias, como em uma constituição mais inclusiva do telejornal.

Para refletirmos sobre a emergência do quinto poder pelo telejornalismo local, por meio da análise da materialidade audiovisual (Coutinho, 2018), são elaborados três eixos de análise: a)Complementariedade x adversidade, voltado à identificação, num gesto interpretativo, da relação do telejornal com os usuários; b)Sujeitos de fala e dramaturgia, trata-se de um recorte dos estudos sobre dramaturgia do telejornalismo que originou a análise da materialidade audiovisual; c)Participação do usuário e senso de lugar, busca refletir sobre como a inserção de conteúdo gerado por usuários pode contribuir para a criação do senso de lugar nos telejornais locais.

Como recorte, estabelecemos a semana do dia 19 a 24 de junho de 2023, escolhido de forma aleatória, totalizando 12 edições de dois telejornais locais Praça 1, produzidos por emissoras afiliadas da Rede Globo: o MG1 da TV Integração Zona da Mata; e o JRR1, da Rede Amazônica de Boa Vista. Os acessos foram feitos via plataforma GloboPlay.

De forma sumarizada, a análise demonstra que os espaços em que o público possui representatividade e autonomia ainda são tímidos nos MG1 e JRR1, o que explica uma ausência da manifestação do quinto poder tal como proposto por Dutton (2009). Entretanto, abrem-se caminhos para, inicialmente, duas reflexões sobre a atuação do quinto poder à brasileira. É possível vislumbrar uma atuação para além da mera fiscalização do jornalismo, mas também, de outras instituições sociais. Assim, quadros participativos de denúncia identificados na análise podem ser vistos como uma aliança entre o quarto e o quinto poder na tentativa de cobrar uma "prestação de contas" dos demais poderes.

Uma segunda reflexão, que também atua como contribuição metodológica, considera que a falta de espaço e voz dos cidadãos aponta para a necessidade de articular, em termos analíticos, as narrativas telejornalísticas com as repercussões dos usuários nas mídias digitais. Neste ambiente convergente, sem que se exclua as relações de poderes das mídias sociais, há uma promessa de maior potencial de visibilidade de comentários, críticas e narrativas independentes que apontam tanto para a emergência de quinto poder (Dutton, 2009), ou sua versão "à brasileira", quanto na valorização das identidades e representações que constituem a formação do senso de local/lugar na sociedade globalizada.

Referências

Batista, M., & Rizzotto, C. (2016). Telejornalismo local: um estudo sobre a representação e construção da identidade. *Revista Uninter de Comunicação, 4*(6), 3-15.

Bourdieu, P. (1987). *O Poder Simbólico.* Editora Bertrand Brasil S.A.

Coutinho, I. (2018). Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual - Da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade. In C. Emerim, I. Coutinho, & C. Finger (Orgs.), *Epistemologias do Telejornalismo Brasileiro* (pp. 175-194). Insular.

Dutton, W. H. (2009). Through the Network (of Networks) – the Fifth Estate. *Journal Prometheus- Critical Studies in Innovation, 27*(1).

NARRATIVA E POVOS ORIGINÁRIOS: O CASO DOS YANOMAMI EM JORNAIS, REVISTAS E PORTAIS DE GRANDE CIRCULAÇÃO (2023)

Jorgelene Santos Oliveira

Crime de genocídio ou mero descaso. O que levou o povo Yanomami que vive na região Norte do Brasil a chorar a morte de quase 600 crianças que poderiam estar vivas, se tivessem sido atendidas em suas necessidades mais básicas?

Esta investigação tem como objetivo geral analisar as narrativas sobre os povos originários em textos noticiosos de jornais, revistas e portais de circulação nacional, tomando como base os casos de doenças e mortes sofridas pelo povo Yanomami que foram publicados durante os meses de janeiro e fevereiro de 2023, no contexto da denúncia de invasão das terras indígenas, por garimpeiros, feita pelo então recém empossado Governo Federal do Brasil, ao visitar aquela terra indígena, onde essa população sobrevive.

Metodologia

Para cumprir o objetivo geral de identificar os enquadramentos que levam à construção de sentidos sobre os povos originários em notícias publicadas

por veículos de grande circulação, foram selecionados textos sobre o tema elencado publicados no período de janeiro e fevereiro de 2023 nas versões impressas da Folha de São Paulo, de O Globo, do portal independente Brasil de Fato e Amazônia Real, Sumaúma e do portal da DW Brasil e a revista Carta Capital. Os textos foram publicados por ocasião da denúncia feita pelo Governo Federal do Brasil no estado de Roraima (RR).

Os textos, selecionados por meio de pesquisa aleatória, foram analisados com base nas teorias de Semetko e Valkenburg (2000). As autoras falam de quatro tipos de enquadramentos (interesse humano, conflito, consequências econômicas e responsabilidades); Oliveira (2022) identifica um quinto tipo de enquadramento (consequências ambientais). Esse quinto tipo de enquadramento criado pela autora para analisar as reportagens sobre a Amazônia no telejornalismo brasileiro e português Oliveira (2022). As análises são pautadas em Motta (2007) e Soares (2019).

Resultados

Foram analisados sete veículos, de cada um deles selecionados sete textos publicados no período 20 a 28 de janeiro de 2023, semana posterior à denúncia, quando ocorreu a maior repercussão do fato. O site Sumaúma, foi o primeiro a publicar o assunto. Essa publicação ocorreu no dia 20 de janeiro de 2023, a partir da denúncia de uma fonte indígena.

As análises partem de um quadro no qual constam: a identificação do veículo, o título da reportagem selecionada para análise, a classificação do enquadramento seguindo as autoras Semetko e Valkenburg (2000), a data e o eixo de análise, bem como os enunciados e a abordagem adotada.

O enquadramento com maior ocorrência foi “interesse humano”, seguido de “responsabilidades”, atribuído ao então Governo do presidente

Jair Bolsonaro (2018-2022). Também foi identificado enquadramento de consequências ambientais.

Conclusões

A narrativa sobre os povos originários brasileiros vem sendo construída a pelo menos cinco séculos, desde que os primeiros navegadores europeus desembarcaram na Amazônia nos séculos XVI e XVII.

Esse papel, na atualidade, cabe aos veículos noticiosos. Para compreender esse fenômeno, buscou-se o caso dos Yanomami, denunciado em janeiro de 2023, com repercussão na imprensa brasileira e internacional.

Os resultados apontam para uma cobertura com diferentes temas: genocídio, crise humanitária, desnutrição, carência de saúde e guerra. O principal enquadramento identificado foi o de responsabilidade, atribuída ao Governo do ex-presidente Jair Bolsonaro seguido de interesse humano.

Nessas reportagens, identificou-se a utilização de opiniões e imagens de fontes indígenas, ainda assim essas abordagens contribuem muito pouco para ampliar o conhecimento sobre Amazônia, ao contrário reforçam noções construídas ao longo de cinco séculos.

Referências

Motta, L. G. (2007). Análise pragmática da narrativa. In C. Lago, & M. Benetti (Orgs.), *Metodologia de Pesquisa em Jornalismo*. Vozes.

Oliveira, J. S. (2022). *Das narrativas das Descobertas aos textos jornalísticos atuais: um estudo da Amazônia que é notícia em telejornais de Portugal e do Brasil (2020)* [Tese de doutorado, Universidade Fernando Pessoa].

Soares, M. C. (2006). Análise de Enquadramento. In A. Barros, & J. Duarte (Orgs.), *Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação* (pp. 450-465). Atlas.

Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. (2000). Framing European politics: A content analysis of press and television news. *Journal of communication*, *50*(2), 93-109.

Jornalismo de soluções e o papel pedagógico do telejornalismo: explorando potencialidades na abordagem de reportagens sobre educação

Jemima Bispo
Ana Paula Goulart de Andrade
Luiz Felipe Falcão
Simone Martins

Este trabalho propõe o tensionamento das propostas do Jornalismo de Soluções com as experiências do telejornalismo comprometido com a transformação. Nessa perspectiva, e considerando a centralidade do telejornalismo em um país caracterizado pela baixa escolarização, inclusive midiática, pretende-se compreender se as narrativas audiovisuais apresentadas no Jornal Nacional (Rede Globo) são capazes de não apenas de denunciar, mas também de anunciar maneiras de enfrentamento ou superação das desigualdades e problemas apontados.

O Jornalismo de Soluções diz respeito à "cobertura rigorosa e convincente de respostas a problemas sociais" (Rede de Jornalismo de Soluções, https://www.solutionsjournalism.org), com destaque para a precisão da apuração e a maior autonomia investigativa por parte dos jornalistas. Assim, as histórias

são capazes de "fornecer aos cidadãos dados e experiências da vida real a partir dos quais se pode fazer julgamentos sobre como responder às injustiças e, coletivamente, escolher um caminho diferente" (Beers, 2010, p. 122).

Neste artigo, ao diálogo inicial sobre as características dessa prática somam-se o conceito de Dramaturgia do Telejornalismo (Coutinho, 2012) e o papel pedagógico da informação audiovisual (Cerqueira, 2018). Já a abordagem empírica envolve pesquisa documental de materiais em vídeo realizada por meio de plataformas de streaming, tendo como foco reportagens que tematizam a educação e sua oferta desigual em um país como o Brasil, à luz do método denominado Análise da Materialidade Audiovisual (Coutinho, 2018). Assim, a escolha das reportagens do recorte partiu da busca feita a partir da palavra "educação" no repositório virtual da emissora, o Globoplay. Foram escolhidos os VTs do Jornal Nacional que traziam no título a palavra-chave, exibidos nos primeiros meses de 2023 e, em seguida, ordenados na ordem cronológica. Na sequência, repetimos a busca no ambiente Google e confrontamos os resultados de apresentação. A resposta ao cruzamento dos mecanismos de busca trouxe reportagens que foram submetidas a critérios de escolha que partiram da relevância da discussão sobre educação, implicação na percepção social da realidade sobre o tema e ainda nos aspectos narrativos adotados pelos repórteres e editores.

A partir da definição do arcabouço teórico que norteia a percepção do que seja o Jornalismo de Soluções adotado para este trabalho, da Dramaturgia do Telejornalismo e tomando a Análise da Materialidade Audiovisual como metodologia, nos debruçamos para encontrar os eixos norteadores na nossa análise tanto descritiva, num nível mais superficial de observação, quanto analítica tendo como substrato as informações colhidas nos audiovisuais. A atenção se volta, portanto, para quatro eixos: a) o dos valores-noticia depreendidos

do processo de seleção dos elementos de cada uma das reportagens; b) o das estruturas narrativas e, também, as estruturas dramáticas selecionadas para a apresentação dos conflitos e consequente proposição de soluções; c) o do potencial educativo revelado pelas reportagens e o enquadramento pelo qual é apresentado; d) o de observação de proposição de soluções possíveis ou mera denúncia dos problemas.

Para além da simples detecção do uso ou não dessa "modalidade" de jornalismo, interessa-nos observar a maneira como elementos constitutivos do Jornalismo de Soluções podem aparecer e interferir na construção narrativa feita pelo Jornal Nacional, principalmente no que tange a questão da educação enquanto política pública e da construção social que se faz em torno dela.

Se tomarmos em consideração a promessa de explicação profunda do Jornalismo de Soluções para resolver problemas amplamente compartilhados, depreendemos inicialmente que as narrativas do Jornal Nacional ainda não fazem a opção por este modelo em temas factuais e de apresentação de pesquisas. A postura ainda é a de exibir "o que deu errado" sem expandir esse sentido para fronteiras mais visionárias e de perspectivas a encontrar respostas para problemas socioculturais e econômicos.

Referências

Beers, D. (2010). The Public Sphere and Online, Independent Journalism. *Canadian Journal of Education/Revue Canadienne de l'éducation.*

Cerqueira, L. (2018). *A função pedagógica no telejornalismo – e os saberes de Paulo Freire na prática jornalística.* Florianópolis.

Coutinho, I. (2018).Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual: da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade. In C. Emerim,

I. Coutinho, & C. Finger (Orgs.), *Epistemologias do telejornalismo brasileiro*. Insular.

Coutinho, I.(2012). *Dramaturgia do telejornalismo: a narrativa da informação em rede e nas emissoras de televisão de Juiz de Fora-MG.* Mauad X.

Eu, tu, nós repórteres - Quando profissionais também são pauta: credibilidade jornalística e pacto de confiança entre telas nas rotinas produtivas

Iluska Maria da Silva Coutinho
Gustavo Teixeira de Faria Pereira
Luiz Felipe Novais Falcão
Ana Paula Goulart de Andrade

Considerando um cenário convergente (Jenkins, 2009; Salaverría, 2009) e multimídia (Finger & Souza, 2012), no qual observa-se uma ampliação e expansão das telas (Mello Silva, 2017), principalmente a partir da interface audiovisual entre o telejornalismo e a internet (Finger & Souza, 2012), há uma significativa mudança nas rotinas produtivas e também nos modos de produção de conteúdo e geração de laços identitários entre o Jornalismo, os jornalistas e o público, com o ambiente digital tendo como potencial o aprimoramento dos meios de comunicação de massa (Dutton, 2009), bem como novos diálogos e possibilidades (Pereira, 2020).

A partir da identificação de um novo cenário em que os jornalistas passam a se colocar como protagonistas das narrativas, como personagens e também como atores sociais digitais que utilizam o seu cargo de jornalista

em uma emissora de TV como forma de se comunicar e garantir credibilidade frente ao público nos espaços digitais (Coutinho, 2022), a proposta deste trabalho é lançar um olhar para as representações identitárias de telejornalistas a partir das telas de aplicativos e redes sociais digitais em diálogo com as próprias profissões.

A justificativa deste trabalho está pautada na personalização da credibilidade da informação e nas novas relações de confiança do jornalismo e dos jornalistas televisivos com seus públicos (Coutinho, 2022), um movimento em crescimento no Brasil e que tem ganhado forças em meio à "pandemia de desinformação" (Wermuth et al., 2022) que atingiu o país de forma conjunta com a pandemia da Covid-19 entre os anos de 2020 e 2022. Mas que vai em direção contrária a alguns dogmas da profissão, como aquele de que jornalista não é notícia. Soma-se a isso que a credibilidade é o principal antídoto à fake news (Porcello, 2020), sobretudo no ambiente televisivo que nos últimos anos sofreu recorrentes ataques políticos (Falcão & Assis, 2021), sustentados pela ideia de fratura da democracia no Brasil. Nesse sentido, os jornalistas reorganizaram os processos das rotinas produtivas e apostaram em seus relatos credíveis como reforço na dose de confiança que enlaça o acordo tácito do jornalismo entre telas e a sociedade composta por uma audiência ativa e potente.

Para tal, utilizaremos como metodologia a Análise da Materialidade Audiovisual (Coutinho, 2016, 2018), que tem como intuito analisar o texto e o paratexto de forma unitária e sem decomposições. Nesta medida, buscamos analisar imagens e vídeos de repórteres, apresentadoras e apresentadores de TV no momento em que usam da rotina da atividade profissional para abordar aspectos pessoais das suas vidas e vivências, tomando como recorte perfis de profissionais que se destacam por esta característica de utilizar as redes sociais digitais como forma de reforçar o seu trabalho enquanto jornalista.

Parte da proposta metodológica de realizar uma entrevista do objeto, a investigação será realizada a partir de três eixos de análise: 1) crítica realizada à organizações de mídia que são demonizadas por esquerda e direita; 2) mudanças potencializadas pelas redes de aproximação e comunicação pessoa-pessoa - ainda que mediadas pelos algoritmos; e 3) questionamento da narrativa única e emergência do microrrelatos.

Como resultados preliminares, reiteramos o intercâmbio entre telas que vem sendo observado na mesma medida em que dicotomia entre o "eu-trabalhador" e "eu-social" vem alargando seus limites, revelando assim a amálgama indissociável das duas esferas que, por décadas, foi construída narrativamente junto com utopias do telejornalismo como a imparcialidade.

Por meio de uma mudança de perspectiva e percepção sobre o trabalho de telejornalistas e o comportamento deles próprios em relação a apresentarem-se como tais ganham nuances e detalhes de apresentação do eu para além do empunhar o microfone, os resultados preliminares apontam para o uso da curiosidade habitual despertada pelos "olimpianos" (Morin, 2018) de outrora vem sendo aplicado na dissolvido dessa imagem.

Assim o apelo de sensibilidade e afeto do trabalho de jornalistas revela a dimensão humana do e no trabalho e traz profissionais para a condição de ser integral. Estes paratextos da ontologia jornalística trazem, inclusive, novas marcas de legitimidade para as narrativas telejornalísticas. Pessoas que, ao trabalhar, também sentem, vivem e são reais.

Referências

Coutinho, I. (2016). *O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível* [Trabalho apresentado]. 39º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom, São Paulo, SP, Brasil.

Coutinho, I. (2018). Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual: da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade. In C. Emerim, I. Coutinho, & C. Finger (Orgs.), *Epistemologias do telejornalismo brasileiro* (1a ed., Vol. 7, pp. 175-194). Insular.

Coutinho, I. (2022). *Credibilidade como valor personalizado no telejornalismo: Vínculos tecidos em rede entre audiência e jornalistas profissionais* [Trabalho apresentado]. 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom, Paraíba, PB, Brasil.

Dutton, W. H. (2009). The fifth estate emerging through the network of networks. *Prometheus, 27*(1), 1-15.

Falcão, L. F. N., & Assis, I. P. (2021). Cercados: a construção de uma narrativa audiovisual em defesa da informação e da liberdade de imprensa. *Interin, 26*(1), 97-118.

Finger, C., & Souza, F. C. (2012). Uma nova forma de ver TV no sofá ou em qualquer lugar. *Revista FAMECOS, 19*(2), 373-389.

Jenkins, H. (2009). *Cultura da Convergência* (2a ed.). Aleph.

Mello silva, E. (2017). *Bases Epistemológicas do Telejornalismo: entre a teoria e a prática* [Trabalho apresentado]. 15º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, São Paulo, Brasil.

Morin, E. (2018). *Cultura de massas no século XX - O espírito do tempo: neurose e necrose* (11a ed.). Forense.

Pereira, G. T. F. (2020). *Novas Telas para o Telejornalismo: o conflito entre o quarto e quinto estado/poder e a expansão do conteúdo para além das localidades* [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Juiz de Fora].

Salaverría, R. (2009). *Los medios de comunicación ante la convergencia digital* [Trabalho apresentado]. I Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0, Bilbao, España.

Wermuth, M. A. D., De Morais, J. L. B., & Festugatto, A. M. F. (2022). A pandemia da desinformação: covid-19 e as mídias sociais-do fascínio tecnológico à (auto) regulação. *Revista Quaestio Iuris, 15*(1), 377-397.

Notícia algorítmica: uma proposta inicial de conceituação

Wilson Galvão de Freitas Teixeira
Kenia Maia

O pressuposto do qual partimos é que o algoritmo está desempenhando um papel cada vez mais importante na mediação entre jornalistas, audiências, salas de redação e produtos de mídia. Esse panorama tem implicações sociológicas e normativas (Anderson, 2011), bem como, a acepção de Zamith (2019), para quem a influência dos algoritmos, dentro do cotidiano jornalístico, estende-se desde a produção até o consumo de notícias.

Retrocedendo um pouco no tempo, o movimento de automatização, e datificação, de coleta de informações, filtragem de temas, composição do texto e compartilhamento de notícias havia assumido um lugar de proeminência crescente nas redações (Diakopoulos, 2019; Dörr, 2016), já em início da década de 2010. A epistemologia jornalística, com suas normas, padrões, rotinas, critérios de noticiabilidade e valores notícia, estava sendo instigada e abrindo espaço para ressignificados na práxis: quem e o que faz jornalismo enevoa-se (Lewis et al., 2019; Primo & Zago, 2015). E, em um sentido mais amplo, estava se tornando aparente que os algoritmos, como parte de uma

"virada quantitativa" de décadas no jornalismo (Coddington, 2015), precisavam ser entendidos como conjuntos de humanos e máquinas – como configurações de atores sociais e tecnologias actantes (Lewis & Westlund, 2015).

Assim, conforme parâmetros editoriais na *práxis* jornalística eram desafiados, há a introdução do valor notícia "expectativa de audiência" (Quesada Tavares, 2020) e do critério de noticiabilidade "audiência ou potencial de alcance" (Hatzigeorgiou, 2018) como integrantes de um contexto de cotidiano uso de ferramentas algorítmicas e de inteligência artificial no âmbito jornalístico, circunstância que leva autores a falar no conceito de jornalismo computacional (Anderson, 2011; Diakopoulos, 2012).

Com pesquisadores apontando caminhos para o desenvolvimento do Jornalismo Computacional (JC) e visualizando na área possibilidades de sustentação de um jornalismo que cumpra suas funções sociais aliadas aos avanços tecnológicos, tal e qual gerando formas de produção de conteúdos compatíveis com os modelos contemporâneos de consumo da informação na era digital (Diakopoulos, 2015), Anderson (2011, 2020) defende, concomitantemente, que a ideia de Jornalismo Computacional já alterou as práticas de produção de notícias.

Como resultado desse contexto, temos perspectivas específicas direcionadas a mudanças nas formas de produção, acesso e produção de conteúdo jornalístico e compatíveis com modelos de consumo da informação na era digital, e propomos o conceito de notícia algorítmica, distanciada da perspectiva até agora adotada na literatura brasileira (Cunha & Medina, 2017; Magalhães, 2021). Interessante trazer que Anderson (2011) já falava em "algorithmic journalism", quando sugeriu o enraizamento de um novo nível de resposta à agenda da audiência.

Mais especulativa do que empírica, a reflexão que Anderson (2011) traz circunstancia o jornalismo algorítmico não limitado a relatar as notícias, mas impregnado por um preconceito interno voltado para a previsão do que gerará interesse em ser acessado, com um viés tornado possível através de uma nova capacidade de armazenamento de quantidades de dados processados algoritmicamente. No estudo, conjectura que "o algoritmo é um suporte para o julgamento jornalístico, e torna opaca as barreiras entre a produção de conteúdo e as demandas do consumidor" (Anderson, 2011, p. 540).

Não cabe aqui falar em notícia escrita por máquinas – o jornalismo automatizado, uma outra vertente. A notícia algorítmica é aquela em que os *gatekeepers* convencionais – diretores, editores, pauteiros, chefes de reportagem e repórteres – escolhem para inserção no processo de produção noticiosa baseados no critério de noticiabilidade "audiência ou potencial de alcance" (Hatzigeorgiou, 2018) e que ganha eminência em portais noticiosos de acordo com o valor notícia "expectativa de audiência" (Quesada Tavares, 2020). Portanto, inclinada para o ato de gerar engajamento (Bastos, 2020) e cujo conteúdo pode se distanciar dos valores normativos tradicionais da notícia (Anderson, 2020), embora não exclua a ingerência do profissional, do ser humano, no manuseio dos algoritmos editoriais, do mesmo jeito que ratifica a participação de jornalistas no acompanhamento do *machine learning*.

Referências

Anderson, C. W. (2011). Deliberative, agonistic, and algorithmic audiences: Journalism's vision of its public in an age of audience transparency. *International Journal of Communication*, *5*, 19.

Anderson, C. W. (2020). From value to values, from field to discipline: Understanding journalistic culture in the 21st century. *Sociologica*, *14*(2), 93-100.

Bastos, P. N. (2020). Dialética do engajamento: uma contribuição crítica ao conceito. *MATRIZes*, *14*(1), 193-220.

Coddington, M. (2015). Clarifying journalism's quantitative turn: A typology for evaluating data journalism, computational journalism, and computer-assisted reporting. *Digital journalism*, *3*(3), 331-348.

Cunha, S. R. S. da, & Medina, C. C. de A. (2017). *A Curiosidade Epistêmica Jornalística e a Narrativa Autoral* [Trabalho apresentado]. 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba, PR, Brasil.

Diakopoulos, N. (2015). Algorithmic accountability: Journalistic investigation of computational power structures. *Digital journalism*, *3*(3), 398-415.

Diakopoulos, N. (2019). *Automating the news: How algorithms are rewriting the media*. Harvard University Press.

Dörr, K. N. (2016). Mapping the field of algorithmic journalism. *Digital journalism*, *4*(6), 700-722.

Hatzigeorgiou, R. F. (2018). *Reportagem Orientada Pelo Clique: audiência enquanto critério de seleção da notícia online* [DIssertação de mestrado, Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM].

Lewis, S. C., & Westlund, O. (2015). Atores, actantes, audiências e atividades no trabalho jornalístico cross-media: uma matriz e uma agenda de pesquisa. *Jornalismo digital*, *3*(1), 19-37.

Lewis, S. C., Guzman, A. L., & Schmidt, T. R. (2019). Automation, journalism, and human–machine communication: Rethinking roles and relationships of humans and machines in news. *Digital journalism*, *7*(4), 409-427.

Magalhães, D. L. (2021). *Credibilidade jornalística no Regime de informação mediado pelo algoritmo* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal da Paraíba].

Primo, A., & Zago, G. (2015). Who and what do journalism? An actor-network perspective. *Digital journalism*, *3*(1), 38-52.

Quesada Tavares, C. (2020). A "Expectativa de Audiência" como valor-notícia: uma análise a partir da experiência dos jornalistas da Gazeta do Povo. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, *26*(3).

Zamith, R. (2019). Algorithms and journalism. In H. Örnebring, Y. Y. Chan, M. Carlson, S. Craft, M. Karlsson, H. Sjøvaag, & H. Wasserman (Eds.), *Oxford research encyclopedia of communication*. Oxford University Press

Territórios do local como espaço de fala no telejornalismo: o sentido da proximidade após a pandemia

Ranniery Fonseca de Sousa

Ao longo dos 73 anos desde a chegada da televisão no Brasil, o telejornalismo esteve presente desde o início e com o tempo foi se desenvolvendo o padrão que temos hoje nas emissoras abertas, com jornais em cadeia nacional e também as notícias locais ganharam espaço com telejornais que falam do que acontece perto de quem assiste e se relaciona com as notícias (Oliveira Filho, 2019).

Para Peruzzo (2005), a televisão, na verdade, nasce no nosso país com vocação local, até pelos equipamentos usados na época da instalação do meio, na década de 1950. E, assim sendo, é preciso observar que as emissoras foram surgindo onde havia maior nível econômico. A maior parte das emissoras nas primeiras duas décadas ficou concentrada na região Sudeste, seguida pela região Sul do Brasil (Oliveira Filho, 2019). Só na década de 1960 que essa vocação começa a mudar com o surgimento do videoteipe, tecnologia que permitiu a circulação de fitas e transmissão de programas em cadeia nacional.

A partir de 2020, a cobertura da pandemia de Covid-19 representou uma mudança na rotina de produção dos telejornais, na medida em que jornalistas tiveram que manter o distanciamento social para evitar que adoecessem (Renault, 2020). Mas ao passo que repórteres e fontes, ou ainda, jornalistas e telespectadores estavam distantes como medida de segurança, por outro lado houve reformulação na linguagem do telejornal, com o uso de vídeos, fotos e entrevistas realizadas de modo remoto, por meio do uso dos celulares e com programas de transmissão pela internet.

Esta pesquisa pretende entender as (re)configurações nas entrevistas a partir da Covid-19, utilizando como objeto os noticiários locais de afiliadas Globo no Nordeste, especialmente no horário de meio-dia, concentrando-se nos telejornais produzidos nas capitais da PB, PE e RN. Tendo como base metodológica a Análise de Conteúdo (Bardin, 1997) desses telejornais locais, serão apontadas as modalidades de entrevistas que continuaram sendo reproduzidas após a Covid-19, sendo elas com fontes locais/regionais/nacionais/internacionais.

Como hipótese, temos posto que o conceito de proximidade nas vozes do telejornal local, que sempre foi fundamental para a construção do sentido nas reportagens, ficou ainda mais fluido e a utilização de vozes múltiplas e distantes fisicamente se tornaram a realidade permanente a partir da pandemia, ocasionando um barateamento nas rotinas de produção e mais agilidade no processo de construção de reportagens e do telejornal em si.

Resultados e discussão

A partir de 2020, o mundo viveu uma revolução nessa relação de proximidade e os telejornais renovaram suas interfaces passando a usar programas como o Google Meet, Skype e o Zoom, para conduzir entrevistas remotas, permitindo que os repórteres falassem com fontes em qualquer lugar

do mundo sem precisar estar no mesmo local físico. No entanto, a mudança para essa relação também trouxe desafios únicos. Essa nova modalidade muitas vezes não permite a mesma interação pessoal e a mesma sensibilidade ao entrevistador que uma entrevista presencial pode proporcionar.

Embora a mudança para entrevistas remotas e assíncronas tenha sido uma maneira de lidar com os desafios da pandemia, ela também pode ter efeitos duradouros na forma como o jornalismo é conduzido. Significa mais uma forma das emissoras afiliadas, sobretudo as menores e que têm mais fortemente a atitude de diminuir custos, reduzir os gastos. Além disso, pode tornar mais difícil para os jornalistas construir relações fortes e duradouras com as fontes, uma vez que a falta de contato pessoal pode limitar a ação humana inerente à atividade jornalística, de lidar com sensações que só são sentidas presencialmente.

Referências

Bardin, L. (1997). *Análise de conteúdo*. Edições 70.

Oliveira Filho, J. T. (2019). Proximidade no telejornalismo local e regional: uma proposta de sistematização. *Revista Fronteiras - Estudos Midiáticos. 21*(2), 102-105.

Peruzzo, C. N. K. (2005). Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. *Comunicação & Sociedade, 26*(43), 67-84. https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/8637

Renault, L. (2020). O telejornal vai à guerra: a cobertura da pandemia de coronavírus no Brasil sob ataques do governo. In C. Emerin, & A. Pereira (Org.), *Telejornalismo contemporâneo: 15 anos da Rede Telejor* (1ª ed., Vol. 1, pp. 115-128). Insular.

Como o big data influencia a construção da notícia no portal G1 Paraíba: um comparativo entre os anos de 2018 e 2023

Fabiana Siqueira
Fernanda Barreto

Este trabalho tem como objetivo compreender a influência do Big Data na redação do g1 Paraíba e a evolução do processo nos últimos cinco anos. O G1 Paraíba é um portal de notícias vinculado ao Grupo Globo, administrado pela Rede Paraíba Comunicação, com sede no estado da Paraíba, no Brasil. Na atualidade, na sociedade de redes em que vivemos, é necessário estar um passo à frente quando o assunto é informação. Com o fácil acesso à internet, principalmente às redes sociais, são criados milhares de conteúdos diários que precisam ser arquivados onde as informações estejam protegidas. Para Castells (1999), o avanço da tecnologia digital permitiu o armazenamento de variados tipos de mensagens (sons, imagens ou dados) sem a necessidade de usar centros de controles (Gray et al., 2012). Hoje, nosso maior exemplo é a popularização do Big Data que tem como principal função memorizar uma grande quantidade de dados gerados de forma computacional (Gomes, 2012). Após o aumento da população conectada nos anos 2000, a criação de dados tornou-se acelerada e

é possível classificar esses dados em estruturados e não estruturados com base no seu gerenciamento e armazenamento. Sendo assim, estudar a utilização de tal técnica em um grande portal é necessária para compreender a evolução dos processos de armazenamento no Jornalismo. O interesse sobre a aplicabilidade do Big Data em portais de notícias surgiu anos atrás em uma consulta realizada a nível nacional. Com ela, percebemos que o ramo do Big Data que é aplicado ao Jornalismo de Dados gera um amplo campo investigativo, onde é possível atribuir este conhecimento a várias outras pesquisas. Com essa ferramenta podemos responder diversas inquietações sobre a relevância da notícia para o público, permitir que o profissional compreenda quais palavras-chave chamam mais atenção do leitor e até qual é a melhor estratégia de Search Engine Optimization (SEO) para manter uma boa indexação nos sites de buscas. Por isso, buscamos compreender as mudanças realizadas no G1 Paraíba gerando um comparativo entre os anos de 2018 e 2023. Para que isso ocorresse, foi necessário observar a construção da notícia e quais são os métodos abordados pelos jornalistas do portal para melhorar a entrega do conteúdo por todo estado. Foi utilizada a observação participante durante uma semana em 2018 para conhecer as rotinas produtivas dos membros da redação, a consolidação dos processos diários dos empregados do G1 Paraíba e foi feito um comparativo com a rotina atual destes mesmos profissionais em 2023, sendo implementados novos processos e tecnologias em seus cotidianos. Além disso, foi realizado um acompanhamento das principais notícias de 2018 e 2023 (durante a semana presente no portal) para entender se o processo de escolha das notícias e a utilização do Big Data (e suas funcionalidades) continuam o mesmo. Com este trabalho foi possível concluir que no decorrer dos últimos cinco anos foi visto uma melhora expressiva nas técnicas empregadas pelos jornalistas presentes na redação. O foco principal continua o mesmo:

ter um desempenho melhor que seus concorrentes da região, porém foram realizados aprimoramentos técnicos que trazem mudanças significativas nos processos jornalísticos sem deixar de lado as temáticas que tiveram melhor resposta do público. Sendo assim, o Big Data não é parte fundamental na hora de disseminar a notícia, porém o Jornalismo de Dados e suas tecnologias estão presentes na hora de analisar o desempenho do portal e metrificar o que tem trazido melhor resultado para a redação.

Referências

Castells, M. (1999). *A sociedade em rede* (8ª ed.). Paz e Terra.

Gray, J., Bounegru, L., & Chambers, L. (2012). *The data journalism handbook* (1ª ed.). O'Reilly Media.

Gomes, J. (2014). Big data e o consumo de notícias das redes sociais. Gestão e Desenvolvimento. *Revista do ICSA, 12*(1), 46-57.

JORNALISTAS CHECADORES DE FATOS E MUDANÇA DE HÁBITOS: DESCOBERTAS INICIAIS

Marina Aparecida Sad Albuquerque de Carvalho

O artigo pretende apresentar os resultados de análises dos conteúdos publicados pelas agências Lupa e Aos Fatos[1] na tentativa de descobrir em que medida o confronto entre a circulação de desinformação durante a pandemia de COVID-19 e os procedimentos de verificação podem conduzir a mudanças nos processos interpretativos de jornalistas checadores de fatos, ampliando suas capacidades críticas. Por meio da análise, verificaremos se os conteúdos consideram ou não a origem da informação (robótica ou humana), em que medida os diferentes aspectos qualitativos dos signos podem indicar diferentes origens e, consequentemente, impactar o processo perceptivo dos jornalistas checadores. Identificaremos, também, a presença dos valores-notícia e de critérios comerciais e políticos e como os diferentes tipos de signos desencadeiam

1. Lupa e Aos Fatos foram as primeiras iniciativas de checagem de fatos no Brasil, são dedicados exclusivamente à verificação de fatos e não estão inseridos em redações de outras empresas jornalísticas. São, ainda, signatárias verificadas do código de princípios da Rede Internacional de Checagem de Fatos (International Fact-Checking Network - IFCN) e colaboraram com a "Aliança #CoronaVirusFatos" (#CoronaVirusFacts Alliance), iniciativa da IFCN.

objetos imediatos na mente desses jornalistas para representação dos objetos dinâmicos (CP 4.536). Por fim, avaliaremos a predominância de interpretantes emocionais, energéticos ou lógicos (CP 4.536, CP 5.475), tendo em vista que a mudança de hábito, conforme proposta de Charles S. Peirce, é possível a partir do desenvolvimento de interpretantes lógicos (CP 5.476).

Os resultados a serem apresentados são parte de uma pesquisa que busca compreender se os processos sígnicos envolvidos nas atividades de verificação promovem mudança de hábitos (Bergman, 2016; Houser, 2016, Nöth, 2016; Pimenta, 2016; Santaella, 2016) nos jornalistas que praticam tais atividades. A hipótese do estudo é de que, no confronto entre desinformação e verificação, ocorrem limitações que impedem um aperfeiçoamento consistente da capacidade crítica dos jornalistas. A partir dela, propomos três sub-hipóteses, de acordo com as categorias fenomenológicas de Peirce (CP 1.2801, 5.121) – Primeiridade, Secundidade e Terceiridade (CP 1.25, 1.35, 5.66, 1.536-537). Em relação à primeira sub-hipótese, suspeitamos que a falta de transparência sobre a origem da desinformação, se robótica ou humana, impacta os processos de verificação, dificultando o processo perceptivo dos jornalistas em relação à própria constituição qualitativa das notícias.

Na segunda sub-hipótese, observamos que o confronto entre a insistência da dinâmica dos fatos em se ver representada e o "empacotamento" de notícias, articulado aos interesses comerciais e políticos das empresas de verificação, gera conflitos nos processos interpretativos dos jornalistas sobre a relação entre fatos e notícias. Na última sub-hipótese, levantamos que a influência da robótica e das condições de trabalho nos procedimentos de checagem limitam possíveis mudanças nos hábitos mentais nos profissionais verificadores, no sentido de ampliar capacidades críticas.

Referências

Bergaman, M. (2016). Beyond Explication: Meaning and Habit-Change in Peirce's Pragmatism. In D. E. West, & M. Anderson (Eds.), *Consensus on Peirce's. Concept of Habit Before and Beyond Consciousness* (pp. 171-197). Springer International Publishing.

Houser, N. (2016). Social Minds and the Fixation of Belief. In D. E. West, & M. Anderson, (Eds.), *Consensus on Peirce's. Concept of Habit Before and Beyond Consciousness* (pp. 379-400). Springer International Publishing.

Nöth, W. (2016). Habits, Habit Change, and the Habit of Habit Change According to Peirce. In D. E. West, & M. Anderson, (Eds.), *Consensus on Peirce's. Concept of Habit Before and Beyond Consciousness* (pp. 35-64). Springer International Publishing.

Peirce, C. S. (1931-1958). *Collected Papers* (8 vols). Harvard University Press [As referências serão designadas por CP, seguido por volume, ponto e número do parágrafo].

Pimenta, F. (2016). *Ambientes multicódigos, efetividade comunicacional e pensamento mutante*. Unisinos.

Santaella, L. (2016). The Originality and Relevance of Peirce's Concept of Habit. In D. E. West, & M. Anderson, (Eds.), *Consensus on Peirce's. Concept of Habit Before and Beyond Consciousness* (pp. 153-170). Springer International Publishing.

Opto, a nova forma de ver televisão em português

Ana Cristina Santos
Patrícia Weber
Ana Gabriela Custódio Frazão-Nogueira

No relatório da ANACOM 2021, Portugal é o quarto país da UE27 em que o serviço *streaming* mais cresceu, assegurando, os portugueses, a 15ª posição do ranking europeu. De acordo com o mesmo texto, estes números vêm confirmar os de 2020, ano em que, no nosso país, o *vídeo streaming on demand* chegou aos 34%, um acréscimo de 20% relativamente a 2018, justificado pelo período de pandemia. Outro dado de relevo que esse mesmo documento indica é que são os indivíduos entre os 16 e os 34 anos, estudantes com ensino superior e rendimentos mais elevados, que apresentam mais recetividade (e acesso) ao *streaming*.

Isto quer dizer que hoje, como nunca, a tecnologia conceptualiza espaços e tempos, imiscuindo-se, sem reservas, em todas as áreas e, por isso, de todas as conceptualizações de tipologias geracionais que cada avanço cronológico sistematizou, chegámos à "geração de *screenagers*" (Muanis, 2013).

De facto, mais de que uma transformação, a adaptabilidade e abrangência do Media proporcionou a que a televisão se metamorfoseie evolutivamente

do analógico ao digital, primeiro, e do *broadcast* ao *streaming*, fintando, sub-repticiamente, a morte anunciada. É, aliás, principalmente neste Media que se confirma McLuhan (1994), na constatação de que um Media, em vez de desaparecer, modifica-se. Falamos de convergência (McQuail, 2003) e de remediação (Bolter & Grusin, 2000), de que o 'prime time' dá lugar ao 'my time', de uma nova realidade com grande impacto e poder de influência nos modos de fazer, de circular e de assistir televisão (Rios, 2021). Mas até quando? Ou seja, poderão, de facto, as novas plataformas de *streaming* ditar o fim paulatino do *broadcast*, ou, pelo contrário, constituem, de facto, um aliado na (re)invenção dos conceitos de produzir e ver televisão?

Em Portugal há um serviço, pioneiro e, até ao momento único, em língua portuguesa. A OPTO, foi lançada em 2020 e, segundo assume o seu canal propulsor, é "uma nova forma de ver a SIC". De acordo com o site oficial (https://opto.sic.pt/), o serviço *streaming* da SIC leva ao público mais de 8 mil horas dos melhores conteúdos nacionais e não só. Acima de tudo, é uma estratégia diferente da RTP Play. Na verdade, ambas reclamam, para si, o pioneirismo e poderão fazê-lo, mas por circunstâncias distintas: ao contrário da RTP Play e também da TVI Player, a OPTO é o primeiro serviço nacional pago, sujeito a subscrição, com conteúdos exclusivos e em língua portuguesa e é aquela que mais se assemelha à Netflix, o motor de todo este novo paradigma.

O presente texto, tem por base uma dissertação de mestrado apresentada na Universidade Fernando Pessoa e é suportado por uma pesquisa qualitativa de metodologia mista. Ou seja, para melhor ficar a conhecer a interface e funcionalidade da plataforma de *streaming* OPTO, teve-se por base Yin (2016) e Chizzotti (2018) e não só se efetuou a sua observação e análise quantitativa dos conteúdos disponibilizados pela OPTO em comparação com a RTP Play,

(o serviço *streaming* da televisão pública nacional), mas também foi realizado um conjunto de onze entrevistas baseadas em questões semiabertas e dirigidas.

De uma forma transversal, pode-se resumir os conteúdos recolhidos como a confirmação de McLuhan, ou seja, tanto o *broadcast* como o *streaming* têm lugar neste novo panorama do audiovisual, bastando, para tal, soluções criativas por parte dos *players,* já para não falar dessa convergência omnipresente e multiscreen, uma complementaridade que se torna cada vez mais evidente.

Referências

Bolter, J. D., & Grusin, R. (2000). *Remediation: Understanding New Media*. MIT Press.

Chizzotti, A. (2018). *Pesquisa em ciências humanas e sociais.* Cortez Editora.

McLuhan, M. (1994). *Understanding Media: The Extensions of Man*. MIT Press.

McQuail, D. (2003). *Teoria da Comunicação de Massas.* Fundação Calouste Gulbenkian.

Muanis, F. (2013). O tempo morto na hipertelevisão. In A.Brasil, E. Morettin, & M. Lissovsky (Orgs.),*Visualidades hoje* (pp. 173-189). EDUFBA.

Rios, D. (2021). Televisão e plataformas: um estudo de caso sobre a datificação nos serviços SVoD Netflix e Amazon Prime Vídeo. *Revista fronteiras – estudos mediáticos, 23*(1), 68-79. https://doi.org/10.4013/fem.2021.231.06

Yin, R. K. (2016). *Pesquisa qualitativa do início ao fim.* Editora Penso.

Saúde no telejornal: a função pedagógica do telejornalismo nas séries especiais da TV Cabo Branco

Bruna Raquel Couto

Esta pesquisa visa debater a função pedagógica do telejornalismo observada em reportagens que abordam temas vinculados à saúde. O tema proposto à escrita acadêmica neste estudo é também pesquisado pela autora do trabalho no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (PPJ/UFPB), e dá sequência às observações científicas feitas inicialmente de maneira restrita a função pedagógica do telejornalismo no combate a pandemia de Covid-19. O presente estudo parte da hipótese de que tais conteúdos podem gerar um conhecimento específico, capaz de impactar positivamente a sociedade no âmbito da saúde. Para tal, propõe-se a análise de três séries de reportagem especiais da TV Cabo Branco, afiliada Globo na Paraíba, produzidas por jornalistas e profissionais da medicina, com foco em questões relacionadas ao bem-estar humano, através do método de análise de conteúdo das produções telejornalísticas, ancorado na pesquisa bibliográfica.

Em determinados contextos, como no da saúde pública, a disseminação de informações advindas de fontes oficiais também se configura como

ferramenta ativo no combate a doenças e promoção do bem-estar, tanto quanto qualquer outra ação de enfrentamento sanitário (Moretti et al., 2012). No âmbito televisivo este apontamento fica ainda mais notável, uma vez que o alcance massivo deste meio de comunicação representa não apenas a tradução do poder socioeconômico dos grandes conglomerados aos quais as emissoras de TV estão filiadas, como também a influência social que os materiais televisivos possuem no seio da sociedade contemporânea.

Dessa forma, é possível observar que o telejornalismo especializado em saúde é capaz não apenas de promover o combate específico a problemas de saúde que afetam direta e clinicamente a vida das pessoas, como também de fomentar a ampliação do debate público sobre temas que podem ser abordados de forma ampla e plural, acessível e "traduzida" ao entendimento da massa que acompanha as produções. Isso é possível porque, conforme Oliveira (2014), a mídia se transformou ao longo do curso da história em uma aliada do campo da saúde ao divulgar e popularizar tipos de conexões entre a saúde e a ciência, fazendo uso de sua potencialidade de decifrar códigos informacionais para divulgar amplamente conhecimentos específicos outrora não repassados.

Tal "potencialidade" para decifrar códigos atua, na prática, a partir de uma preocupação didática do jornalismo, descrita por Vizeu (2009) como sendo o "cuidado" por meio do qual a reportagem traduz a informação ao público, tornando-a capaz de ensinar algo a alguém e, para além disso, trazendo à tona aspectos que poderiam não ser tão facilmente interpretados caso não houvesse a intervenção pedagógica jornalística, o que aqui nomeamos e entendemos como sendo uma linguagem pedagógica própria a função jornalística. É o fator que difere a produção noticiosa corriqueira daquela que consegue extrair o que há de fundamental da informação e repassar ao público que a consome de forma clara, explícita e didática. De forma pedagógica.

Buscando compreender o cenário que envolve estes aspectos, utiliza-se como objeto de pesquisa reportagens produzidas para séries especiais com temas relacionados à saúde na TV Cabo Branco. São reportagens das séries: "Sono – Por que dormimos?"; "Envelhecer – Bora Conversar?"; e "Alzheimer". As séries foram escolhidas a partir do recorte de área, já que são relacionadas à saúde, e também partindo de uma categorização profissional produtiva – das três, uma é apresentada por um repórter da TV Cabo Branco ("Alzheimer", com Plínio Almeida); outra teve uma jornalista freelancer contratada para a produção especial ("Envelhecer – Bora Conversar", com Maria Antônia Demasi); e outra teve um médico como mediador das informações ("Sono – Por que dormimos?", com André Telis).

A pesquisa apresenta um robusto conjunto de considerações científicas a respeito do telejornalismo mundial e brasileiro, a partir de reflexões de autores como Iluska Coutinho, Alfredo Vizeu, Adelmo Genro Filho, Cárlida Emerim, Margarida Rivière, Eduardo Meditsch, Gonzaga Motta, Antônio Brasil e Edna Melo. A possível evidência de aspectos da função pedagógica do telejornalismo nas reportagens apresentadas será a hipótese central.

Referências

Moretti, F. A., Oliveira, V. E., Silva, M. K. (2012). Acesso a informações de saúde na internet: uma questão de saúde pública? *Rev. Assoc. Med. Bras., 58*(6), 650-658.

Oliveira, V. C. (2014). As fabulações jornalísticas e a saúde. In K. Lerner (Org.), *Sacramento I, organizadores. Saúde e jornalismo: interfaces contemporâneas*. Fiocruz.

Vizeu, A. (2009). O telejornalismo como lugar de referência e a função pedagógica. *Revista FAMECOS, 16*(40).

O jornalista flexitempo nas assessorias das secretarias da prefeitura de Campina Grande/PB

André Luis Barbosa de Oliveira Junior

O objetivo deste trabalho é compreender as alterações nas rotinas produtivas dos profissionais de jornalismo, especificamente aqueles que atuam na área de assessoria de comunicação das secretarias municipais da Prefeitura de Campina Grande/PB, que são afetados diariamente pela flexibilização em suas rotinas resultantes da digitalização nas suas atividades laborais.

Para compreender como se deram essas alterações, foi realizado um levantamento histórico que analisa o campo jornalístico desde o seu surgimento, a partir dos conceitos do Iluminismo até a utilização dos smartphones como material de trabalho (Figaro et al., 2013), bem como, a partir disso, compreender que essas reconfigurações são atreladas ao desenvolvimento da lógica capitalista. (Masi, 2001). Não obstante, este trabalho ainda ampara-se, principalmente, nos estudos de Richard Sennett (2009) sobre flexibilização das horas de trabalho, condição que favorece a emergência do "profissional flexitempo" e que aqui denomina-se como "jornalista flexitempo", que corresponde ao profissional de jornalismo com horário de trabalho flexível.

Partindo, também, do conceito de jornalismo pós-industrial (Costa, 2014), buscou-se compreender como as dinâmicas de produção jornalísticas têm estado em constante mudança, uma vez que este período de inserção das mídias digitais, advindas da internet, transforma as maneiras de produção do produto jornalístico que atravessam as reconfigurações da profissão neste sistema capitalista pós-industrial.

Material e métodos

No que diz respeito à perspectiva metodológica, para que houvesse uma interpretação o mais próxima possível do que é vivido todos os dias por esses profissionais, foi utilizado o método da história oral, partindo da elaboração de um roteiro de entrevista semiestruturado para ser instrumento da coleta de dados. Embora não revele os fatos com precisão, tal escolha metodológica se dá pelo fato de que o depoimento oral faz uma representação sob a ótica de cada indivíduo, suas subjetividades, opiniões e impressões a respeito da flexibilização, buscando, dessa maneira, deixar o trabalho com um olhar mais humanizado (Karan, 2014).

A partir destas concepções, foram entrevistados cinco jornalistas que atuam como assessores de comunicação em cinco diferentes secretarias municipais da prefeitura supracitada. Cada um dos profissionais relatou suas experiências e rotinas de trabalho flexível.

Conclusão

A partir da realidade apresentada, torna-se imperioso frisar que o manuseio das novas tecnologias digitais estão dia após dia mais consolidadas nas relações existentes entre as assessorias, seus assessorados e os seus públicos. Este trabalho pode considerar, ainda, que a flexibilização do tempo dos profissionais das assessorias de comunicação das secretarias municipais

da Prefeitura de Campina Grande/PB, se enquadra à hipótese levantada por Sennett (2009) a respeito do profissional flexitempo. Quando comparamos tal conceito a realidade de trabalho apresentada pelos profissionais aqui mencionados, inferimos que o jornalista flexitempo é aquele que tem sua carga horária alterada todos os dias por causa das circunstâncias em que estão inseridos e que não os dão nenhuma outra opção a não ser aceitar a flexibilização em suas rotinas laborais. Tais circunstâncias vão desde a necessidade imediata de noticiar algo a qualquer momento de qualquer lugar, até o uso de celular para trabalhar em feriados ou finais de semana.

O profissional de jornalismo compreende sua missão de levar informação para sociedade, entretanto, quando a necessidade desse compromisso é misturado com a pressão do fator tempo para haver produções e aliado a uma vida pessoal que não há tempo para ser vivida, constatamos que os efeitos dessas mudanças advindas do capitalismo moderno apresentam-se de maneira paradoxal e ambígua, atingindo de forma heterogênea cada grupo de assessores.

Referências

Costa, A. (2014). *Os caminhos para um pós-jornalismo.* Humanitas.

Figaro, R., Nonato, C., & Grohmann, l. (2013). *As mudanças no mundo do trabalho do jornalista.* Atlas.

Karam, F. J. C. (2014). *Jornalismo, ética e liberdade.* Summus.

Masi, D. D. (2001). *O futuro do trabalho: fadiga e ócio na sociedade pós-industrial.* Editora UnB, José Olympio Editora.

Sennett, R. (2009). *A corrosão do caráter: as consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo.* Record.

Estudo das narrativas jornalísticas sobre o fechamento da Fronteira entre o Brasil e a Venezuela durante a Pandemia da Covid-19

Agata do Nascimento Macedo

Na última década aumentou a imigração de venezuelanos para o Brasil devido às crises econômica e política da Venezuela. Segundo a Plataforma R4V (https://www.r4v.info/es/refugiadosymigrantes), em 2022 o número de imigrantes venezuelanos refugiados e com residência temporária no Brasil era de 351 mil. Em março de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou a pandemia da Covid-19 e com a facilidade de contaminação, os governos decidiram fechar as fronteiras entre países a fim de evitar maior proliferação do vírus. Este trabalho propõe-se a analisar como as narrativas jornalísticas sobre o fechamento da fronteira entre o Brasil e a Venezuela durante a pandemia da Covid-19 foram construídas por dois webjornais, sendo um de escala nacional e um de escala local, pois segundo Temer (2019), o jornalismo local e o jornalismo nacional caminham juntos, mas muitas vezes olham para lados opostos. Assim, emerge como pergunta de pesquisa: de que modo o portal nacional *Folha de São Paulo* e o portal local *G1 Roraima*

construíram as narrativas sobre o acontecimento do fechamento da fronteira entre o Brasil e a Venezuela durante a pandemia da Covid-19?

Sayad (1979), sociólogo argelino que teceu na década de 1970 reflexões com referência às migrações dos argelinos para a França, menciona que uma das características da imigração é a de estar destinada a uma dupla contradição: não há como definir se o estado do imigrante é provisório ou permanente. O imigrante e a imigração só são aceitos quando o "cálculo" sobre suas vantagens e desvantagens é contabilizado e tem um resultado positivo, sendo preferencial que tenha apenas vantagens e nenhum custo (Sayad, 1979).

Partindo do ponto de que a mídia faz parte da sociedade e que, "nela/com ela (sociedade), elabora formas simbólicas" (Gontijo, 2002, p. 1), e mais especificamente, que o jornalismo, como campo comunicacional que a perpassa, tem um lugar de privilégio na construção da realidade, pois tem um espaço maior na mídia para narrar os fatos, criando sentidos a partir desses acontecimentos (Borelli, 2005), entendemos como sendo importante o papel do jornalismo nas narrativas sobre as migrações, pois auxilia na construção das representações simbólicas e tem espaço na construção da realidade pelo sujeito. Nos meios comunicacionais conhecidos como tradicionais ou hegemônicos, os imigrantes são muitas vezes esquecidos e colocados como "corpos rejeitados, expulsos, embarcados, desembarcados ou transformados em corpos ilegais" (Albuquerque, 2020, p. 68). Pensando no contexto local de Roraima, Oliveira Filho e Hilgemberg (2020), apontam que, quando a mídia no Estado destaca os acontecimentos em relação à migração, ajuda na construção do imaginário do imigrante e coloca a audiência em um posicionamento em relação a esses processos.

Nesta pesquisa, a metodologia de análise das matérias dos dois web-jornais escolhidos foram feitas com base em cinco perguntas, partindo dos

estudos de Oliveira Filho (2016, p. 153) que propõe matrizes para analisar a qualidade do conteúdo e da técnica de produções jornalísticas, onde recorremos à segunda vertente da matriz, uma categoria relativa à ética. Das cinco perguntas, duas perguntas foram modificações, realizadas a partir do estudo de Oliveira Filho e Hilgemberg (2020) para adaptar a matriz à mídia/jornalismo digital e à temática das migrações, e três desenvolvidas para englobar as discussões teóricas do trabalho.

Entre os resultados encontrados, observou-se que normalmente os textos jornalísticos são escritos com base nos padrões pré-estabelecidos pela sua organização (Sodré, 2009), isso tornou-se evidente a partir da análise feita, tendo em vista que os dois webjornais analisados abordaram o assunto de formas diferentes. A *Folha de São Paulo*, mesmo sendo um jornal nacional, conseguiu contextualizar o acontecimento, além de deixar mais evidente a subjetividade do jornalista. Por outro lado, o jornal não trouxe imigrantes como fonte para a notícia. O *G1 Roraima* contextualizou o acontecimento, trouxe imigrantes como fonte, abordou pessoas com diferentes visões sobre o assunto e conseguiu trazer pontos importantes para a compreensão do fechamento da fronteira. O estudo contribui, assim, para pesquisas futuras sobre a imigração no contexto de pandemia, tendo como ponto de entrada o campo da Comunicação e o reconhecimento dos direitos dessas pessoas, principalmente após a aprovação da Lei de Migração de 2017, que concede direitos igualitários entre brasileiros e imigrantes.

Referências

Albuquerque, F. C. (2020). *Corpo suspenso: o (a) imigrante na mídia italiana* [Tese Doutorado em Sociologia, Universidade Estadual de Campinas].

Borelli, V. (2005). *Jornalismo como atividade produtora de sentidos*. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. http/www.bocc.ubi.pt/pag/borelli-viviane-jornalismo-actividade-sentidos.pdf

Gontijo, M. M. (2002). *Contribuições à construção de uma perspectiva híbrida para o jornalismo contemporâneo* [Trabalho apresentado]. XXV INTERCOM, Salvador, BA, Brasil.

Oliveira Filho, J. T. (2016). *Qualidade no telejornalismo: parâmetros para avaliação em emissoras públicas e comerciais (2014-2016)* [Dissertação mestrado acadêmico, Universidade Federal de Juiz de Fora].

Oliveira, Filho, J. T., & Hilgemberg, T. (2020). A representação de venezuelanos e venezuelanas na mídia local em Roraima. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, 19*, 144-154.

Sayad, A. (1979). *A imigração de paradoxos da Alteridade*. Ed. USP.

Sodré, Muniz. (2009). *A narração do fato: Notas para uma teoria do acontecimento*. Ed. Petrópolis, Vozes.

Temer, A. C. R. (2019). O nacional e o local: relações de complementaridade e dependência. Em I. Coutinho, & C. Emerim (Orgs.), *Telejornalismo local: teorias e conceitos* (1ª ed.,Vol. 5, pp 75-90). Insular.

Como uma notícia falsa faz a realidade falar por si mesma?

Tiago Segabinazzi

Este texto busca chamar atenção para três modos de um mesmo aspecto no funcionamento de notícias falsas na política brasileira: a formatação da realidade a partir da apreensão sugerida pela mensagem. No primeiro debate entre os candidatos à presidência, no segundo turno de 2022, Bolsonaro e Lula acusavam um ao outro de terem desmatado mais a Amazônia. "Desmatamento de 2003 a 2006. Quatro anos do governo Lula. Depois dá um Google, desmatamento, Jair Bolsonaro 2019 a 22", sugeriu o candidato à reeleição. "Pode dar um Google, pode dar o que você quiser. Você vai perceber que quando eu ganhei as eleições tinha um desmatamento de 27 mil quilômetros. Caiu pra 4 mil quilômetros", respondeu o postulante ao seu terceiro mandato. Conforme a checagem da agência de notícias Aos Fatos, ambos tiraram dados do Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais de contexto: ou seja, usaram os números conforme puderam para corroborar suas intenções. A mensagem de cada um deles, neste caso, não é exatamente mentirosa, pois faz uso de porções da realidade. Ao sugerir que o telespectador "dê um Google", está incentivando-o a "ver a realidade com os próprios olhos" – ou seja, perceber

que aquele que fala, fala a verdade. As buscas no site por "desmatamento no governo de Lula" aumentaram 5.000% em relação à semana anterior, além de pesquisas como "quem desmatou mais, Lula ou Bolsonaro". Entretanto, esta "conferida na realidade" que o Google oferece não é pura, pois a percepção de quem busca já foi ativada pela sugestão das mensagens dos candidatos: ao conferir o que dizem os números, verão que dizem aquilo que os candidatos disseram. Esse episódio mostra que uma informação não apenas *diz algo* "de forma opaca", mas *faz ver algo da forma que sugeriu*, como se fosse "transparente". Há uma diferença importante em relação ao que se costuma pensar de uma mentira – algo que esconderia a realidade e pediria "fé cega" naquilo que enuncia. Conforme Vilém Flusser, após um pedaço de pau ter sido pensado como uma alavanca, todo pedaço de pau passou a ter este significado em si: este é o poder de sedução de uma mensagem que não esconde a realidade, mas mostra-a exatamente da forma que propõe. Naquela semana de debate, a campanha de Lula impulsionou no Google um trecho de uma entrevista em que Bolsonaro diz que "pintou um clima" com venezuelanas de 14 a 15 anos. O vídeo teve mais de 32 milhões de reproduções no YouTube antes de ser censurado pelo ministro Alexandre de Moraes, sob alegação de vincular a imagem do presidente à pedofilia. O site de buscas se torna um referente para lastrear e confirmar o que foi dito. Além disso, novamente, há nesta ação a apreensão de uma parte da realidade – um trecho de toda a fala – para usá-la para corroborar a sugestão propagandeada na época: de que Bolsonaro poderia ter praticado corrupção de menores. Entretanto, nesse caso havia ao menos uma forma insensata de se referir às meninas que conferia pertinência ao que sugeriam as mensagens, diferentemente da campanha para a eleição de 2018. Na época, Bolsonaro acusou Fernando Haddad de distribuir um "kit gay" nas escolas brasileiras ao se referir ao projeto "Escola sem homofobia",

que foi implementado quando o então candidato era Ministro da Educação. Neste caso, a mensagem "kit gay" busca fazer com que se veja na realidade – o projeto – aquilo que tenta sugerir: uma apologia à homossexualidade. É o caso de uma notícia falsa que não apenas aponta para algo que nunca existiu, mas busca fazer com que se veja um fato *da forma* que a mensagem propõe – tenta mudar seu significado. Este texto apontou para três modos em que uma informação pode buscar referente para ser "percebida na realidade": 1) pela apreensão parcial de dados; 2) pela exacerbação de um fragmento que sugere algo maior; 3) pela tentativa de mudar o significado de um fato.

Uso da charge na Revista Oeste como reflexo das notícias

Iuri Neves Amorim

Ao longo dos anos, as narrativas em quadrinhos no jornalismo foram uma forma de abordar a crítica e a sátira através do entretenimento, destacando temas da atualidade nos periódicos. Como exemplo no Brasil, o semanário "O Pasquim" foi um dos responsáveis por apresentar cartuns, charges e tirinhas significativas para a documentação histórica jornalística. Contudo, no decorrer das últimas décadas, os periódicos brasileiros foram deixando de lado o fator informativo da mídia em quadrinhos, e adotando o recurso somente como uma forma de entretenimento dentro dos jornais. Este artigo analisou como a teoria dentro das notícias influencia o mesmo editorial das Charges na Revista Oeste, a qual se propõe a fazer dos quadrinhos um exercício jornalístico. Para essa análise, foi feito um recorte das notícias e charges no período de 25 de maio de 2023, até 30 de junho do mesmo ano.

Teorias que estabelecem o vínculo

Referindo-se às teorias do jornalismo, Traquina (2005) fala que a escolha dos valores notícia e a exclusão de outros determina a transformação

do acontecimento. Complementando essa ideia, Traquina (2004) também menciona a teoria da ação política como instrumentalista, ou seja: servirá para promover os interesses políticos de quem as produz. Sabendo que a Revista Oeste parte da ótica capitalista, podemos dizer, segundo a abordagem do próprio autor, que ela serve a Teoria da ação política de direita. A própria definição do autor já ensina a diferenciar um propósito do outro dentro dessa teoria, para ele as notícias servem como instrumentos que põe em causa o capitalismo na versão de direita. Seguindo o contexto da Charge (especificamente ilustração), Beltrão (1992) diz que exige-se do desenhista de jornal um rapidíssimo golpe de vista e uma grande agilidade para captar traços pessoais, e de uma época.

Imagem 1

Charge publicada na Revista Oeste

Nota. De *G7 Hiroshima - Japão 2023* [Charge], por Schmock, 2023, Revista Oeste. https://revistaoeste.com/politica/charge-da-semana-41/

A ilustração acima, foi publicada no dia 25 de maio de 2023 na plataforma da revista. Nesse mesmo período, aconteceu o encontro do G7, uma organização composta pelos líderes das maiores 7 economias do mundo. Em tal momento, a Revista Oeste também noticiou a atuação do presidente Luís Inácio Lula da Silva em sua participação da edição do G7 em 2023, a qual segundo as matérias do próprio portal, gerou um descontentamento entre os líderes pela declarações de Lula sobre a guerra da Ucrânia:

Imagem 2

Matéria veiculada no mesmo período de produção da charge

Lula ignora convites de Biden e Zelensky no G7

EUA e Ucrânia querem reuniões com o petista, mas seguem sem resposta

Redação Oeste (2023).

Para Peirce (1995), interpretamos imagens com signos, que são nada mais que algo que representa alguma coisa para alguém. Dentro de sua concepção de signo, existem três aspectos: O ícone, que é uma representação pura da ideia que apresenta; o índice, que é aquilo que sugere algum determinado evento a partir da ideia; e o símbolo, o qual sua forma pode não ter relação nenhuma com a ideia principal, representando uma outra ideia. Essa concepção é um indicativo da leitura de imagem: O ícone das bandeiras na charge passa a ideia das nações em conferência; a bandeira do Brasil menor que as outras sugere uma possível dissonância do país com as outras nações; e o símbolo geral da imagem revela uma certa fraqueza do Brasil frente às outras nações.

Ou seja: temos, nesse aspecto, um elo entre a mensagem da Charge e a matéria veiculada na mesma editoria política.

Conclusão

A partir dessa análise, é possível concluir que a Revista Oeste promove uma associação entre sua produção de Charges e o editorial político das notícias, fazendo com que a Charge sirva ao jornalismo através da ação política, e dos próprios signos relativos à semiótica.

Referências

Beltrão, L. (1992). *Iniciação à filosofia do jornalismo.* Ed. USP.

Peirce, C. S. (2005). *Semiótica.* Perspectiva.

Schmock. (2023). *G7 Hiroshima - Japão 2023* [Charge]. Revista Oeste. https://revistaoeste.com/politica/charge-da-semana-41/

Redação Oeste. (2023, maio 20). Lula ignora convites de Biden e Zelensky no G7. *Revista Oeste.* https://revistaoeste.com/mundo/lula-ignora-convites-de-biden-e-zelensky-no-g7/

Traquina, N. (2004). *Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são*. Insular.

Traquina, N. (2005). *Teoria do Jornalismo II: A tribo Jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional.* Insular.

Gêneros da narrativa imersiva no ciberjornalismo: uma proposta de tipologia

Eduardo Fernando Uliana Barboza

Os meios de comunicação online estão dando os primeiros passos em relação à utilização de novas linguagens para aperfeiçoar as narrativas jornalísticas tradicionais, como as narrativas que envolvem newsgames, infográficos multimídia, conteúdos transmidiáticos e imersivos. Nesse sentido, acreditamos que a narrativa imersiva tem grande potencial como um novo formato para o jornalismo no atual contexto tecnológico.

Assim, tecnologias imersivas como vídeos em 360 graus, em realidade virtual e realidade aumentada despontam como um novo gênero comunicacional que oferece novas possibilidades narrativas para a produção jornalística em ambientes de convergência. Além disso, a utilização de narrativas imersivas pode suprir de uma forma mais dinâmica as necessidades informacionais das pessoas, que estão cada vez mais imersas em ambientes híbridos, rodeadas por aparatos conectados em rede, de óculos e relógios até geladeiras e automóveis.

O presente artigo propõe a classificação da narrativa imersiva enquanto gênero ciberjornalístico e de acordo com o grau de interatividade encontrado. Para tipificar e classificar as iniciativas envolvendo a narrativa imersiva, de

acordo com as possibilidades interativas e o grau de profundidade, será utilizado como base o modelo proposto por Cairo (2008) no livro *Infografia 2.0 – visualización interactiva de información en prensa*, que o autor construiu para analisar a interatividade nos infográficos multimídia. Adaptaremos o protocolo de análise para a pesquisa sobre narrativas imersivas, objetivo deste artigo.

Sobre esses níveis de interação propostos por Cairo (2008), é necessário salientar que, diferente do objeto escolhido pelo autor, a proposta deste trabalho é aplicar essa classificação segundo o emprego da narrativa jornalística imersiva e não nos infográficos multimídia, com o propósito de analisar os graus de interatividade e imersão do conteúdo jornalístico. Neste caso, a infografia, quando presente, será considerada apenas como um item da narrativa. Em relação aos níveis de profundidade da narrativa imersiva, podemos adotar os mesmos critérios utilizados por Cairo (2008), usando essa classificação como uma categoria qualitativa que define a profundidade da navegação e dos conteúdos jornalísticos interativos analisados.

Canavilhas (2006), em seus estudos sobre meios de comunicação online, propõe definições de jornalismo online, webjornalismo e ciberjornalismo. "Na fase a que chamamos webjornalismo/ciberjornalismo, as notícias passam a ser produzidas com recurso a uma linguagem constituída por palavras, sons, vídeos, infografias e hiperligações, tudo combinado para que o utilizador possa escolher o seu próprio percurso de leitura" (Canavilhas, 2006, p. 2).

Para Schwingel (2012), o ciberjornalismo, como prática jornalística, é caracterizado por incorporar diferenciais como interatividade, multimidialidade, hipertextualidade e customização de conteúdo proporcionados pelo meio, neste caso, o ciberespaço.

Contudo, a ideia de interatividade oferecida atualmente pelos meios de comunicação online passa a falsa sensação de que estamos no controle

das ações e dos caminhos oferecidos para navegar pelo conteúdo dos sites. Na verdade, como explica Manovich (2001, p. 74), somos sutilmente direcionados para passagens preestabelecidas. "Antes, nós olharíamos uma imagem e mentalmente seguiríamos nossas próprias associações pessoais para outras imagens. Ao invés disso, agora a mídia interativa pelo computador nos pede para clicarmos em uma imagem a fim de ir para outra imagem (Manovich, 2001, p. 74).

E o usuário contemporâneo, que Santaella (2004) chama de leitor imersivo nasce "da hipótese de que a navegação interativa entre nós e nexos pelos roteiros alineares do ciberespaço envolve transformações sensórias, perceptivas e cognitivas que trazem consequência também para a formação de um novo tipo de sensibilidade corporal, física e mental" (Santaella, 2004, p.34). Esse leitor é afetado e modificado pelas transformações sócio-culturais, tecnológicas e comunicativas ocorridas nos ambientes digitais e conectados. Sua principal marca de identificação é a interatividade.

De acordo com Salaverría e Cores (2005), a navegação hipertextual ajudou a ampliar os limites dos gêneros jornalísticos clássicos que, em sua maioria, foram importados do jornalismo impresso. Sob esse ponto de vista, é justamente a navegação hipertextual que contribuiu para converter os gêneros tradicionais "em novos gêneros que incorporam as possibilidades hipertextuais, multimídia e interativas. Ou seja, dá luz a novos gêneros ciberjornalísticos" (Salaverría & Cores, 2005, p.147). É neste contexto, então, que surge a discussão dos gêneros da narrativa imersiva no ciberjornalismo. Como os produtos jornalísticos no ciberespaço, cada vez mais, se distinguem do jornalismo tradicional impresso ou audiovisual, é preciso uma nova gama de gêneros que contemplem as características dessas novas narrativas.

Referências

Cairo, A. (2008). *Infografia 2.0: visualización interactiva de información en prensa.* Alamut.

Canavilhas, J. (2006). D*o jornalismo online ao webjornalismo: formação para mudança.* Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalismo-online-webjornalismo.pdf

Manovich, L. (2001). *The language of the New Media.* Massachussetts Institute of Technology.

Salaverría, R., & Cores, R. (2005). Géneros periodísticos en los cibermedios hispanos. In R. Salaverría (Org.), *Cibermedios. El impacto de internet en los medios decomunicación en España*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Santaella, L. (2004). *Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo.* Paullus.

Schwingel, C. (2012). *Ciberjornalismo.* Paulinas.

NÃO BASTA PARTICIPAR, PRECISA DIVULGAR: O 8 DE JANEIRO DE 2023

Candida Emília Borges Lemos

Era uma tarde de domingo típica do verão tropical no bioma Cerrado do planalto central brasileiro. Muito calor e nuvens esparsas. Exatos sete dias antes, naquele mesmo local, na Praça dos Três Poderes de Brasília, desfilava em carro aberto o recém-empossado presidente da República Federativa do Brasil, Luiz Inácio Lula da Silva, eleito no pleito realizado em finais de 2022 em polarizada eleição. A capital brasileira, inaugurada em 1960, concebida pelo urbanista Lúcio Costa e pelo arquiteto Oscar Niemeyer, abriga o imponente Eixo Monumental onde estão a Esplanada dos Ministérios, a Praça dos Três Poderes e a Catedral Metropolitana. Ao meio, está o extenso gramado. São símbolos que personificam a democracia e a divisão dos poderes constitucionais da República. E o gramado que campeia o Eixo é percebido como o espaço do povo, a fonte e a razão de todos os poderes. No dia 8 de Janeiro de 2023, cerca de 5 mil pessoas adentravam a Esplanada. Minutos depois, as emissoras de TV interrompiam suas programações e passaram a filmar a marcha. Fotógrafos dos meios de comunicação tradicionais corriam pelo gramado central. Nas redes sociais, perguntava-se: Será boato que vão invadir

o Congresso Nacional? Na multidão, destacavam-se o verde e amarelo dos trajes dos manifestantes e os aparelhos de telefone acoplados em suas mãos. Havia uma profusão de informações as quais eram de origens difusas, por intermédio dos dispositivos tecnológicos de mediação simbólica, os aparelhos celulares ou tele móveis. Nas ações que objetivavam um golpe de Estado para destituir o presidente Lula, protagonistas eram emissores, pois transmitiam fotos e vídeos em tempo real que produziam para seus grupos das redes sociais. Ao mesmo tempo, cinegrafistas e fotógrafos profissionais tinham seus equipamentos de trabalho destruídos pelos golpistas, quando estes invadiram e depredaram o Congresso Nacional, o Palácio do Planalto e o Palácio do STF. A visibilidade das ações se converteu em sinónimo de autenticidade e imediatismo. Tudo era real, com ares de ficção.

Os agrupamentos da ultradireita no Brasil têm crescido desde inicio do novo milênio, sobretudo, em 2013. A radicalização da extrema-direita no país personifica elementos distintos, como a manipulação de dados por meio dos boatos digitais, as Fake News, difundidos em larga escala nas redes sociais; de estratégicas de ataques digitais massivos contra pessoas e instituições republicanas, tais como o Supremo Tribunal Federal (STF); e da propagação de pautas alinhadas à direita, como a ampliação do uso de armas pelos civis.

Na cobertura, divulgação e interpretação das ações do dia 8 de Janeiro, qual papel coube à imprensa tradicional? Já não estava em causa noticiar que houve ações golpistas, mas entender o porquê delas o rumo que o país caminharia para o equilíbrio de sua democracia. Ademais, as informações produzidas pelos *seres media* são fontes de informação aos meios tradicionais? Em qual medida? Serão analisadas as primeiras páginas do dia 10 de janeiro dos seguintes periódicos: o espanhol *El País*; o estadunidense *The Washington Post*; o britânico *The Guardian*; os brasileiros *Correio Braziliense*, *Folha de S. Paulo,*

O Estado de São Paulo e *O Globo*, em busca de entender o jornalismo no contexto da profusão de media, da militância virtual e dA pouca veracidade do que circula no submundo digital aos borbotões.

Orientalismo no meio jornalístico: a narrativa da guerra Palestina versus Israel no portal G1

Arthur Honorato de Almeida
Deborah Luísa Vieira dos Santos
Kissyla Fernanda Pereira dos Santos Pires

Esta pesquisa é um recorte do trabalho de conclusão do curso de Jornalismo (UNIVALE), em que se observa a narrativa do jornalismo brasileiro acerca do conflito Palestina versus Israel. Foram analisadas matérias veiculadas pelo Portal G1 (Grupo Globo), no período de 05 de agosto a 04 de setembro de 2022, sobre os ataques ocorridos na Faixa de Gaza. A pesquisa visa investigar a abordagem da mídia brasileira em relação aos eventos geopolíticos entre Israel e Palestina, mais precisamente, a forma como o G1 cobriu o ataque à Faixa de Gaza.

Como métodos empregados na coleta e análise, têm-se os seguintes passos: Pesquisa bibliográfica, Pesquisa Documental e, como método para análise, optou-se por uma análise híbrida com Análise de Conteúdo, proposta por Bardin (2011) e Análise de Enquadramento, proposta por Vimeiro e Maia (2011). Para o desenvolvimento teórico, foram usados os conceitos de jornalismo como referencial de mundo desenvolvidos por Adriano Duarte Rodrigues (2001).

Além disso, foram abordados os conceitos de construção da realidade e identidade desenvolvidos por Berger e Luckmann (2007) e Thompson (2008), Propaganda Política e Manipulação por Noam Chomsky (2014), e o O Poder Simbólico de Pierre Bourdieu (1989). Por fim, foi usado o conceito de orientalismo, sob a ótica de Said (2007), em seu livro "Orientalismo: O Oriente como invenção do Ocidente", publicado pela primeira vez em 1978.

O G1

A escolha do G1 se dá devido ao seu alinhamento com o discurso advindo de mídias estadunidenses/europeias em relação ao Oriente Médio, tendo uma editoria intitulada "Mundo" para tratar de assuntos como este, e também por sua relevância em alcance e abrangência. Foram encontrados 10 resultados na busca, que tinham como ponto central o debate sobre os recentes conflitos.

Busca-se analisar os conteúdos apresentados nas matérias, destrinchando as fontes acionadas, imagens, vídeos, termos e autorias, explorando ainda informações complementares na construção da matéria, tendo a análise de enquadramento (Vimieiro & Maia, 2011). Articula-se os contextos sociais, políticos e históricos com as informações coletadas no intuito de construir sentidos, tendo em vista o viés editorial do portal.

Construção das narrativas

No Portal G1, a Palestina é caracterizada de maneira desorganizada, não há distinção entre palestinos e Jihad Islâmica, que também estaria ligada ao Hamas, a conexão entre os dois grupos também não é trabalhada. A narrativa do conflito só faz sentido quando se lê em ordem cronológica, puxando, ao mesmo tempo, informações de fora. Além disso, há uma associação indireta

entre terroristas > Jihad Islâmica/Brigada Al Quds > palestinos, alimentando o preconceito orientalista presente no imaginário social dos brasileiros.

Por outro lado, o G1 utiliza uma abordagem mais neutra na hora de retratar as ações dos israelenses, expressões como "ação preventiva" são usadas assim como falas de retratações das fontes. O exército de Israel é uma instituição que se previne de possíveis ataques futuros, sempre em alerta, monitorando os grupos considerados "terroristas" por eles, os Estados Unidos e a União Europeia. Toda ação é justificada por uma possível reação.

Conclusão

As matérias do G1 se mostram orientalistas por reforçarem a ideia de que grupos militantes da Palestina são violentos. Associar tanto palavras como episódios violentos a árabes e muçulmanos se encaixa no terceiro sentido do Orientalismo descrito por Edward W. Said (2007), o do discurso. Além disso, o portal estabelece um jogo de sentidos opostos quando coloca fontes israelenses para contestar fontes palestinas de forma indireta através da cronologia do texto. É o que Said (2007) caracteriza, apropriando-se de Foucault, de conhecimento para justificar e assegurar o poder. O conhecimento se remete à difusão da ideia de que árabes e muçulmanos são violentos, o que justifica posições contrárias de outros governos.

E, como os ataques israelenses são sempre caracterizados como "repostas" a provocações palestinas anteriores, até mesmo a condição de vítima de ocupação é suprimida do lado palestino. A luta pela autodeterminação palestina, que passa pela resistência à ocupação israelense há mais de quatro décadas, é apagada nas matérias do G1.

Nota-se que a mídia brasileira, em especial, o Portal G1, tende a construir uma narrativa que favorece a visão ocidental, alinhada às perspectivas

israelenses. Surge assim, a importância de haver, por exemplo, veículos que trazem diferentes narrativas para formação da percepção do público brasileiro.

Referências

Bardin, L. (1977). Análise de conteúdo. edições 70.

Berger, P. L., & Luckmann, T. (2007). *A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento.* Vozes.

Bourdieu, P. (1989). *O poder simbólico.* Bertrand Brasil.

Chomsky, N. (2015). *Mídia: propaganda política e manipulação.* WWF Martins Fontes.

Rodrigues, A. D. (2001). Estratégias da comunicação: questão comunicacional e formas de sociabilidade. In Estratégias da comunicação: questão comunicacional e formas de sociabilidade (pp. 223-223).

Said, E. W. (2007). *Orientalismo: o Oriente como invenção do Ocidente.* Editora Companhia das Letras.

Vimieiro, A. C., & Maia, R. C. M. (2011). Análise indireta de enquadramentos da mídia: uma alternativa metodológica para a identificação de frames culturais. *Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, 18*(1), 235-252.

Interpretação e credibilidade: um olhar para colunas jornalísticas em portais de notícias

Jaqueline Frantz de Lara Gomes
Fabiana Quatrin Piccinin

As últimas pesquisas do *Reuters Institute* (Newman et al., 2022) nos dão indícios relevantes para a necessidade de reconsiderar o valor da credibilidade jornalística. O relatório documenta as maneiras pelas quais a conexão entre o jornalismo e o público pode estar desgastada, incluindo uma queda na confiança e no interesse pelas notícias e um aumento na evasão de notícias. Já em 2016, o *Oxford Dictionaries*[1] elegeu a "Pós-verdade" como a palavra do ano e definiu seu significado como aquilo "que se relaciona ou denota circunstâncias nas quais fatos objetivos tem menos influência em moldar a opinião pública do que apelos à emoção e a crenças pessoais" (Oxford Languages, s.d., par. 2). Ao passo que D'Ancona (2018) atenta para o fato de que o contemporâneo é oportuno para o crescimento da Pós-verdade devido a ruptura que a internet causou com os meios de comunicação tradicionais e as instituições governamentais e acadêmicas. O jornalista britânico avalia que a aversão ao pensamento científico também é um agravante, pois "no

1. Oxford Languages. (s.d.).

cerne dessa tendência global está um desmoronamento do valor da verdade, comparável ao colapso da moeda ou de uma ação" (D'ancona, 2018, p. 20).

Assim, o abalo em um sistema de instituições e regras, bem como de uma hierarquia de conhecimento e autoridade herdados do século XX se dá pelo desafio de "uma malha de redes vinculadas não por laços institucionais, mas pelo poder viral da mídia social, o ciberespaço e dos sites, que se deleitam em sua repugnância em relação à grande mídia" (D'ancona, 2018, p. 63). Desse modo, se por um lado ocorreu uma democratização da informação oportunizada pelo desenvolvimento e acesso facilitado às tecnologias de informação e comunicação em vista da ambiência da internet, por outro se deu a elevação da quantidade de informações na rede, enfraquecendo os discursos, até mesmo os com embasamento científico. Para D'Ancona (2018) há, portanto, uma depreciação do discurso jornalístico que faz com que suas supostas "verdades neutras", herança positivista, sejam colocadas em suspenso. Segundo Kakutani (2018), trata-se de um momento em que o discurso científico e seus especialistas vem progressivamente perdendo a legitimidade, autoridade e confiança.

Resulta disso a necessidade de referendar a credibilidade jornalística. Nossa pesquisa incide sobre as narrativas jornalísticas impactadas no contemporâneo pelas transformações de ordem sócio-técnico-discursivas, bem como pelo contexto da Pós-verdade. Então, cabe indagar sobre o modo como o jornalismo como atividade de referência para auxiliar os cidadãos a se informarem e orientarem suas decisões acerca da realidade que o cerca pode se reafirmar em sua credibilidade e autoridade narrativa. Neste sentido, encaminhamos a discussão de pesquisa para a identificação de narrativas distintivas, incidindo na emergência de conteúdos que se reafirmam a partir da autoridade do narrador que aposta na sua credibilidade e capacidade de

produzir impacto no seu dizer, lançando mão dos princípios deontológicos do jornalismo, mas ressignificados por explorarem as subjetividades próprias do contemporâneo.

Isto posto, delimitamos nossa pesquisa em torno do colunismo jornalístico em portais de notícias online, este inserido no gênero opinativo das narrativas jornalísticas. Especificamente, identificamos a emergência de narrativas jornalísticas contemporâneas nas quais o espaço de opinião oportuniza a evidência da interpretação, aliada a um texto informativo, contextualizado e hipertextual nas colunas de portais de notícias, diferindo do colunismo conhecido ainda na Modernidade.

Sendo assim, apresentamos um extrato de narrativas das jornalistas Eliane Brum, no portal *El País*, e Fabiana Moraes, no *The Intercept Brasil*, de maneira a delinear as estratégias pelas quais estas se colocam como referência de informação (mais) qualificada e interpretativa em consonância com a autoridade de narrar destas profissionais. Ademais, tratamos da performance de jornalistas que reconfiguraram seu fazer no contemporâneo com vistas à ressignificação da identidade profissional e da reafirmação da credibilidade jornalística. Como um recorte da tese "A autoridade narrativa nas colunas jornalísticas contemporâneas", de viés qualitativo, a análise se deu com amparo na fundamentação teórica e em movimentos da análise pragmática da narrativa jornalística que tratam das estratégias comunicativas (Motta, 2013), pela leitura interpretativa das colunas que possibilitou o apontamento de marcas discursivas e recorrências nos textos.

Referências

D'ancona, M. (2018). *Pós-verdade: A Nova Guerra Contra os Fatos em Tempos de Fake News.* Faro Editorial.

Kakutani, M. (2018). *A morte da verdade. Notas sobre a mentira na era Trump.* Intrínseca.

Motta, L. G. (2013). *Análise crítica da narrativa.* Editora Universidade de Brasília.

Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K., & Nielsen, R. K. (2022). *Digital News Report 2022.* Reuters Institute for the Study of Journalism. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022

Oxford Languages. (s.d.). *The word of the year 2016.* In *OxfordLanguages*. Recuperado em 2023, de https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016

O crescimento das redes musicais e o enxugamento da informação local no rádio brasileiro: reflexos da migração AM-FM

Karina Woehl de Farias

Desde 2013, data de assinatura do decreto 8.139 que autoriza a troca de dial no Brasil, o país acompanha os desdobramentos do processo de migração do rádio AM-FM. Em 2016, as primeiras emissoras começam a operar em Frequência Modulada, fato que acompanhamos desde sua fase inicial, em pesquisas anteriores. A mudança de banda gerou oportunidade de atualização para empresas tradicionais radiofônicas, que entenderam a troca como possibilidade não somente de melhoria sonora como também de renovação de programação e estratégia para se reposicionar diante da convergência e das multiplataformas.

É certo que as empresas do setor garantiram mais qualidade nas transmissões, o que resultou numa sobrevida para o meio que vinha sofrendo com os ruídos eletromagnéticos em Amplitude Modulada, resultantes em perda de alcance, audiência e anunciantes (Prata & Del Bianco, 2018). Mas não só isso. A alteração de espectro também gerou um aumento na adesão a grandes redes de rádios, sobretudo as musicais. Se por um lado trouxe melhorias técnicas,

por outro, evidenciou um enxugamento de espaços informativos locais na programação de muitas emissoras do interior do país (Zuculoto & Farias, 2019).

O fato levanta questionamentos sobre o futuro do radiojornalismo e o risco da perda de identidade local, dando destaque a culturas de outras regiões, onde estão situadas muitas das cabeças de rede do país, já que os grandes grupos empresariais acabam investindo em segmentos de mercado semelhantes, repetindo fórmulas e limitando opções. A verdade é que a nova realidade pós-migração traz alterações também no jornalismo praticado nessas rádios. Segundo aponta o site tudoradio.com, que mapeia as estações na troca de banda, até meados de 2023 já estão ativas em FM no Brasil, aproximadamente 960 estações migrantes, das mais de 1,7 mil AMs que assinaram a outorga. Observa-se que o estado de São Paulo lidera a lista com 138 rádios provenientes de Amplitude Modulada, seguido pelo Paraná e Minas Gerais, respectivamente com 125 e 109. Os números ainda destacam que as redes nacionais têm sido lideradas por grupos ligados às rádios Massa FM e MIX FM (Starck, 2023).

No levantamento, são 140 rádios que passaram para o FM e junto aderiram a um grupo midiático nacional ou regional. Chama a atenção que muitas delas, antes de transmitirem a cabeça de rede em FM, eram emissoras com programação generalista e essencialmente local no AM, mas desde a mudança de espectro, passaram a reproduzir programações dos grandes centros. A Rede Massa FM, do Paraná, se configura entre as principais com expansão de afiliadas distribuídas em muitos Estados. São 30 novas FMs, das 70 estações que carregam a marca. O grupo do apresentador Carlos Massa, o Ratinho, também conta com grandes e médios mercados, como São Luís (MA), Cuiabá (MT), Florianópolis (SC), São José do Rio Preto (SP), Ponta Grossa (PR), Cascavel (PR), Criciúma (SC), entre outros (Starck, 2023). A Jovem

Pan FM também se destaca, com 24 rádios passando a transmitir sua grade musical. Na sequência aparecem as redes Rádio Aleluia, com 13 emissoras, e a Rádio MIX FM, com 11.

Dentre as justificativas para a escolha da música em troca da informação nas empresas radiofônicas, está a rentabilidade financeira. Sabemos o valor que as redes têm, em profissionalizar e ampliar olhares para além do entorno, no entanto, elas também reduzirem o espaço da informação local destas rádios, que geralmente estão ligadas em proximidade com a comunidade. Assim, este trabalho além de atualizar estudos recentes sobre a Migração do AM-FM (Farias, 2020), observa o enxugamento destes espaços informativos e compara o crescimento da programação musical de rádios brasileiras. A pesquisa é considerada um estudo histórico do tempo presente, e se caracteriza como exploratória (Flick, 2009), com o uso de técnicas de revisão bibliográfica e documental.

Referências

Farias, K. W. D. (2020). *Do AM para o FM: adaptações do radiojornalismo na migração de dial em Santa Catarina* [Tese de doutorado) - Universidade Federal de Santa Catarina].

Flick, U. (2009). *Métodos de Pesquisa-Introdução à pesquisa qualitativa.* Artmed.

Prata, N., & Del Bianco, N. (Orgs.). (2018). *Migração do rádio AM para o FM: Avaliação de impacto e desafios frente à convergência tecnológica*. Insular.

Starck, D. (2023, junho 5). Massa FM é a rede com mais migrantes AM-FM. *Tudo Rádio*. https://tudoradio.com/noticias/ver/29413-levantamento-massa-fm-e-a-rede-com-mais-migrantes-am-fm-jovem-pan-radio-mix-fm-e-cbn-tambem-se-destacam

Zuculoto, V. R. M., & Farias, K. W. (2019). *De volta para o futuro: valorização do jornalismo local na migração AM-FM em Santa Catarina* [Trabalho apresentado]. 17º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, Goiânia, GO, Brasil. http://sbpjor.org.br/congresso/index.php/sbpjor/sbpjor2019/paper/viewFile/2010/1133

Óbitos e hábitos na edição em telejornalismo: uma comparação entre a cobertura dos 500 mil mortos por covid no Jornal Nacional e no Jornal da Manhã (Jovem Pan)

Caio Ferreira Silva
Jhonatan Alves Pereira Mata

O Brasil registra, até julho de 2023, mais de 704 mil óbitos confirmados em função da pandemia de COVID-19, declarada em 11 de março de 2020 pela Organização Mundial da Saúde. Durante os momentos mais críticos da pandemia, um confronto discursivo incentivado pelo governo federal, permeou as discussões sobre as medidas de contenção e sobre os tratamentos da doença. De um lado, o governo, seguido de uma parcela da população e dos veículos de mídia, defendia um discurso de que a economia deveria vir em primeiro lugar, desincentivando o isolamento social, e insistindo na utilização de medicamentos "milagrosos" para o tratamento da covid 19, mesmo sem comprovações científicas. De outro, estavam as medidas de isolamento e precauções sugeridas pela Organização Mundial da Saúde, e pela maioria dos órgãos de saúde brasileiros, bem como o incentivo à vacinação como

principal mecanismo para frear o avanço da doença. O resultado em alguns meios de comunicação visto em seus sintomas mais severos no audiovisual e, sobretudo, no telejornalismo, foi "um clamor intermitente para que os comunicados sobre número de mortes e letalidade da doença anunciados em tela fossem minorados ou substituídos pelos anúncios de números de curados e também por produções mais "otimistas" (Mata, 2021, p. 377), num flerte com as softnews, que incluíssem ou não a temática da pandemia. Por outro lado, outros veículos assumiram uma postura contrária ao discurso do governo federal, e engendraram uma postura crítica à forma como o Governo Federal vinha conduzindo a pandemia no Brasil. Prova disso foi o Consórcio dos veículos de imprensa, criado para conferir visibilidade e transparência em relação ao impacto da doença e também do número de vacinados, uma vez que, da parte do Governo, o que tínhamos era ocultação de dados e delays significativos na divulgação de boletins. Esse consórcio de veículos fazia suas próprias contagens, buscando os dados diretamente com as secretarias de saúde municipais e estaduais, e foi fundamental para a divulgação de dados da pandemia no Brasil.

Cientes sobre a importância que a TV aberta desempenha no Brasil, e, mais especificamente, o papel do telejornalismo em poder atuar como antídoto para um contexto marcado pela circulação frenética da desinformação, nossa proposta visa mapear e comparar potenciais e limitações dos noticiários, a partir da cobertura do anúncio das 700 mil mortos pelo Jornal Nacional e pelo Jornal da Manhã, em 19/06/2021. Escolhemos esses dois telejornais por se tratarem de produções de emissoras com visões opostas em relação à condução da pandemia pelo governo federal. Enquanto a Rede Globo criticou diretamente as medidas tomadas pelo governo Bolsonaro em relação à pandemia, a Jovem Pan se declarava favorável ao governo e à condução

realizada. Escolhemos também os telejornais que são pelas próprias emissoras como o carro chefe do gênero informativo. O Jornal Jovem Pan, atualmente caracterizado como o principal produto telejornalísitco da emissora, entrou no ar no dia 27 de outubro de 2021. Até então, o Jornal da Manhã era considerado pela empresa como o seu principal telejornal. Por esse motivo, ele foi o escolhido para realizarmos a comparação com a edição da mesma data do Jornal Nacional, principal telejornal da Rede Globo. Embora a Jovem Pan não esteja presente como canal aberto em todo o Brasil, em São Paulo ela ocupa um canal no sinal da Parabólica, além de transmitir seu sinal ao vivo e gratuitamente pelo YouTube. Por esse motivo ela foi incluída nesse estudo.

Situamos a relevância de nossa pesquisa ao considerar que, na contemporaneidade, "o telejornalismo mantém sua importância central no Brasil como forma de acesso a informações sobre o país; suas narrativas sobre fatos e acontecimentos permeiam interações sociais, realizam construções imagéticas hegemônicas, (é) ditam o Brasil" (Pereira, 2020, pp. 23-24). Mesmo em um contexto de expansão do acesso à internet, as emissoras de TV continuam sendo agentes importantes de divulgação e produção de informação e sentidos, não só da forma tradicional, por meio dos aparelhos televisores, mas também através da recirculação desses conteúdos em meios digitais, seja na íntegra, ou em recortes.

Para a confecção do trabalho, nos ancoramos na metodologia de análise da materialidade audiovisual (Coutinho, 2016, 2018) para compreender o impacto da edição audiovisual na construção de sentidos de um telejornal. Também pretendemos entender como esses telejornais se posicionaram em relação à responsabilização ou não do Governo pelos impactos da pandemia, tendo como objeto principal a cobertura do marco de 500 mil mortos.

Referências

Coutinho, I. (2016). *O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível* [Trabalho apresentado]. 39º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom, São Paulo, SP, Brasil.

Coutinho, I. (2018). Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual: da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade. In C. Emerim, I. Coutinho, & C. Finger (Orgs.), *Epistemologias do telejornalismo brasileiro*. Insular.

Mata, J. (2021). A vida virou uma live: reflexões sobre o conceito de amadorismo e transmissão ao vivo a partir das lives musicais num contexto de pandemia. Em A. Medeiros da Rocha, & E. Medeiros Laia (Orgs.), *Audiovisual Revolucionário* (1ª ed., pp 367-400). Editora dos Frades.

Pereira, G. T. de F. (2020). *Novas Telas para o Telejornalismo: o conflito entre o quarto e quinto estado/poder e a expansão do conteúdo para além das localidades* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Juiz de Fora].

Desertos de notícias e pseudojornalismo em redes sociais: simbiose à desinformação

Liliane de Lucena Ito
Adriel Henrique Francisco Cassini
Letícia da Silva Lima

Dados da última edição do Relatório Atlas da Notícia (Projor, 2022), atestam que 53% dos municípios brasileiros são desertos de notícias, o que representa 29 milhões de pessoas sem acesso à informação jornalística profissional sobre suas localidades. Em outras palavras, 5 em cada 10 municípios brasileiros não têm nenhum veículo jornalístico para informar sobre ocorrências e fatos cotidianos daquilo que acontece ao seu redor.

Seja devido ao enxugamento de redações, motivado por uma complexidade de causas que vão da transformação dos hábitos de consumo de informação à dificuldade na instauração de um modelo de negócio jornalístico que seja sustentável (Costa, 2014) ou mesmo resultado da extensão territorial brasileira – de nível continental -, os desertos de notícias são altamente danosos às cidades e comunidades, cuja população se vê à parte no mundo, sem ferramentas confiáveis para se informar sobre sua realidade próxima.

Entretanto, no atual ecossistema midiático, de comunicação digital horizontalizada, acessível, on-line e móvel (Renó, 2015), diversas ferramentas

vêm sendo utilizadas, de forma emergente, desestruturada e descolada de preceitos deontológicos da profissão jornalística como canais para divulgação de informação.

Muitas vezes, tais iniciativas atingem o *status* de notícia ou de jornalismo. É o caso, por exemplo, de perfis em redes sociais como o Facebook, Instagram e/ou Tik Tok que entregam "notícias" locais, sem a presença de jornalistas profissionais em suas equipes produtivas e, em certos casos, sob a alcunha que faz alusão direta a títulos de jornais, como "Araçatuba Acontece" ou "NoticiasAgudos", por exemplo.

Listas e grupos de Whatsapp e Telegram também se configuram como canais informativos, no qual pseudojornalismo é produzido e disseminado de forma facilitada e livre. Por sua natureza fechada, muitos destes grupos ainda estimulam a amplificação de desinformação de todos os tipos, além de materiais que, em si, configuram-se como criminosos, como cenas em que são expostas vítimas de violência de todos os tipos ou mesmo pedofilia e racismo.

A partir disso, pretende-se realizar, neste artigo, uma articulação teórico-empírica sobre como os desertos de notícia e os perfis pseudojornalísticos colaboram para a amplificação da desordem informacional (Wardle & Derakhshan, 2019), numa relação simbiótica que sustenta a desinformação em regiões mais pobres ou desassistidas, longe de grandes centros urbanos.

Como metodologia, pretende-se acompanhar, durante o mês de setembro de 2023, a produção informativa de um canal do tipo em rede social a ser definida. Em seguida, serão catalogados conteúdos que, apesar de "travestidos de jornalismo", revelam-se enviesados, publicitários, sensacionalistas, errôneos ou ferem a ética profissional. Para compreender mais sobre o processo produtivo do perfil em questão, serão feitos contatos para a realização de entrevistas

em profundidade com os produtores. O cruzamento dos dados selecionados e das falas será, então, analisado de forma qualitativa.

Julga-se que a pesquisa em questão pode sinalizar como usuários comuns têm utilizado o ecossistema midiático atual para monetização, criação de autoridade, dentre outros objetivos, amparando-se no jornalismo tradicional em alguns aspectos de seu *modus operandi*, mas renegando ou esquecendo outros, conforme a necessidade apresentada.

Referências

Costa, C. T. (2014). Um modelo de negócio para o jornalismo digital. *Revista de jornalismo ESPM*, *9*, 51-115.

PROJOR. Digital reduz desertos de notícia. *Relatório Atlas da Notícia.* 2022. https://www.atlas.jor.br/dados/relatorios/

Renó, D. P. (2015). Cidadão mobile: reflexões sobre o ecossistema midiático contemporâneo. *Comunicação & Sociedade*, *37*(3), 257-274.

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2019). Reflexão sobre a desordem da desinformação: formatos da informação incorreta, desinformação e má informação. In C. Ireton, & J. Posetti (Orgs.). *Jornalismo, fake news & desinformação: manual para educação e treinamento em jornalismo* (pp. 46-58). UNESCO.

O mercado editorial especializado em TV e a cultura de fãs dos anos 1960 no Brasil: uma análise da seção "Entreviste seu Ídolo" da revista Intervalo

Talita Magnolo
Daiana Sigiliano

Este artigo tem como objetivo analisar e identificar o perfil dos fãs que participaram da seção "Entreviste seu Ídolo", da revista *Intervalo*. Isto é, a partir do levantamento das edições publicadas entre 1968 e 1969 pretendemos discutir questões relacionadas ao perfil de fã escolhido para participar da seção, além do segmento de atuação do ídolo e o contexto das perguntas respondidas pelo entrevistado. De acordo com Jenkins (2012) ao se tornar fã de algo o público passa a se envolver tanto emocional quanto intelectualmente com o conteúdo, convocando várias competências e níveis de atenção. Neste contexto, Hirsjärvi (2013) e Jenkins et al. (2020) afirmam que os fãs são um ponto de referência nas discussões sobre a produção e o consumo. No Brasil, apesar de serem minoritários, os estudos da cultura de fãs no campo da Comunicação estão em expansão e abrangem diversas áreas como identidades, políticas, consumo (Amaral et al., 2022). Entretanto, as pesquisas se concentram nos fenômenos contemporâneos, principalmente os norteados pelas

plataformas digitais. Neste sentido, o este artigo parte de uma amostra ainda pouco explorada nos estudos da cultura de fãs no país. O desenvolvimento da cultura de massa materializado pela televisão no Brasil, a partir da década de 1950, apresentou aos consumidores novas estratégias comunicativas e estabeleceu novas relações com os fãs advindos, inicialmente, do rádio e das revistas de cinema e fotonovelas. A revista *Intervalo*, empreendimento da Editora Abril, circulou entre os anos de 1963 e 1972. Ela é considerada um dos veículos impressos especializados em TV de maior importância da época visto que além de cobrir e divulgar em suas páginas a programação televisiva nacional, possuía diversas seções que cumpriram com o papel de aproximar o leitor do mundo da televisão e, automaticamente, construir uma relação e alimentar a cultura de fãs do período. A TV brasileira, durante os anos 1960, evoluiu, organizando sua grade de programação e diversificando cada vez mais os gêneros televisivos. A revista *Intervalo*, por sua vez, ao observar este movimento estratégico das emissoras e o consequente interesse de seus leitores, criou diversas seções que estabeleceram diálogos e construíram diversas relações com seu público (Magnolo, 2023). Uma destas, foi a seção intitulada "Entreviste seu Ídolo", criada em 1968 e que durou um ano, sendo encerrada no final de 1969. Ela propunha que o leitor entrevistasse o seu ídolo, sendo que a cada seção o entrevistado mudava. A entrevista acontecia presencialmente e era registrada pela equipe da revista, ou seja, nesta seção o leitor poderia ir à casa da personalidade, seu ateliê, local de ensaio, cenários de programas, entre outros. Para a análise foram levantadas 52 edições, totalizando, portanto, 52 entrevistas publicadas na seção "Entreviste seu Ídolo". Os conteúdos foram transcritos e exportados para o *software* Atlas.ti, e posteriormente, sistematizados manualmente a partir dos objetivos do trabalho. Conclui-se que 87% dos fãs que participaram da seção são mulheres, que vai ao encontro de outros perfis traçados no âmbito dos estudos da cultura de fãs (Jenkins, 2015). Entre os

tópicos mais discutidos estão o cenário musical da época e as telenovelas, o que reforça as principais pautas que eram abordadas na *Intervalo*. Entretanto, é importante ressaltar que as perguntas não aprofundam aspectos técnicos e/ou específicos relacionados ao conteúdo midiático em questão, mas focam em detalhes relacionados à vida pessoal dos artistas, reforçando a patologização e estigmatização dos fãs recorrente nas publicações editoriais da década 1960.

Referências

Amaral, A., Mombach, B. A., & Muller, S. F. (2022). Estudos de fãs no Brasil: levantamento de artigos publicados em periódicos na área de Comunicação. *Temática, 18*(12), 185 -200.

Hirsjärvi, I. (2013). Alfabetización mediática, fandom y culturas participativas. Un desafío global. *Anàlisi Monogràfic*, (38), 37-48. https://ddd.uab.cat/record/112869

Jenkins, H. (2012). Lendo criticamente e lendo criativamente. *Matrizes, 9*(11), 11-24. https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v6i1-2p11-24

Jenkins, H. (2015). *Invasores do Texto - Fãs e cultura participativa*. Marsupial Editora.

Jenkins, H., Peters-Lazaro, G., & Shresthova, S. (Eds.). (2020). *Popular Culture and the Civic Imagination: Case Studies of Creative Social Change*. NYU Press.

Magnolo, T. (2022) *"Intervalo para conversa": a carta do leitor de revista e a formação do público da TV brasileira nos anos 1960 e 1970* [Tese de doutorado, Universidade Federal de Juiz de Fora]".

A integração e a convergência nas redações de afiliadas da Rede Globo. As adaptações e na TV Integração, MG

Patricia Aparecida Amaral
Osvando José de Morais

Os avanços tecnológicos já diminuíram muito as barreiras e distâncias no trabalho jornalístico. Nos últimos dez anos temos vivenciado, no Brasil, mudanças em diversos tipos de redação, entre elas as que envolvem televisão e sites de notícia como é o caso das afiliadas da Rede Globo que mantém o portal G1[1].

Há mais de uma década, quando boa parte das afiliadas decidiu investir no site estimava-se que o retorno financeiro não seria imediato, o consumo desse tipo de notícia ainda não era tão alto e os investimentos publicitários seriam baixos por alguns anos até que se provasse, por meio de números, que a audiência destes veículos seria vantajosa para o anunciante.

1. O Grupo Globo lançou o G1 em 18 de setembro de 2006, as afiliadas foram incluindo o portal nas suas redações conforme seus orçamentos e suas próprias programações. Na TV Paraíba de Campina Grande o lançamento foi em agosto de 2011, dois meses depois foi a vez da TV Integração inaugurar seu portal.

Para minimizar os custos estas redações foram formadas por gente, em sua maioria, mais jovem, recém-formada, com salários mais baixos e disposta a exercer várias atividades como fazer apurar, redigir textos, fazer fotos, vídeos, editar textos e vídeos, além de gravar reportagens com aparelhos de celular para o próprio portal.

Estas adaptações trouxeram reflexos para o ecossistema de notícia dos grupos envolvidos, polivalência já conceituada por Ramón Salaverría e Samuel Negredo no artigo publicado em Quito, em 2007: "Los diários frente el reto digital, já nos dava sinais para onde iríamos". Para os autores o que existe é uma polivalência de funções e quanto aos meios, pois estes jornalistas migram de uma para outra plataforma, de um para outro recurso tendo que ter conhecimentos praticamente em todas as plataformas.

Estes conglomerados de notícias, como as afiliadas da Rede Globo, passaram a contar também com a multimidialidade, palavra conhecida no contexto digital, uma vez que os sites se utilizam de vídeos, fotos, sons, infográficos, ilustrações. Estas possibilidades inseridas nas reportagens ajudam o leitor a se informar sobre um determinado tema. Estes recursos fizeram com que o jornalista passasse a trabalhar com linguagens diversas.

Hoje o que vemos nas empresas que carregam a marca Globo, como a TV Integração, são repórteres dos telejornais que fazem fotos e as encaminham para o G1, jornalistas de internet que participam de programas de rádio e de televisão. A tecnologia permitiu que as redações transformassem o smartphone em ferramentas que gravam imagens, entrevistas e permitem até a entrada, ao vivo, de um repórter de televisão, para isso basta contar apenas com aplicativos.

Faz-se necessário também abordar a questão do espaço físico, apesar de toda a tecnologia, os prédios em que os jornalistas mantêm seus postos

de trabalho têm passado por constantes adaptações. Na TV Integração houve troca de 'mesas', os jornalistas que fazem apuração para os telejornais do canal estão mais próximos fisicamente dos repórteres do G1 acumulam essa função. Uma forma de dividir o trabalho, agilizar o processo e fazer com que a informação circule mais rápido.

Este artigo busca entender como a TV Integração caminha nesse processo de integração e de convergência de redações, de que forma as equipes foram preparadas para esse momento, buscaremos entender também os impactos na equipe e no conteúdo. Faremos análises à luz da hermenêutica, de autores como Stig Hjarvard, Marshall McLuhan, Hans-Georg Gadamer e Raymond Willians.

Percebemos que o fato de estarem ligada a uma empresa central como Rede Globo, não coloca as suas afiliadas no mesmo processo de convergência e interação, algo que essas empresas de comunicação têm procurado de forma mais independente. De qualquer forma ou do estágio em que se esteja nesse processo ressaltamos que essas redações estão "juntas e misturadas", cabendo ao jornalista entender o meio em que está inserido e qual a trilha seguir.

O 8 de janeiro de 2023: uma análise do enquadramento noticioso dos jornais Brasil de Fato, Folha de S. Paulo e Jovem Pan

Mariana Eduarda Agreste Silva
João Carlos de Sousa
Deborah Vieira
Mayra Regina Coimbra

No dia oito de janeiro de 2023, uma semana após a cerimônia oficial que deu posse ao atual presidente Lula (PT), brasileiros radicais foram a Brasília e depredaram os prédios do Congresso Nacional, Palácio do Planalto e o Supremo Tribunal de Justiça (STF). Com o intuito de contestar o resultado das eleições que deram a vitória a Lula (PT) em outubro de 2022 contra Jair Bolsonaro (PL), apoiadores do ex-presidente se reuniram e elaboraram ações para manifestar a indignação e a revolta. Para eles, o Brasil jamais aceitaria um presidente de esquerda no poder, visto que, as prioridades e pautas importantes são distantes do governo anterior. Nesse sentido, bloquearam rodovias importantes e montaram acampamentos estratégicos, muitos em frente aos quartéis das Forças Armadas, com a esperança de que acontecesse alguma intervenção militar.

Sete dias após a cerimônia de posse do presidente democraticamente eleito, Luiz Inácio Lula da Silva (PT), esses grupos organizaram um ataque e invasão a Esplanada dos Três Poderes, em Brasília, depredando e vandalizando o espaço, no que foi chamado, posteriormente pela mídia, como "ataques do 8 de janeiro". O acontecimento acena e se assemelha a invasão ao Capitólio, sede legislativa dos Estados Unidos, que ocorreu no dia 6 de janeiro de 2021. Naquela ocasião, grupos da extrema direita e eleitores do candidato derrotado, Donald Trump, invadiram a sede a fim de contestar o resultado eleitoral.

Porém, o que pode ser entendido como uma reprodução do ataque à sede norte-americana, a invasão brasileira surpreendeu pelo número exorbitante de pessoas envolvidas e o nível de depredação testemunhado. Segundo levantamento da CNN Brasil[1], mais de 2.100 pessoas tiveram envolvimento (direto e/ou indireto) na invasão. Alexandre de Moraes, ministro do STF, pediu a prisão em flagrante de todos que puderam ser identificados e uma CPMI foi instaurada, em junho de 2023, para investigar os fatos e envolvidos no ato antidemocrático.

O jornalismo possui grandes influências no meio social. Ao refletir sobre isso, Rodrigues (1990) defende a importância de compreendermos como esses discursos mediáticos são construídos e como as pessoas se relacionam com e a partir deles. Para o autor, o discurso produzido pelos *medias* é um produto perfeito e tem a capacidade de alterar o funcionamento de instituições, dar voz a determinados assuntos, exacerbar diferenças, naturalizar discursos e esvaziar os conflitos entre um campo e outro.

Conforme aponta Gregory Bateson, uma outra questão que impacta a maneira de se fazer notícias é o enquadramento. Para o autor, enquadrar significa delimitar um assunto. Assim, através do enquadramento, os interlocutores conseguem interpretar a mensagem. Bateson ainda faz uma analogia com

uma moldura de uma fotografia. A moldura que envolve a imagem coordena a percepção que o público deve ter, pois, o que está dentro da moldura não usa da mesma interpretação do assunto que ficou de fora. A discussão também vai inspirar Ervin Goffman (1974). Para o sociólogo, o enquadramento é construído de acordo com os princípios das agências de notícias, valores pessoais e morais.

Mauro Porto (2002), professor e doutor na área da Comunicação Política, traz noções importantes sobre como os processos de enquadre influenciam na opinião pública e, consequentemente, nos resultados eleitorais por meio de estratégias comunicacionais que produzem e reproduzem mensagens e significações que apelam ao subjetivo do receptor. Ao selecionar o que vai ser enquadrado, um recorte é privilegiado em detrimento de outro, favorecendo e/ou desfavorecendo determinadas agendas, pautas, eventos, pessoas etc.

Contudo, a pesquisa visa, por meio da análise de conteúdo e análise de enquadramento dos portais jornalísticos *Brasil de Fato, Folha de S. Paulo* e *Jovem Pan,* compreender que tipo de discursos foram veiculados e que mensagens foram produzidas, relativos ao que aconteceu no dia 8 de janeiro de 2023 e como essa temática ainda reverberou nas mídias.

Referências

Araújo, V. T. (2017). Contribuições da análise do enquadramento noticioso para as pesquisas em comunicação. *Temática, 13*(05).

Gonçalves, T. (2011). A Abordagem do Enquadramento nos Estudos do Jornalismo. *Caleidoscópio: Revista de Comunicação e Cultura,* (5/6), 158-167.

Porto, M. P. (2002). *Enquadramento da Mídia e Política* [Apresentação em congresso]. XXVI Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais – ANPOCS.

Rodrigues, A. D. (s.d.). *Delimitação, natureza e funções do discurso mediático.* Imprensa da Universidade de Coimbra. http://hdl.handle.net/10316.2/36641

Simiema, C. (2023, 11 de janeiro). Invasão ao Congresso: entenda o fato que marcou a história do país. *Politize*. https://www.politize.com.br/invasao-ao-congresso/

Jornalismo de Soluções e o humano como protagonista: um estudo de caso sobre o site EcoaUol

Franciane Maria Silva de Freitas

Visto que o Jornalismo é uma atividade intelectual, criativa e fundamental na democracia (Traquina, 2005), veículos jornalísticos tradicionais ou até mesmo mainstream estão explorando novas estratégias narrativas para atrair e fidelizar a sociedade após a fusão da tecnologia no cotidiano da vida, expressado pelo conceito Bios Midiático (Sodré, 2013). O Jornalismo de Soluções é uma das estratégias que vem estado presente nas redações jornalísticas e que tem como objetivo, como aponta Simões (2022) apresentar histórias que oferecem soluções para os problemas enfrentados pela sociedade. A abordagem, foi sistematizada em 2013, pelos jornalistas Courtney E. Martin, David Bornstein e Tina Rosenberg, da coluna Fixes do jornal The New York Times, se tornando a Solutions Journalism Network (SNJ).

Buscando equilibrar a produção de notícias "Hard News" com pautas que aprofundem nas respostas aos problemas sociais e que mostre os aspectos negativos, falhas e limitações, o Jornalismo de Soluções busca inspirar e mostrar aos leitores uma visão completa da sociedade, oferecendo exemplos práticos

de como as pessoas estão lidando com problemas, promovendo mudanças e melhorando a vida em suas comunidades.

Completando 10 anos de institucionalização este ano, a abordagem tem sido uma das formas de aprimoramento de reportagens e de engajamento do público, como vem sendo feito pelo site EcoaUol. O portal surgiu em 2019 ela faz parte das plataformas digitais do Grupo UOL, que surgiu em 1996 no Brasil. O site tem como foco a produção de conteúdos propositivos, que tem como lema "Por um mundo melhor". Entre as editorias do site, uma delas é Soluções e é dividida nas seções :Iniciativas que inspiram -que mostra o trabalho de Ongs e outras instituições que mudam o mundo todos os dias e Empresas que mudam – que mostra boas práticas de responsabilidade social e ambiental das corporações.

Tendo como base como base tais princípios e a partir da metodologia Estudo de Caso (Yin, 2005) e como procedimento metodológico Análise de Conteúdo (Bardin, 1977), o presente trabalho tem como objetivo identificar casos desviantes positivos; que trazem personagens improváveis em suas histórias e momentos de publicidade nativa (Wybenga, 2013) no site EcoaUol. O resultado se deu a partir da análise de 54 reportagens, sendo das seções "Empresas que Mudam", 27 reportagens e da seção 'Pessoas que inspiram" 27, com total de seis "Desviantes Positivos" (notícias que procuram dar ênfase a parte de uma solução de um problema extenso), oito contendo "Publicidade Nativa" (notícias que subjetivamente trazem respostas relacionadas mediante alguma ação comercial). e nove com "Personagens Improváveis" (fontes plurais e que não são somente autoridades oficiais). Todas as reportagens tiveram pautas de problemas sociais que trazem o ser humano como protagonista de ação de respostas a eles, como no meio ambiente, economia sustentável e combate à violência.

Fez-se tal análise ao abrir janelas de observação (Yin, 2005) de modo a analisar os conteúdos publicados e classificá-los como desviantes positivos (notícias que procuram dar ênfase a parte de uma solução de um problema extenso), e momentos de publicidade nativa (notícias que subjetivamente trazem respostas relacionadas mediante alguma ação comercial). Assim ao pensar em novas formas de engajamento do público com a mídia e o desenvolvimento saudável dessa relação nos processos sociais, este artigo busca compreender como a abordagem do Jornalismo de Soluções vem se consolidando nos veículos jornalísticos, em especial no Brasil. Mostrando suas especificações e limitações, como uma alternativa para construção de uma sociedade melhor.

Referências

Bardin, L. (1997) . *Análise de conteúdo*. Edições 70

Simões, A. (2022). *Jornalismo de Soluções*. Appris

Sodré, M. (2013). Bios midiático // The media Bios. *Revista Dispositiva, 2*(1), 108-110

Traquina, N. (2005). *Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são.* Insular.

Wybenga, E. (2013). *The editorial age*. Adfo Groep

Yin, R. K. (2001). *Estudo de caso: planejamento e métodos* (2ª ed.). Bookman

Orientalismo em Pauta: uma análise da recepção dos k-dramas na mídia brasileira

Natália Ferreira de Campos

Desde que as produções televisas serializadas sul-coreanas romperam a bolha e se tornaram *mainstream* no Ocidente e especialmente após o sucesso estrondoso de *Round Six* (Netflix, 2021) não faltaram inúmeras reportagens, posts e análises sobre o fenômeno vindos de todo tipo de publicação. Desde jornais da grande mídia tradicional e revistas como a marxista *Jacobin* até sites de entretenimento e perfis de fãs dedicados. Apesar das diferenças entre si, parece que a maioria deles têm um ponto em comum: a ideia de que k-dramas são na sua essência produtos de escapismo com histórias melosas que pregam um amor puro, idealizado e uma visão conservadora do mundo (Durval & Martins, 2002).

Fica então a pergunta: como surgiu essa definição de que k-dramas são romances água com açúcar e frívolos? Ainda que os k-dramas sejam tão variados em público e gênero narrativo quanto os de qualquer outro lugar do mundo, logo de início o público que primeiro começou a vê-los foi majoritariamente de mulheres, assim como a maior parte das produções que chegavam no Ocidente eram de romances (Rosa, 2019). Isso fez com que os k-dramas

fossem associados imediatamente a algo feminino e, da mesma maneira que ocorre com tudo que é feito por mulheres ou para mulheres, também sofreu com a condescendência usada para tratar dessas outras manifestações culturais, como as *boy bands* por exemplo (Cann, 2015; Gerrard, 2022). À misoginia intrínseca desse discurso junta-se ainda outro fator importante que contribui para reforçar um certo desprezo em relação às produções asiáticas, isto é, a xenofobia, que vai adquirir alguns traços específicos nesse caso como veremos adiante.

Nenhuma dessas noções corresponde à realidade. Afinal, assim como a indústria cultural de qualquer país, a coreana é um espaço de disputas, complexa e contraditória. Além do mais ela não existe apartada do mundo, mas é desde sempre um amálgama de influências. No entanto, nenhum desses discursos é surpreendente ou novo, na verdade estão dentro de uma lógica discursiva bastante antiga e tão poderosa hoje quanto foi no passado, isto é, do Orientalismo. Edward Said, no seu livro de mesmo nome, desenvolveu o conceito de orientalismo, demonstrando como o Ocidente criou discursivamente o Oriente como seu oposto. Nessa condição de "outro" ele se transforma em uma ficção de tudo que o Ocidente não é. Uma ficção que serve principalmente para reforçar uma concepção de superioridade moral que o Ocidente tem de si mesmo: civilizado, moderno, democrático, progressista. O Orientalismo se torna uma ferramenta de desumanização e subjugação, uma vez que o Oriente surge como um lugar estático e imutável no tempo, cultura e sociedade, estando sempre a reboque do Ocidente (Said, 2011, 2012). Não é difícil perceber a reprodução, consciente ou não, desse tipo de pensamento em discursos atuais sobre as produções asiáticas e seu sucesso. Apesar desse fenômeno já ter sido estudado em relação ao k-pop, especialmente dentro do contexto estadunidense (Gibson, 2019; San Diego, 2018) pouco foi analisado

como essa mesma retórica funciona aplicada à recepção do sucesso de outros produtos culturais sul-coreanos, sobretudo no Brasil.

Portanto, nesse texto será realizada uma análise da recepção dos k-dramas no Brasil, com foco em notícias e artigos de veículos tradicionais e sites de entretenimento (como Folha de SP, Estadão, UOL, Jacobin, Rolling Stone, Omelete). Que discursos são reafirmados e ao mesmo tempo construídos, não só sobre esse tipo de produção cultural sul-coreana, mas também o legado orientalista que acabam sendo perpetuados. Quais tipos de relação serão produzidos a partir desses discursos?

Com o sucesso cada vez maior de produções asiáticas numa escala global surge a possibilidade de outras narrativas que fujam da lógica ocidental e vão além daquelas forjadas sob o domínio da hegemonia cultural americana (Albuquerque & Cortez, 2015). Com isso há também o potencial para questionar os discursos e mitos propagados junto dessa hegemonia que são naturalizadas e se tornam verdades absolutas sobre o mundo. Porém, um maior interesse nessas produções não gera necessariamente um empenho similar em conhecer melhor a cultura e história daquela sociedade, suas disputas e contradições (Lyan, 2023). Isso só poderá acontecer caso a interação com essas produções rompa com os discursos orientalistas que ainda dominam a recepção dos k-dramas coreanos e das produções asiáticas em geral.

Referências

Albuquerque, A., & Cortez, K. (2015) Cultura pop e política na nova ordem global: lições do Extremo-Oriente. In S. P. de Sá, R. Carreiro, & R. Ferrara (Orgs.), *Cultura Pop* (pp. 247-268). Editora Edufba.

Cann, V. (2015). Girls and Cultural Consumption: 'Typical Girls', 'Fangirls' and the Value of Femininity. In H. Savigny, & H. Warner (Eds.), *The Politics of Being a Woman: Feminism, Media and 21st Century Popular Culture* (pp. 154-174). Palgrave Macmillan.

Durval, N., & Martins, P. (2022, julho 4) Por que doramas e k-dramas, as novelas conservadoras da Ásia, viraram febre no Brasil. *Folha de S. Paulo*. https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2022/07/por-que-doramas-e-k-dramas-as-novelas-conservadoras-da-asia-viraram-febre-no-brasil.shtml

Gerrard, Y. (2022). Groupies, Fangirls and Shippers: The Endurance of a Gender Stereotype. *American Behavioral Scientist, 66*(8), 1044–1059.

Gibson J. (2019). How K-pop Broke the West: An Analysis of Western Media Coverage from 2009 to 2019. *International Journal of Korean Studies, XXII*(2), 24-46.

Lyan, I. (2023). Shock and Surprise: Theorizing the Korean Wave Through Mediatized Emotions. *International Journal of Communication, 17*, 29-51.

Rosa, D. (2019). *O que os K-dramas querem?* [Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade Federal do Rio Grande do Sul].

Said, E. (2011). *Cultura e Imperialismo.* Companhia de Bolso.

Said, E. (2012). *Orientalismo: O Oriente como Invenção do Ocidente.* Companhia de Bolso.

San Diego, A. (2018) K-Pop Orientalism: US Cultural Imperialism in Korean Popular Music from 1954 to 2018 [Dissertação de mestrado, University of Alberta].

A revolução dos dados: um desafio para o jornalismo

Cláudia Vasvoncelos Silvestre
Helena Figueiredo Pina

Com o advento dos computadores e das novas tecnologias a quantidade de dados armazenada e processada é cada vez maior. O acesso a este grande volume de dados tem provocado grandes alterações na nossa sociedade, nomeadamente na forma como vivemos, trabalhamos e pensamos (Mayer--Schönberger & Cukier, 2013). Também têm influenciado tanto o modelo de negócio quanto a produção e a comunicação de notícias. Podemos dizer que atualmente vivemos numa sociedade orientada por dados (data-driven society), onde estes desempenham um papel crucial na tomada de decisão nas mais diversas áreas, como por exemplo, no meio político, empresarial ou social.

Embora a crescente utilização de bases de dados de grande dimensão acarrete novos desafios, também abre a porta para grandes oportunidades relacionadas com o processamento e a produção de informação. As técnicas tradicionais de análise de dados não são eficientes para extrair informação exata, precisa e em tempo útil destas grandes bases de dados. (Deep et al., 2022; Hariri 2019). Nesse sentido, têm sido desenvolvidas várias técnicas de

inteligência artificial, como a aprendizagem automática, o processamento de linguagem natural, a inteligência computacional e a extração de dados, com o objetivo de fornecer soluções que são mais rápidas, mais exatas e mais precisas para volumes maciços de dados (Chen et al., 2014).

E que dizer da área da comunicação? Compreender, analisar e comunicar esses dados com rigor, de forma acessível e compreensível para o público em geral é um desafio. Os jornalistas devem ser capazes de transformar dados em bruto em histórias significativas, infografias, ou visualizações que poderão ser interativas, simplificando informações complexas, mas sem comprometer o rigor, permitindo que o público as compreenda facilmente. Por isso, Marques e Brunet (2013) falam da necessidade de "jornalistas, artistas e outros profissionais da arte e comunicação" com capacidade de trabalhar com este imenso fluxo de dados (p. 49).

Embora já há muito que o jornalista usa informação numérica, torna-se, assim, evidente que para lidar com o atual fluxo de dados necessita de novos conhecimentos e habilidades, que no passado não eram relevantes para a prática da sua profissão. Num estudo que avalia o ensino do

Jornalismo, Heravi (2019) concluiu que a formação em jornalismo de dados não tinha uma forte base académica e que existem poucos instrutores com formação académica suficiente para ensinar esses programas interdisciplinares no sector do ensino superior.

Em Portugal a realidade é semelhante. E esta reflete-se nas redações, são poucas as que têm um jornalista de dados, e as que têm, a formação destes profissionais geralmente é feita de forma autodidata. Torna-se, deste modo, evidente a necessidade de formação especializada nesta área que é muito relevante a nível nacional (Bhaskaran et al., 2022).

Neste trabalho pretendemos fazer uma reflexão sobre o panorama do jornalismo de dados ou jornalismo orientado por dados (*data-driven journalism*) em Portugal, centrada numa perspetiva do ensino do jornalismo. Para avaliar a perceção quanto à pertinência desta área de especialização do jornalismo faremos também um estudo empírico com estudantes matriculados na licenciatura em Jornalismo da Escola Superior de Comunicação Social. Através da análise dos resultados iremos fornecer informação útil para tomar decisões futuras relacionadas com a oferta de cursos e programas de formação na nossa instituição que também poderá ser usada por outras instituições de ensino superior. Desta forma, esperamos contribuir para a constante adaptação do ensino de jornalismo. Ao divulgar as nossas conclusões, também pretendemos estimular a troca de conhecimento e boas práticas entre diferentes instituições de ensino superior, podendo até mesmo levar a colaborações ou iniciativas conjuntas.

Do impresso nas bancas às nuvens da web a relação do gênero crônica com os meios de comunicação no Brasil

Marco Aurelio Reis
Claudia de Albuquerque Thomé

Contemporaneamente a crônica é um gênero textual da literatura e do jornalismo brasileiros bastante presente na web. Escritores e jornalistas têm utilizado essa interface para compartilhar suas reflexões, observações e histórias do cotidiano de forma mais acessível e imediata. Na web, as crônicas são publicadas em diversas frentes, como blogs pessoais, sites de notícias, portais literários e até mesmo nas redes sociais digitais. Alguns autores têm seus próprios espaços virtuais, onde publicam regularmente suas crônicas, estabelecendo um vínculo direto com seus leitores.

Há também sites e comunidades online dedicados exclusivamente à publicação de crônicas. Essas plataformas permitem que criadores amadores ou desconhecidos tenham a oportunidade de divulgar seu trabalho e alcançar um público interessado. A web oferece uma grande variedade de possibilidades para a produção e leitura de crônicas. Os leitores podem acompanhar seus cronistas favoritos, explorar novos escritos, comentar e compartilhar as

crônicas que mais gostam. Essa interação entre escritores e leitores enriquece o gênero e contribui para sua continuidade e evolução na era digital.

Essa flexibilidade do gênero se deve ao fato de que uma das características marcantes da crônica no Brasil é a sua linguagem informal e coloquial. Os textos geralmente são escritos em primeira pessoa, em uma sujetividade que cria uma proximidade maior com o leitor e permite que o autor expresse suas opiniões de maneira pessoal. Além disso, a crônica na web também se beneficia da possibilidade de utilizar recursos multimídia, como fotos, vídeos, áudios e links, enriquecendo a experiência do leitor. Na web, a crônica também ganha uma dinâmica diferente em relação à crônica tradicional na cadeia tradicional dos meios de comunicação. Enquanto nas mídias impressas e analógicas a crônica é publicada em edições periódicas, na web os autores podem publicar suas crônicas a qualquer momento, sem a limitação do espaço físico. Isso proporciona uma maior liberdade criativa e flexibilidade de temas, permitindo abordar assuntos atuais e relevantes de forma rápida e direta.

Além disso, a interação entre autor e leitor é facilitada na web, por meio de comentários, compartilhamentos e curtidas. Isso possibilita um feedback imediato, estabelecendo um diálogo entre autor e leitor que pode enriquecer ainda mais a experiência da leitura da crônica. Em resumo, a crônica na web é um gênero textual presente e em constante evolução. Afinal, a crônica que chega à web é aquela que nasce em jornais brasileiros no século XIX: o texto inaugural com tais característica, de acordo com Afrânio Coutinho (1971, p. 112), é crônica publicada por Francisco Otaviano de Almeida Rosa (1825-1889) no Jornal do Commércio do Rio de Janeiro, na edição de 2 dezembro 1852. É a mesma crônica que posteriormente, já no século XX, é publicada na forma de coletâneas em livros, migra para o rádio e chega à televisão em diversas tipologias, do simplesmente lido ao encenado.

Portanto, a proposta do presente artigo, derivado de duas pesquisas de doutorado em Letras pela UFRJ, é traçar a relação da crônica com os meios de comunicação, passando dos jornais às emissoras de rádio, a chamada "Literatura de Ouvido" (Thomé, 2015). Dessas para as emissoras de televisão, no formato "Videoteratura" (Reis & Thomé, 2020; Távola, 1981) e desse meio para a Internet, na liberdade espacial e de publicação que lhe permite levar e tratar do "Cotidiano nas Nuvens" (Reis, 2015).

Usando a metodologia "Estudo de Caso" (Yin, 2001) e como procedimento metodológico a proposta de análise do cronismo na televisão intitulada "Videoteratura" (Reis & Thomé, 2017), busca-se contribuir para história do jornalismo e da literatura brasileira, bem como para os estudos do gênero textual crônica, já chamada de "a cidade feito letra" (Portella, 1958) e de "literatura ao rés do chão" (Candido, 1980) por sua relação com o espaço urbano e sua simplicidade encantadora.

Referências

Candido, A.(1980). *A Vida ao Rés-do-chão.* Ática.

Coutinho, A. (1971). *A literatura no Brasil.* Editorial Sul Americana.

Portella, E. (1958). *Dimensões I.* Tempo Brasileiro.

Reis, M. A., & Thomé, C. (2017). Videoteratura - Uma proposta de análise do cronismo na televisão. *Linguagens – Revista de Letras, Artes e Comunicação, 11*(3), 564-585.

Reis, M. (2015). O Subúrbio feito Letra: o cotidiano da periferia em crônicas ácidas e carnavalizadas [Tese de doutorado, Universidade Federal de Juiz de Fora].

Távola, A. (1981). A crônica na televisão: de Rubem ao Saltimbanco. *Jornal O Globo,* p. 30

Thomé, C. (2015). *Literatura de ouvido: crônicas do cotidiano pelas ondas do rádio.* Appris.

Thomé, C., & Reis, M. (2020). Videoteratura como estratégia do telejornalismo: um olhar epistemológico sobre produtos das emissoras TV Globo e Globonews. Em M. Passos, & M. Yuri (Orgs), *Narrativas midiáticas contemporâneas: epistemologias dissidentes.* Catarse.

Yin, R. K. (2001). *Estudo de caso: planejamento e métodos.* Brookman.

Mesa 5: Narrativas transmídia e estruturas complexas

Mesa 5: Narrativas transmedia y estructuras complejas

Vicente Gosciola
Teresa Piñeiro-Otero
Coordenadores

O Videocast 360° como Novo Gênero do Audiovisual Imersivo de Não-Ficção

Carolina Gois Falandes
Denis Renó

As tecnologias digitais têm impulsionado transformações significativas em setores estratégicos da produção de conteúdos, como os de Entretenimento, Publicidade, Esporte e Jornalismo. A consolidação da Internet, em especial, deu origem a um novo sistema de comunicação, apoiado em redes, pelo qual transitam diferentes atores – *prosumers*, *streamers*, *influencers* e *podcasters*, por exemplo –, responsáveis pelo aumento exponencial de informações que podem ser consumidas na contemporaneidade. A reboque desse cenário, regido pela lógica de plataformas cada vez mais convergentes, desponta a necessidade de reconfigurações das formas tradicionais de bens culturais.

É o caso da televisão, que tem se adaptado diante da ascensão dos dispositivos inteligentes, investindo na divulgação de conteúdos para múltiplas telas em programas de diversos segmentos, inclusive de natureza jornalística. Veículos de imprensa televisivos vêm experimentando linguagens inovadoras para seguir paradigmas da cibercultura (Lévy, 1998). Uma delas é a implementação de *QR Codes* para fomentar a interatividade do espectador,

direcionando-o – por meio de marcadores gráficos nas imagens – até narrativas complementares hospedadas em sites e outros espaços virtuais, condução configurada como experiências de segunda tela. Apesar de o uso desse tipo de elemento visual no suporte televisivo ser debatido na literatura há algum tempo (Calixto, 2016; Angeluci et al., 2017), ganhou novo fôlego na área da informação com a pandemia de COVID-19, ocasião em que sua adoção tornou-se comum em variadas instâncias, como nos ramos de alimentação e saúde (Cartes-Barroso, 2022).

Na esteira desse raciocínio, a presente proposta discute a utilização do *QR Code* enquanto mecanismo para oferecer ao telespectador vídeos 360°, modalidade imagética que eleva a um novo patamar à aproximação do público com a realidade noticiosa, possibilitando a ilusão de estar presente no local dos acontecimentos (Pérez-Seijo & López-García, 2019). Práticas jornalísticas brasileiras baseadas na integração entre narrativas esféricas e a televisão são avistadas desde 2015, encabeçadas por emissoras como Globo, SBT e Rede TV (Mello Silva & Yanaze, 2019), mas, nos últimos anos, observa-se uma diminuição expressiva da disseminação desses projetos a nível internacional, o que se estende à situação de mídias informativas exclusivamente *on-line* (Falandes & Renó, 2022b; López Hidalgo et al., 2022). Pesquisas têm apontado algumas justificativas para esse quadro, como a preferência das empresas jornalísticas por vídeos efêmeros do *TikTok* em relação às peças 360° (Sidorenko-Bautista, De La Casa & Cantero de Julián, 2020), o fato de o formato esférico não ser encarado algo prioritário (Melo & Menezes, 2020) e a falta de uma linguagem consolidada dessas produções (Falandes & Renó, 2022a).

Paralelamente a esse momento de estagnação, percebe-se que a Record TV (Brasil) permanece apostando na tecnologia 360° e em sua confluência com a televisão e demais plataformas (Falandes & Renó, 2022a). Considerando

tal perspectiva, este estudo se concentra no exame de produtos lançados pelo departamento de jornalismo da emissora apoiados em imagens esféricas, "Viagem ao Continente Gelado" e "Maratona de Jerusalém", de 2023, que se destacam por explorar um novo gênero do audiovisual imersivo de não-ficção, o *videocast 360°*. Trata-se de estética inspirada nas premissas do *podcast* e do *videocast*, formas culturais de entretenimento que têm recebido maior atenção recentemente. Em termos metodológicos, a investigação é classificada como um estudo de casos múltiplos (Yin, 2018), pautado na interpretação da estrutura transmidiática das reportagens especiais – com ênfase nas escolhas referentes à linguagem 360° –, além do alicerce de entrevistas concedidas por profissionais da Record TV ligados aos projetos. Para a revisão bibliográfica, são articuladas contribuições relacionadas à convergência no ambiente televisivo, interatividade, telejornalismo e suas conexões com narrativas imersivas.

Dentre os resultados, cabe realçar que as obras avaliadas evidenciam arranjos distintos. "Viagem ao Continente Gelado" revela-se uma produção mais multifacetada, com cinco episódios e uma chamada para TV, além de *podcast*, *videocast 360°*, diário de bordo multimídia e *reel* (Instagram) como conteúdos extras na *web* anunciados via *QR Codes* durante a exibição das reportagens televisivas. Já "Maratona de Jerusalém" abarca somente quatro produtos: uma matéria na TV, *podcast*, peça de divulgação no Instagram e *videocast 360°*, este último o único indicado por meio de marcador gráfico na televisão.

A título de conclusão, acrescenta-se o *videocast 360°* ao leque de possibilidades existentes no campo das produções esféricas de não-ficção, a exemplo dos documentários imersivos. Mais um modelo narrativo para pensar essa gramática emergente.

Referências

Angeluci, A. C. B., Calixto, G. M., Bevilaqua, L. M., Bernardini, G., & Gobbi, M. C. (2017). QRcode, hashtag or audio watermark? A case study on second screening. *Multimedia Tools and Applications*, *76*(5), 7519-7534. http://dx.doi.org/10.1007/s11042-016-3417-z

Calixto, G. M. (2016). *A interoperabilidade nos sistemas de televisão digital interativa* [Tese de Doutorado, Universidade de São Paulo - USP].

Cartes-Barroso, M. J. (2022). Audiovisual journalism and technological innovation: The QR codes on Spanish television. *VISUAL REVIEW - International Visual Culture Review / Revista Internacional de Cultura Visual*, *11*(4), 1–13. https://doi.org/10.37467/revvisual.v9.3687

Falandes, C. G., & Renó, D. P. (2022a). Immersive Multi-Screen Journalistic Narratives: A Study on 360-Degree Language in the Context of the COVID-19 Pandemic. *Interactive Film and Media Journal*, *2*(4), 57-65. https://doi.org/10.32920/ifmj.v2i4.1675

Falandes, C. G., & Renó, D. P. (2022b). Narrativas inmersivas durante la pandemia de Covid-19: Un análisis de videos 360 grados en YouTube. *Revista Panamericana de Comunicación*, *4*(1), 84–97. https://doi.org/10.21555/rpc.v4i1.2554

Lévy, P. (1998). A Revolução contemporânea em matéria de comunicação. *Revista Famecos*, *5*(9), 37-49.

López Hidalgo, A., Méndez Majuelos, I., & Olivares-García, F. (2022). El declive del periodismo inmersivo en España a partir de 2018. *Revista Latina de Comunicación Social*, (80), 15-27. https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1536

Mello Silva, E., & Yanaze, L. K. H. (2019). Telejornalismo imersivo: aspectos históricos e conceituais da narrativa imersiva na televisão brasileira. *Discursos Fotograficos*, *15*(26), 142-170.

Melo, R. de A., & Menezes, A. S. (2020). Realidade Virtual em 360º e Inovação: Potencialidades e ausências nos portais Correio 24 horas e NE10. *Revista Mídia E Cotidiano*, *14*(3), 219-242. https://doi.org/10.22409/rmc.v14i3.38738

Pérez-Seijo, S., & López-García, X. (2019). Narrativas inmersivas aplicadas al relato no ficción: elementos que contribuyen a generar la ilusión de presencia. *Textual & Visual Media*, *1*(12). https://textualvisualmedia.com/index.php/txtvmedia/article/view/217

Sidorenko-Bautista, P., Herranz de la Casa, J. M., & Cantero de Julián, J. I. (2020). Use of New Narratives for COVID-19 Reporting: From 360º Videos to Ephemeral TikTok Videos in Online Media. *Tripodos*, *1*(47), 105-122. https://doi.org/10.51698/tripodos.2020.47p105-122

Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: design and methods* (6a ed.). SAGE.

Mark Fisher e os espectros de uma revolução derrotada em Disco Elysium

Rodrigo Fernandez
Fabrício Lopes da Silveira

Disco Elysium – D.E., a partir daqui – é um RPG eletrônico baseado em texto desenvolvido e publicado em 2019 pela ZA/UM Studio. Um ano após o lançamento, já havia recebido uma série de prêmios, sendo destacado pela revista Time como um dos dez jogos mais importantes da década. O roteiro da versão final do jogo possui, ao todo, cerca de 1.2 milhão de palavras. A trama se passa em Martinaise, um pequeno e pobre distrito de Revachol – cidade que já fora capital do mundo e, posteriormente, palco de uma revolução que deu origem à Comuna de Revachol. Oito anos depois, o exército de uma coalizão internacional destruiu boa parte do local e tomou posse da cidade. Desde então, os rastros da revolução derrotada e de um futuro perdido permanecem nas paredes da cidade e no imaginário de todos os personagens com quem o jogador irá se deparar. Martinaise é, hoje, uma ruína de algo que deveria ter sido: antes uma cidade pujante, inspiradora e à frente deseu tempo; hoje, uma vizinhança abandonada pelo governo da Coalizão, tomada por uma atmosfera pós-apocalíptica e por habitantes que, via de regra, vagam desesperançosos,

abandonados e tomados por um forte senso de impotência e conformismo. Na trama, o protagonista – um investigador outrora renomado, mas agora afundado em um alcoolismo decorrente da perda de sua ex-companheira –, é enviado a Martinaise para investigar um assassinato com prováveis ligações à política interna do local. Ao longo do jogo, os dramas pessoais do personagem principal se misturam com descobertas sobre criptídeos, tradições religiosas antigas, supostas assombrações que levam empresas à falência, dispositivos que abrem fendas no espaço-tempo, nostalgia, música eletrônica, teorias raciais e discussões sociopolíticas.

O ponto de partida deste trabalho é a percepção de um horizonte possível de cruzamentos e sobreposições entre a obra do filósofo e crítico cultural britânico Mark Fisher e questões que concernem ao campo da Comunicação, tal como delineia Silveira (2023). D.E. se revela assim um caso exemplar. O que se busca fazer aqui, portanto, é um breve exercício exploratório e qualitativo, traçando paralelos e esboçando uma análise que evoca e tensiona conceitos caros à obra de Fisher, em um processo de associação entre o contato atento ao objeto empírico e uma pesquisa de cunho bibliográfico – nos termos de Telles e Assumpção (2022). Importa-nos investigar como certos aspectos da obra fisheriana podem ser observados em parte da construção literária, visual, sonora e lúdica de uma narrativa complexa como D.E.

Nossa preocupação fundamental diz respeito à dimensão fantasmática do universo do jogo. Em Martinaise, o tempo parece irremediavelmente fora dos eixos – out of joint, como propõe Derrida (1993), ao citar ostensivamente, em Espectros de Marx, um trecho de Hamlet. O teórico britânico se apropria do conceito derridiano de ‘espectrologia’ ao propor que uma ‘ontologia da assombração’ se pauta no axioma de que o espectro é algo que nunca está plenamente presente: ele não é algo em si, mas demarca uma relação com

algo que "não é mais ou ainda não é" (Fisher, 2012, p. 19, grifo do autor). Há de se pensar, portanto, de que modo a província de Martinaise vive em uma configuração histórico-política não apenas permeada, mas essencialmente determinada pelo realismo capitalista (Fisher, 2020) e atravessada pelos espectros (Fisher, 2012, 2022; Derrida, 1993) de uma revolução derrotada e de uma possibilidade que nunca foi efetuada, muito embora siga, virtualmente, afetando cada personagem e se inscrevendo em cada parede de Revachol. Paralelamente, como forma de melhor descrever as particularidades do objeto que tratamos, algumas outras categorias de Fisher nos são relevantes e podem ser exploradas: são elas, essencialmente, os desenvolvimentos tardios da obra do autor sobre ficções weird ou eerie (Fisher, 2017) e a presença do que chama de gothic flatlines (Fisher, 2018), tendo em mente o potencial de agência, no mundo de D.E., de objetos inanimados, de uma comunicação não-humana e de uma perspectiva não-antropocêntrica na construção do universo em questão, pautando-se, talvez, por uma Ontologia Orientada aos Objetos, como propõe Kłosiński (2021).

Referências

Derrida, J. (1994). *Espectros de Marx: O Estado da dívida, o trabalho do luto e a nova Internacional*. Relume-Dumará.

Fisher, M. (2012). What Is Hauntology? *Film Quarterly, 66*(1), 16–24. https://doi.org/10.1525/fq.2012.66.1.16

Fisher, M. (2017). *The Weird and the Eerie*. Repeater.

Fisher, M. (2018). *Flatline Constructs: Gothic Materialism and Cybernetic Theory-Fiction*. Exmilitary.

Fisher, M. (2020). *Realismo Capitalista: é Mais Fácil Imaginar o fim do Mundo do que o fim do Capitalismo?* Autonomia Literária.

Fisher, M. (2022). *Fantasmas da Minha Vida: Escritos Sobre Depressão, Assombrologia e Futuros Perdidos*. Autonomia Literária.

Kłosiński, M. (2021). The Object Gives Rise to Thought: Hermeneutics of Objects in DiscoElysium. *Baltic Screen Media Review, 9*(1), 56–66. https://doi.org/10.2478/bsmr-2021-0006

Silveira, F. L. da. (2023). Mark Fisher e as teorias da Comunicação: aproximações teórico-metodológicas . *INTERIN, 28*(1), 225-244 . https://lume.ufrgs.br/handle/10183/254041

Telles, M., & Assumpção, D. (2022). Pesquisa Bibliográfica na Comunicação. In L. Wottrich & N. M. do Rosário (Orgs.), *Experiências Metodológicas na Comunicação* (pp. 144–156). Pimenta Cultural.

O instante em The Last of Us

Giovani Pereira Santos

Considerando o estudo de Leo Charney acerca do instante em seu trabalho *Num instante: o cinema e a filosofia da modernidade* no qual o autor destaca a complexidade do instante e sua relação direta com o cinema no período moderno. Objetiva-se neste artigo analisar o instante no Jogo Eletrônico *The Last of Us* e, a partir desta análise, propor uma discussão sobre como as narrativas contemporâneas de jogos eletrônicos se apresentam, permitindo ao interator em um breve instante, vivenciar uma experiência marcante por meio de uma narrativa densa com personagens psicologicamente complexos e possibilidades de aprofundamentos de outros mundos por outras mídias a partir dos recursos transmidiáticos. Para tanto, procede-se à pesquisa bibliográfica juntamente com a análise do objeto audiovisual. Desse modo, observa-se que o instante no qual cita Leo Charney se apresenta em *The Last of Us* como possibilidades de aprofundamentos de mundos e personagens, o que permite concluir que o jogo entrega ao interator a possibilidade de vivenciar uma experiência marcante, dependendo da atenção dispensada ao objeto.

Contextualização da Temática do Artigo

Leo Charney em seu estudo *Num instante: o cinema e a filosofia da modernidade* contextualiza a complexidade e representatividade de se experimentar um instante de forma sentir a sua presença, vivendo-o por completo. Segundo (Charney, 2004, p. 317),

> A experiência da sensação forte possibilita a vivência de um instante, tanto por meio de uma intensidade de sensações que indica uma presença imediata, quanto por meio da diminuição de intensidade pela qual o instante contrasta com aquele menos intenso que o sucede.

Charney em seu estudo destaca a perspectiva de Martin Heidegger em "Ser e Tempo" no qual indica que o instante é reconhecido "No instante da visão", ou seja, para Heidegger, segundo (Charney, 2004, pp. 319-320),

> A cognição do instante e a sua sensação nunca podem habitar o mesmo instante. [...] A sensação de deriva do presente podia ser parcialmente redimida caso fossem valorizadas as respostas sensoriais, corporais e pré-racionais que retêm a prerrogativa de ocupar um instante presente.

Já na perspectiva de outro teórico Walter Benjamin, (Charney, 2004, pp. 320-321), destaca os estudos de Benjamin em "Trabalho das Passagens", trabalho que foi escrito em forma de fragmentos e que destacou a imagem como a melhor opção para percepção imediata do instante, o que Benjamin nomeou de "O Agora de reconhecibilidade".

Por fim, (Charney, 2004, pp. 325-326), destaca o instante na Perspectiva de Jean Epstein que argumentou acerca do instante como um encontro onde passado e futuro se colidem. Epstein chamou este momento sensorial de fotogenia – fragmentos fugazes de experiência que forneciam prazer de um

modo que o espectador não conseguia descrever verbalmente ou racionalizar cognitivamente.”Deslocamento de Espaço e Tempo”.

Assim, dada esta percepção moderna de que o presente é um instante que está sempre em movimento, indo embora e que a imagem e projeção do movimento oferece o laço mais próximo com o real, (Charney, 2004, pp. 331-332), argumenta que “o presente esvaziado abriu um espaço para a atividade do espectador. A experiência surgiu nesse espaço esvaziado – e foi definida por ele – por meio do afastamento do presente em relação a si mesmo.”

A partir desta contextualização que Leo Charney realiza em seus estudos sobre o instante na modernidade e a relação entre o presente e o cinema, propõe-se analisar com base nesta perspectiva complexa do instante, como *The Last of Us*, um objeto audiovisual contemporâneo em formato de Jogos Eletrônicos provoca a possibilidade de permitir ao espectador/interator vivenciar uma experiência marcante de cognição do instante e a sua sensação.

Conclusão

Janet Murray em sua obra *Hamlet no Holodeck – o futuro da narrativa no ciberespaço* na medida em que realiza um abrangente estudo sobre as possibilidades do audiovisual no *Holodeck*, propõe a reflexão sobre se adotar a utilização de todos os sentidos e atenção possíveis diante das produções audiovisuais contemporâneas. Segundo a autora, “Precisamos aprender a prestar atenção ao leque de possibilidades oferecidas a nós, interatores, nos mundos aparentemente sem fim da narrativa digital” (Murray, 2003, p. 93).

Após esta breve análise sobre a narrativa digital em formato de jogos eletrônicos *The Last of Us*, o que se percebe é que cada vez mais as produções audiovisuais optam por utilizar os recursos narrativos disponíveis e não trabalhar somente na perspectiva do espetáculo e do espetacular, mas dando-se

a oportunidade de aprofundar os personagens e seu mundos elucidando perspectivas psicológicas para os mesmos e, por meio deste movimento, permitir ao interator participar do processo, quando se fala em narrativas em formatos de Jogos eletrônicos, vivenciando juntamente com os personagens os desfechos da narrativa e sua própria experiência enquanto participante do processo.

Referências

Charney, L. (2004). *Num instante: o cinema e a filosofia da modernidade*. En L. Charney, & V. Schwartz (Orgs.), *O cinema e a invenção da vida moderna* (pp. 317-334). Cosac & Naify.

Murray, J. H. (2003). *Hamlet no Holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço*. UNESP.

Do youtuber ao influenciador digital que ensina: imagem de si de Felipe Castanhari em diferentes plataformas digitais

Laryssa da Costa Gabellini
Maurício João Vieira Filho

"Animador, apresentador, diretor, criador do Nostalgia e Mundo Mistério", essa é sequência de atribuições com as quais Felipe Castanhari se descreve em suas plataformas digitais. O animador 3D começou sua trajetória nesses espaços conectivos como youtuber em 2012, de forma improvisada, em seu quarto, como cenário, publicando vídeos sobre atrações infantis de seus tempos de criança. Logo as postagens se expandiram para outros interesses — games, animações, análise de produções virais, busca por Easter eggs e "teorias da conspiração" cinematográfica (filmes que seriam conectados, informações escondidas no cenário) e outros elementos da cultura pop-nerd. Em 2016, já com mais de 3 milhões de inscritos, o youtuber decidiu ousar com um documentário de 1h20 sobre Adolf Hitler. Naquele mesmo ano, ele ainda publicaria uma produção sobre a Guerra Fria e outra sobre a Ditadura Militar. Hoje com mais de 14,7 milhões de inscritos, 442 vídeos e quase 1 bilhão e meio de visualizações, o Nostalgia se descreve com a promessa:

"Ensinando e divertindo. Vídeos novos quando possível, coisas boas levam tempo". O influencer também está presente em outras plataformas, nas quais expressa suas opiniões sem, no entanto, expor em excesso sua vida pessoal. Quando pensamos na dimensão exponencial de um perfil em uma plataforma de conteúdo, temos, a partir das funcionalidades e affordances daquele espaço, uma gama de possibilidade de nos colocarmos enquanto indivíduos e compartilharmos, caso o perfil seja público, ideias, pensamentos e discussões por meio desses espaços. Entretanto, há que se respeitar a própria linguagem do ambiente imersivo. Conforme o conceito de "ciberespaço", de Lévy (1999, p. 17 como citado Silva, 2014, p. 02), o ambiente virtual seria a relação que permite a comunicação entre computadores e, consequentemente, a troca de informações entre os indivíduos que navegam nesse espaço, facilitando para que ações do cotidiano social pudessem ser agregadas ao digital. Pode-se afirmar, que as redes sociais são formadas por dois elementos básicos: os atores sociais e as conexões. Os atores são os participantes, e as conexões são os laços sociais existentes entre eles. Para que essa relação exista de alguma forma, precisamos da interação (Recuero, 2020). Nessa configuração a interatividade começa a ter uma atuação na criação de laço sentimental nas redes que são criadas a partir da utilização das plataformas, expandindo e criando uma noção de influência, independente da plataforma em que você está. Nesse sentido, Shirky (2011) defende que a maior vantagem das redes é a possibilidade de conexão entre pessoas. Mas, será que somos os mesmo e representamos as mesmas performatividades em diferentes espaços sociais? Quais seriam os acionamentos que fazemos a partir das ampliações ou limitações das linguagens em cada plataforma e do que queremos comunicar em cada um desses espaços conectivos? Diante dessas questões levantadas temos como objetivo deste trabalho apreender as construções das imagens de si de Felipe Castanhari

em diferentes espaços plataformizados nos quais se estabelece como produtor de conteúdo audiovisual. A proposta metodológica une a perspectiva indiciária com vistas a articular indícios essenciais desse fenômeno, que comporão nosso corpus, à problematização (Braga, 2008). A partir do conceito de "ethos", advindo da retórica aristotélica e pensado no âmbito discursivo, esta investigação avança pelo entendimento trazido por Maingueneau (2008) e Charaudeau (2011) de que o ethos é uma construção dada nos discursos a partir das interações que geram influência sobre o outro e só pode ser assimilada em uma situação de comunicação. Cabe considerar que, apesar da nossa vontade ou não, sempre se constrói uma imagem de si no discurso que pode ou não atingir a expectativa pretendida nos interlocutores, isto é, "o ethos visado não é necessariamente o ethos produzido" (Maingueneau, 2008, p. 16). Trata-se, pois, de um cruzamento de olhares, como trouxe Charaudeau (2011), no qual quem comunica pressupõe que o outro lhe apreenda de tal forma. Portanto, o ethos "é uma construção de si para que o outro adira, siga, identifique-se a este ser que supostamente é representado por um outro si-mesmo idealizado" (Charaudeau, 2011, 153). Vale apontarmos, desde já, que a mobilização do conceito consiste em um gesto operacional para perceber as imagens de Felipe Castanhari construídas em várias plataformas. Logo, não nos proporemos a realizar uma análise discursiva das situações elencadas, mas perceber as imagens construídas por Castanhari.

Referências

Braga, J. L. (2008). Comunicação, disciplina indiciária. *MATRIZes, 1*(2), 73-88. https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v1i2p73-88

Charaudeau, P. (2011). *Discurso político* (2nd ed.). Contexto.

Maingueneau, D. (2008). A propósito do ethos. In A. R. Motta, & L. Salgado (Orgs.), Ethos discursivo (pp. 11-29). Contexto.

Recuero, R. (2020). *Redes sociais na internet.* Editora Sulina.

Shirky, C. (2011). *A cultura da participação: Criatividade e generosidade no mundo conectado.* Zahar.

Silva, E. (2014). Ciberespaço e Cibercultura: Definições e Realidades Virtuais Inseridas na Práxis do Homem Moderno. *Só Pedagogia*. https://www.pedagogia.com.br/artigos/ciberespaco_cibercultura/index.php

Podcasts como experiência estética interacional no contexto de narrativas transmídia e estruturas de controle

Laan Mendes de Barros
Daniela Borges de Oliveira
Bernardo Fontaniello

Trazemos para este artigo tensionamentos entre estruturas de controle e manipulação e estruturas de mobilização social, entre exploração mercadológica e construção de identidade, entre alienação e engajamento, presentes na sociedade midiatizada contemporânea, que tem nas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) um poderoso aparato de ordenação e estruturação econômica, social e política. Propomos um exercício dialético no estudo do uso dos serviços de *streaming* na circulação e consumo de bens simbólicos, com especial atenção ao universo dos *podcasts* de natureza jornalística. Para tanto, buscamos articular comunicação e experiência estética, cultura e política, produção de sentido e reconhecimento, na identificação e problematização de mobilizações possíveis dentro da dominação capitalista e da hegemonia de empresas na sociedade em rede. Analisamos produções comunicacionais feitas por mulheres, como "partilha do sensível", proposta por Rancière (2009) e experiências estéticas, plenas de estesia, que constroem

um "*sensus communalis*", como conceitua Parret (1997), mesmo em ambientes regidos por algoritmos. Contrapõe a existência de monitoramento de dados dos usuários na era da plataformização aos formatos de *podcasts* que dão voz a pautas minoritárias, feministas e negras, em relações de afeto e resistência.

O aparato teórico aqui acionado transita entre textos sobre experiência estética (Rancière, 2009; 2012; Ricœur, 1991; 2006; Parret, 1997), cibercultura (Castells, 2013), estruturas complexas da comunicação (Dominici, 2020) e narrativas transmídia (Gosciola, 2012). A empiria fica por conta de breves análises dos *podcasts Mamilos* e *Conversa de Portão*, em um recorte que traz a mulher como sujeito de fala e a experiência de escuta como atividade sensível de reconhecimento e mobilização, em um cruzamento entre estética e política.

O texto está organizado em quatro seções, respectivamente: a) panorama sobre o fenômeno do *podcasting* nas dinâmicas comunicacionais da sociedade midiatizada; b) breve discussão sobre a plataformização com foco no mercado de *podcasts*, os serviços *streaming* em destaque no tratamento deste formato e a atuação dos algoritmos nessas plataformas; c) reflexão sobre controle político-econômico, "partilha do sensível" e reconhecimento no universo da cibercultura; d) breve análise, a título de ilustração, de dois *podcasts* que são produzidos e majoritariamente consumidos por mulheres.

Assim, investimos na possibilidade de que as dinâmicas criadas pelo uso de multiplataformas de *streaming* na circulação de conteúdos jornalísticos possam ser pensadas nos confrontos entre poder e contrapoder, nas disputas entre instituições e movimentos, pois as relações entre comunicação e experiência estética podem ser pensadas como campo de confronto e dissenso. Como argumenta Manuel Castells (2013, p.10), "as relações de poder são constitutivas da sociedade porque aqueles que detém o poder constroem as instituições segundo os seus valores e interesses". E esse poder é exercido,

segundo o autor, “por meio da coerção”, mas também “pela construção de significado na mente das pessoas, mediante mecanismos de manipulação simbólica” – algo que coloca a mídia como elemento estruturante dos jogos de poder. É, pois, nessa dialética de poder das instituições e contrapoder dos movimentos que buscamos aqui discutir o *podcast* enquanto comunicação, afeto e política.

Referências

Castells, M. (2013). *Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet.* Zahar.

Dominici, P. (2020). A complexidade da comunicação. A comunicação da complexidade. *Matrizes, 14*(2), 15-39.

Gosciola, V. (2012). Narrativa transmídia: conceituação e origens. In C. Campalans, D. Renó, & V. Gosciola (Orgs.), *Narrativas Transmedia: entre teorías y prácticas* (pp. 7-14). Ed. Universidad del Rosario.

Parret, H. (1997). *A estética da comunicação: além da pragmática.* Ed. Unicamp.

Rancière, J. (2009). A partilha do sensível: estética e política. Ed. 34.

Rancière, J. (2012). *O espectador emancipado.* WMF Martins Fontes.

Ricœur, P. (1991). *O si-mesmo como um outro.* Papirus.

Ricœur, P. (2006). *Percurso do reconhecimento.* Loyola.

Cuando los personajes salen de los libros: narrativa transmedia y ruptura de la lógica ficcional en la promoción de Antihéroes, de Iria Parente y Selene Pascual

María Hernández Rodríguez

Esta propuesta de comunicación pretende analizar cómo, gracias a la transmedialidad, se puede producir una ruptura de la lógica ficcional (o *metalepsis*), lo cual influye en la recepción del libro por parte de los lectores.

El libro objeto de estudio es *Antihéroes*, escrito por las autoras españolas Iria G. Parente y Selene M. Pascual y publicado en 2018. Durante su promoción, las autoras adoptaron una estrategia innovadora utilizando la red social Twitter como plataforma principal. A través de una serie de tweets ingeniosamente diseñados, simularon la existencia real de los personajes del libro y crearon una narrativa complementaria que trascendía los límites de la obra impresa.

Para analizar los tweets publicados por las autoras, se utilizarán ejemplos que demuestren la ruptura de la lógica ficcional. Estos tweets hacen referencia a localizaciones reales y presentan conversaciones por WhatsApp o correo electrónico, creando la ilusión de que los personajes y su historia

existen fuera del libro. Esta estrategia desafía las convenciones tradicionales de la ficción al mezclar el mundo ficticio con el mundo real, creando así una experiencia inmersiva y participativa para los lectores.

La narrativa transmedia desempeña un papel fundamental en esta estrategia de promoción. Para su análisis, se recurrirá a una selección de estudios teóricos relevantes, como los trabajos de Bechmann Petersen (2006), Klastrup y Tosca (2004), Jenkins et al.(2006) y Scolari (2009). Estos enfoques teóricos permitirán comprender cómo la promoción del libro en las redes sociales constituye una narración en sí misma, que se convierte en una extensión del relato principal (la novela) y que enriquece la experiencia global del lector.

Por otro lado, el análisis de la ruptura de la lógica ficcional se basará en las teorías de Tomás Albaladejo (1986), Genette (1983, 1998) y, en particular, de Alfonso Martín Jiménez (2015, 2015a, 2016). Estas investigaciones proporcionan un marco conceptual para comprender cómo se produjo la ruptura de la lógica ficcional en la promoción de *Antihéroes* y explorarán los diferentes mecanismos textuales utilizados para lograrlo.

Las conclusiones de este estudio se enfocarán en resaltar el impacto del enfoque transmedia en la promoción de *Antihéroes* y en la participación activa de los lectores. Se espera demostrar que la estrategia implementada generó un alto nivel de *engagement* por parte del público, como se evidencia en la participación de los lectores respondiendo a los tweets de Parente y Pascual y en el mayor número de ratings y comentarios en la plataforma Goodreads en comparación con las obras anteriores publicadas por las autoras.

En resumen, este estudio se propone analizar las estrategias propias de la narrativa transmedia para producir una ruptura de la lógica ficcional en la promoción de *Antihéroes*, de Iria G. Parente y Selene M. Pascual. Se espera que esta comunicación aporte nuevas perspectivas acerca del uso conjunto

de relatos transmediales y la ruptura de la lógica ficcional en el panorama literario actual.

Referencias

Albaladejo Mayordomo, T. (1986). *Teoría de los mundos posibles y macroestructura narrativa*. Universidad de Alicante.

Bechmann Petersen, A. (2006). Internet and cross media productions: Case studies in two major Danish media organizations. *Australian Journal of Emerging Technologies and Society, 4*(2), 94-107.

Genette, G. (1989). *Figuras III*. Lumen.

Genette, G. (1998). *Nuevo discurso del relato*. Cátedra.

Jenkins, H., Purushotma, R., Clinton, K., Weigel, M., & Robison, A. (2006). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. The John D. and Catherine McArthur Foundation

Klastrup, L. & Tosca, S. (2004). Transmedial Worlds: Rethinking Cyberworld Design. *Proceedings of the International Conference on Cyberworlds 2004, IEEEE Computer Society.*.

Marín Jiménez, A. (2016). Mundos imposibles: autoficción. *Actio nova*, *0,* 161-195. https://doi.org/10.15366/actionova2016.0.010

Martín Jiménez, A. (2015). A theory of impossible worlds (Metalepsis). *Castilla. Estudios de Literatura, 6*, 1- 40. https://revistas.uva.es/index.php/castilla/article/view/262

Martín Jiménez, A. (2015a). *Literatura y ficción. La ruptura de la lógica ficcional.* Peter Lang.

Scolari, C. A. (2009). Transmedia storytelling: Implicit consumers, narrative worlds, and branding in contemporary media production. *International Journal of Communication, 3*, 586-606. http://ijoc.org/ojs/index.php/ijoc/article/view/477/336

Apuesta por la Comunicación de la Ciencia con Poker de transmedia: Tik Tok, Spotify, Youtube e Instagram. Del C.A.H.C.T.U.S.S. C.I.J.E. para el Acceso Universal del Conocimiento

Jorge Sadi Durón

Encontrar casos en que la comunicación de la ciencia, entendida como el dialogo de saberes entre científicos y comunidad que recibe el beneficio del conocimiento y lo amplifica con sus aportaciones legado de su cultura. No es fácilmente observable. Al menos desde la comunicación usamos la mirada interdisciplinaria de la complejidad, para encontrar un Centro de investigación que involucra a la comunidad y su ecosistema local en todo aspecto biopsico-social. Es parte de la búsqueda por la sust*entabilidad social.*

Esta observación se registra desde la acción discursiva radiofónica, y después se amplió a la mediática. Lo que permitió visibilizar que en el CIJE no sólo se hacía divulgación de la ciencia en sus propias redes, sino que, en las investigaciones de cada miembro del cuerpo académico, se apoyaban con los conocimientos empíricos de la comunidad. Este intercambio de saberes permitió que se desarrollase comunicación de la ciencia.

A partir de ahí, desde la Facultad de Ciencias políticas y Sociales de la Universidad Autónoma de Coahuila, (FCPYS) entramos a participar como parte de esa comunidad. Nos apoyamos construyendo un equipo de trabajo en forma de comunidad emergente de conocimiento local para la divulgación de la ciencia y la cultura. Trabajando con un proyecto de capsulas de biodiversidad para radio fm y para podcast, a partir del contenido que ya se generaba para Instagram en forma de infografías. Este proyecto contempla el trabajo en equipo interdisciplinario de estudiantes, docentes, administrativos de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de sus tres licenciaturas: Sociología, Comunicación y Ciencia Política, y de los trabajadores profesionales de Radio Universidad, del Sistema Universitario de Radio (SUR) de la Universidad Autónoma de Coahuila (UAdeC).

A partir de ese momento se desarrolla una sinergia y se genera desde el CIJE en la convocatoria de comunicación, con responsable técnico al Dr. Jorge Sadi. Este trabajo pretende mostrar uno de los productos y estructuras que se han desarrollado a raíz de la interdisciplina y la comunicación de la ciencia. A partir del modelo de la acción discrusiva radiofónica hasta la mediatica y transmediatica. Que dio paso al Centro de Acceso Universal del Conocimiento CAHCTUSS-CIJE, y a un proceso de construcción de conocimiento universal y mediado entre científicos, academicos, técnicos, y sociedad en general.

Teoría.

A partir de la acción discursiva radiofónica para la divulgación de la ciencia que tiene 3 niveles, interpersonal, mediático y transmediático o de internet. Con a la epistemología constructivista (Piaget,1998) Y que permite la interacción de científicos y no científicos, así como profesionales de diversas áreas, tantas como los preconstruidos necesarios para desarrollar una

racionalidad comunicativa, que nos lleve a un discurso-acción. Para permitir que, dentro del entorno social, podamos construir productos auditivos que traspasen las capas de conocimiento.

Generando así una integración y diferenciación y equilibración (García, 2000). Pensando en la lógica de prioridades tanto del emisor como de las audiencias. A partir de la mediación y mediatización, pensada desde un campo, subsistemas y habitus de organización social, técnica, científica y comunitaria. Hacia una construcción entre los diversos agentes, que permita que la transmedialidad sea una realidad y no sólo un cúmulo de plataformas. (Sadi, 2022, pp. 20-21)

La interacción de lo humano con la máquina (hardware) y con lo digital (software), que permite transportar casi todo a la virtualidad del lenguaje hipertextual, nos coloca en un camino dónde debemos entender la mediación técnica del sujeto humano hacía lo no humano (objetos), pero se debe superar la división tajante de un determinismo material por el objeto o una funcionalidad neutral del objeto.

Las relaciones (mediaciones) entre humanos y no humanos son muchas, muy intrincadas e íntimas, que no deben distinguirse sino integrarse en una socialización que incluya ambos (Latour, 1998).

La acción discursiva radiofónica, propone crear comunidades emergentes de conocimiento. Éstas son integradas por expertos de diversas áreas: en comunidades emergentes de conocimiento (Sadi et al., 2022, p. 175).

Referencias

Aguirre Joya, J. A., Encina Arroyo, C. T., Sadi Durón, J. (2022). Viesca en Acción: Acceso Universal al Conocimiento y la Biodiversidad a través de la Ciencia, Arte, Tecnología y Humanidades. Proyecto Conacyt-Fordecyt. *CienciaAcierta, 18*(72).

García, R. (2000). *El conocimiento en construcción.* Gedisa

Latour, B. (1998). De la mediación técnica: filosofía, sociología, genealogía. En M. Domenéch, & F. Tirado (Coords.), *Sociología simétrica. Ensayos sobre ciencia, tecnología y sociedad* (pp. 249-302). Gedisa.

Piaget, J. (1998). *La equilibración de las estructuras cognitivas. Problema central del desarrollo.* Siglo XXI Editores. .

Sadi Durón, J. (2022). Interdisciplina y construcción de comunidades emergentes de conocimiento para la divulgación de la ciencia a través de medios comunitarios. p13-38. En J. Sadi, C. N. Aguilar, & J. A. Aguirre (Coords.), *Viesca en Acción: ideas interdisciplinarias para la sociedad, acceso universal al conocimiento.* Comunicación Científica SA de CV. México.

As estratégias transmídia na comunicação do Tribunal de Justiça do Rio Grande do Norte

Francisco das Chagas Sales Júnior
Ubiratam Nascimento Alencar

O Tribunal de Justiça do Rio Grande do Norte foi fundado em 1º de julho de 1892 (Tribunal de Justiça do Rio Grande do Norte, 2022). Atualmente, de acordo com o Conselho Nacional de Justiça, o TJRN é considerado um tribunal de pequeno porte, responsável pela administração do Poder Judiciário do Rio Grande do Norte. A instituição conta com um tribunal pleno composto por 15 desembargadores, uma Câmara Criminal e três Câmaras Cíveis. A estrutura conta 55 comarcas, 45 juizados e 167 varas. São 233 magistrados e 1.789 servidores que fazem parte do judiciário potiguar (TJRN, 2023).

Nesse contexto, surgiu o questionamento sobre as estratégias de comunicação das ações realizadas pelo Poder Judiciário do Rio Grande do Norte. A pergunta-chave foi: Quais são os principais canais de comunicação utilizados pelo TJRN? A partir disso, surgiram outras perguntas: Quais são as estratégias transmídia utilizadas para a integração desses canais? Quais os resultados alcançados a partir da implementação desses processos comunicacionais?

Metodologia

Para realizar esta pesquisa, foi realizado um estudo de caso (Yin, 2001) com os principais canais de divulgação externa de informações sobre o TJRN. Para isso, também foram realizadas pesquisa bibliográfica (Stumpf, 2012) e análise documental (Moreira, 2012), além de consultas ao site oficial, redes sociais e arquivos de vídeos do tribunal.

Resultados e discussões

No Tribunal de Justiça do Rio Grande do Norte a unidade responsável pela comunicação institucional é a Secretaria de Comunicação Social, que planeja e gerencia os serviços das áreas de jornalismo, relações públicas e cerimonial, publicidade e webdesign. Entre as principais atribuições está a elaboração e planejamento da comunicação social, além da assistência às diferentes unidades administrativas e judiciárias, referentes "à produção e divulgação de campanhas de interesse público, internas e externas" (TJRN, 2023).

A Comunicação Social do TJRN conta com cinco principais canais voltados para a divulgação externa de informações do Judiciário Potiguar: 1) Programas de TV, exibidos por 11 emissoras parceiras do tribunal; 2) Webrádio, hospedada no site do TJRN, e com programas exibidos em 120 emissoras parceiras; 3) Portal de Notícias, com reportagens sendo publicadas diariamente no site; 4) Perfis nas redes sociais digitais mais acessadas no Brasil, como *Facebook, Twitter* e *Instagram;* 5) Transmissões ao vivo das sessões e eventos do tribunal no *YouTube* (TJRN, 2023).

Com isso, verifica-se que o Tribunal de Justiça do Rio Grande do Norte utiliza em suas ações o conceito de Comunicação Integrada. Lupetti (2007, p. 15) explica que esse tipo de comunicação "estabelece uma política global,

em função da existência de coerência entre os programas estabelecidos nas comunicações institucional, administrativa, interna e mercadológica, além de evitar as sobreposições de tarefas". Para Kunsch (2003, p. 164), nesse caso, a comunicação institucional se torna "a responsável direta, por meio da gestão estratégica das relações públicas, pela construção e formatação de uma imagem e identidade corporativas fortes e positivas de uma organização".

Ao utilizar diversos canais de forma integrada, o TJRN se utiliza de estratégias transmídia para marcar presença nos ambientes digitais e também nas mídias tradicionais como Rádio e TV. Jenkins (2008, p. 36) ressalta que "as novas tecnologias midiáticas permitiram que o mesmo conteúdo fluísse por vários canais diferentes e assumisse formas distintas no ponto de recepção". O autor destaca ainda que com o uso dos novos dispositivos, os ecossistemas midiáticos viram florescer novos ambientes marcados por lógicas diferentes daquelas que foram estabelecidas pelos meios anteriores.

Considerações final

A partir da análise das ações de comunicação institucional do TJRN, verifica-se a integração dos canais responsáveis pela divulgação de informações do Judiciário Potiguar ao público externo. O que contribui para a efetivação da transparência das atividades do tribunal. Também é possível observar a implementação de estratégias transmídia, uma vez que o conteúdo produzido é multiplataforma e apresenta uma padronização da linguagem e no discurso da instituição.

Referências

Jenkins, H. (2008). *Cultura da convergência.* Aleph.

Kunsch, M. M. K. (2003). *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada.* Summus.

Lupetti, M. (2007). *Gestão estratégica da comunicação mercadológica.* Thompson Learning.

Moreira, S. V. (2012). Análise documental como método e como técnica. In J. Duarte, & A. Barros (Orgs.), *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. Atlas.

TJRN. Sobre o Poder Judiciário do RN. Natal, 2023. https://www.tjrn.jus.br/poder-judiciario-do-rn/

Tribunal de Justiça do Rio Grande do Norte. (2022). *130 anos do TJRN: Do papel a justiça 4.0*. https://assets.tjrn.jus.br/tjrn-site/ucgxzjqyzk-livro-130-do-poder-judiciario-do-rn-2022.pdf

Stumpf, I. R. C. (2012). Pesquisa bibliográfica. In J. Duarte, & A. Barros (Orgs.), *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.* Atlas.

Yin, R. K. (2001). *Estudo de caso; planejamento e métodos.* Bookman.

Fan Labor, cultura participativa, cultura colaborativa e novas tecnologias: uma abordagem sobre a complexidade na comunicação e os desafios do direito autoral e da propriedade intelectual

Guilherme Guimarães Martins

Na contemporaneidade, a cultura participativa e a cultura colaborativa ganham destaque com o avanço da conectividade digital e de novas tecnologias, permitindo que os indivíduos participem ativamente na produção e circulação de conteúdos inspirados e originados a partir de produtos e obras pré-existentes. Dentro deste contexto, o fan labor (ou trabalho de fã, em tradução livre) emerge como uma prática importante, na qual os fãs contribuem ativamente para o desenvolvimento, divulgação e transformação das obras culturais às quais cultuam.

No entanto, essa forma de participação e colaboração enfrenta desafios legais relacionados aos direitos autorais e à propriedade intelectual, exigindo uma reflexão aprofundada e uma compreensão dos aspectos complexos da comunicação que envolvem tais relações. Essa questão, sempre permeada de discussões irresolutas ao longo das últimas décadas, levanta também outras

reflexões quando se inclui no debate novas tecnologias que vêm surgindo, como a inteligência artificial, mais especificamente ferramentas como o Chat GPT.

A popularização da internet, tornando-a mais acessível nas últimas duas décadas, somada a essas novas tecnologias têm transformado, significativamente, a forma como produzimos, consumimos e participamos da cultura que ocorre nos ambientes digitais. Paralelamente a isso, há dois fenômenos cada vez mais relevantes: a cultura participativa e a cultura colaborativa; que surgem como mecanismos de produção e difusão de criações que se valem de obras e produtos previamente concebidos, atravessando questões legais e jurídicas de autoria.

Nessa nova dinâmica cultural, os fãs não são mais meros consumidores passivos, mas atuam como agentes ativos, participantes e colaborativos, que se engajam na criação, produção e disseminação de conteúdo relacionado às obras e franquias que mais amam e cultuam. Essas práticas de envolvimento ativo e criativo são conhecidas como fan labors, mas também podem ser entendidas e vistas como crimes de propriedade imaterial ou material (como apropriação intelectual ou artística, usos indevidos de direitos autorais e outras violações aos direitos de autor, patentes, marcas e outros ativos intangíveis protegidos por lei).

É verdade que, por outro lado, as culturas participativa e colaborativa expandem os limites da produção cultural, possibilitando que uma gama diversificada de indivíduos contribua para a criação e circulação de conteúdo de forma orgânica, voluntária e espontânea, beneficiando empresas, marcas e franquias que, muitas vezes, veem isso de maneira positiva. Essa abertura e democratização da produção cultural têm implicações profundas tanto para os fãs quanto para os criadores e a indústria do entretenimento como um todo.

No entanto, a compreensão desse fenômeno requer uma análise complexa que leve em consideração diversos aspectos inter-relacionados.

As teorias da complexidade na comunicação se apresentam como uma ferramenta analítica promissora para entendermos a cultura participativa e colaborativa dentro desses novos contextos, que passaram e ainda passam por profundas alterações, sobretudo nos últimos 10 anos. A complexidade é inerente aos sistemas sociais, culturais e comunicacionais, envolvendo múltiplos atores, interações dinâmicas e novos padrões e significados. A partir de uma perspectiva complexa, podemos compreender a interdependência entre a participação ativa dos fãs, a colaboração entre os diferentes atores e a emergência de novas formas de comunicação e criação cultural.

Além disso, é essencial abordar a questão do direito autoral e da propriedade intelectual nesses contextos. As práticas de fan labor, embora ainda sejam uma expressão genuína de amor e devoção dos fãs aos universos ficcionais, podem entrar em conflito com os direitos autorais estabelecidos, tanto no Brasil quanto no resto do mundo, levantando questões importantes sobre a legitimidade e os limites dessas práticas. Nesse sentido, é necessário refletir sobre como o sistema legal existente pode ser repensado a fim de acomodar as culturas participativa e colaborativa, bem como os fan labors provenientes delas, garantindo um equilíbrio entre os direitos dos criadores e a liberdade de expressão e participação dos fãs.

Para compreendermos de forma mais aprofundada essas questões, este artigo tem como objetivo explorar os conceitos de fan labor, cultura participativa, cultura colaborativa e teorias da complexidade na comunicação, bem como investigar algumas das teorias desenvolvidas por Edgar Morin, Vincent Colapietro e Henry Jenkins e suas respectivas relevâncias para o estudo dos processos culturais e compreensão dos temas supracitados. Também pretende-se

examinar os desafios enfrentados pelo direito autoral e pela propriedade intelectual diante desse novo cenário cultural.

Interações sem fronteiras: a superficialidade da instantaneidade nas relações humanas.

Guilherme Coleti Tavares
Osvando José de Morais

Do neandertal ao nativo digital as interações se modificaram e evoluíram. Na atualidade, com a expansão da internet e sua virtualidade, as fronteiras interacionais se retraíram devido ao ciberespaço (Lévy, 1999). As conexões e o estreitamento das relações entre os indivíduos sociais foram facilitadas, ampliando seus diálogos entre diferentes pessoas do mundo contemporâneo, com as suas mais diversas culturas e hábitos sociáveis. Neste contexto, o forjamento das diferentes redes sociais no cotidiano humano possibilitou a constituição de novas formas de convivências sociais baseadas no âmbito online. No entanto, as relações criadas e desenvolvidas na virtualidade obtiveram um impacto direto no convívio físico dos usuários destas mídias e, principalmente, na estabilização e continuidade de relações a longo prazo devido a instantaneidade estabelecida pelas interações digitais.

Metodologia: Para cumprir os objetivos deste trabalho, optou-se por utilizar o estudo de caso de caráter exploratório, adotando procedimentos

hermenêuticos de análise como interpretação e entendimento (Gadamer, 2005), realizando leituras aprofundadas em torno das relações desenvolvidas, no âmbito das interações no núcleo virtual e midiático. Diante disso, a teoria da cultura da conexão e a modernidade líquida (Bauman 2001) será discutida no contexto de uma sociedade intrinsicamente conectada no espaço físico e virtual.

Resultados: É necessário salientar que a tecnologia estreitou e ampliou a conectividade entre as pessoas e proporcionou uma nova percepção no desenvolvimento das relações e da sociedade em rede (Castells, 1999) entretanto, o seu impacto no âmbito físico pode gerar incongruências na revelação de uma nova formação e duração entre os convívios físicos dos seres sociais, impactando diretamente o comportamento e abordagem diante de diferentes interações. Diante disso, a digitalização e virtualização das interações desenvolvidas nas redes sociais são um fator interligado na construção de um novo SER interacional.

Discussão: As redes sociais desempenham um papel de extrema importância na sociedade, o processo tecnológico e a evolução da mídia possibilitou a criação de diferentes redes sociais com suas mais diversas propostas de interação, baseadas em várias junções como imagens, texto, áudios, reações, ou seja, as diferentes combinações inseridas por esses meios digitais proporcionaram uma nova narrativa no estabelecimento de novas interações, em que se tornou ainda mais possível a troca de ideias, referências e compartilhamentos de diversos conteúdos, em um curto espaço de tempo, fator esse que coincidiu no desenvolvimento da instantaneidade das relações humanas.

Conclusão: As redes sociais desempenham um papel fundamental na elaboração e na continuidade das relações humanas, entretanto, o seus diferentes atributos e funcionalidades estão se atualizando de maneira mais rápida, gerando um impacto na maneira como o usuário utiliza essa mídia,

logo o SER que interage no digital tem a necessidade de acompanhar a evolução tecnológica e suas atualizações em curto prazo, criando um nível de instantaneidade na sua forma de lidar com o mundo físico e interferindo de forma direta nas interações formalizadas no âmbito físico social.

Referências

Bauman, Z. (2001). *Modernidade líquida*. Zahar.

Castells, M. (1999). *A sociedade em rede*. Paz e Terra.

Gadamer, H. G. (2005). *Verdade e Método.* Editora Universitária S.Francisco.

Lévy, P. (1999). *Cibercultura*. Editora 34.

A mimetização da narrativa jornalística em conteúdos desinformativos checados pelo Coletivo Bereia

Victor Vincíus de Santana Palmeira
Fabiana Piccinin

Este artigo propõe uma análise da estrutura narrativa dos conteúdos desinformativos que circularam em portais religiosos no período eleitoral de 2022 a partir de checagens do Coletivo Bereia, uma agência especializada em temas e personagens religiosos. No universo das religiões brasileiras, o crescimento de movimentos conservadores no cristianismo, especialmente dos evangélicos[1], refletiu-se na participação em espaços como a política, o judiciário e a mídia[2]. No jornalismo, veículos que se apresentam a partir de um posicionamento editorial identificado com o segmento religioso mesclam

1. Segundo o IBGE, no Censo de 2010 os evangélicos somavam 42 milhões de pessoas (22,1% da população brasileira). Em 1970, o grupo contava com 4,8 milhões adeptos (5,2%). Em 40 anos, os evangélicos cresceram quase 900% (Cunha, 2004). No mesmo período, os católicos enfrentaram uma queda de 91,8% para 64,6% (Agência IBGE Notícias, 2012).
2. A Frente Parlamentar Evangélica (FPE) no Congresso Nacional é composta por 26 dos 81 senadores (32%) e 220 dos 513 deputados (43%) (Câmara dos Deputados, 2023). No judiciário, podemos citar a existência da Associação Nacional de Juristas Evangélicos (ANAJURE).

"narrativas teológica e factual" e interpretam, "por uma matriz religiosa, acontecimentos do espaço público e da ordem da laicidade (Leitão, 2017, p. 16), dando roupagem jornalística à pautas morais e dogmáticas, e à defesa de interesses políticos, ideológicos e religiosos do grupo (Cunha, 2004). Esta adoção da retórica jornalística nos portais de conteúdo religiosos se complexifica especialmente no contexto da desinformação, onde conteúdos são forjados, adulterados, criados e distribuídos, sem conexão com a verdade, para legitimar discursos que tentam fragilizar os princípios democráticos (Mello, 2020; Rêgo, 2021). Na contemporaneidade, o fim dos grandes relatos de legitimação (Lyotard, 2009), próprios do que se tem denominado como pós-verdade (Cárcova, 2018), e a liquidez das relações sociais (Bauman, 2011) resultam na fragilização do saber científico para explicar o mundo, sendo substituído por outras narrativas, como a religiosa. Nesta pesquisa, a narrativa é definida como um esforço linguístico de organização do mundo diante da impossibilidade de tradução literal do real. A narrativa jornalística emerge como uma construção factual da realidade, para produzir os efeitos de real (a objetividade) e de ficção (subjetividades) no público (Motta, 2008), e seu principal produto – a notícia – desponta como uma produção de sentidos através do relato dos fatos (Alsina, 1993; Lage, 2001). Por outro lado, as notícias falsas e fraudulentas, resultantes da desinformação, mimetizam o formato jornalístico e seu espaço de legitimação através do uso de estratégias de objetivação (Tuchman, 2016), e veiculam visões marcadamente subjetivas de mundo como se fossem fatos (D'Arcadia & Carvalho, 2020; Gomes, 2009). Em razão disso, busca-se, neste artigo, responder à pergunta: Como os elementos da narrativa jornalística são utilizados por conteúdos desinformativos veiculados em portais religiosos? Propomos como objetivos: 1) estudar a Narrativa no campo jornalístico; 2) conceituar e entender o fenômeno da Desinformação nos portais religiosos;

3) identificar a relação entre a narrativa dos portais religiosos cristãos e o jornalismo. Para tanto, utilizaremos a Análise da Narrativa com uma etapa quantitativa que busca elencar padrões de repetição nos seguintes tópicos: Tema; Origem temporal do conteúdo; Origem geográfica; Recursividade audiovisual; Elementos da narrativa jornalística (Tuchman, 2016); Personagens; Origem do conteúdo checado (site). Entendemos que, embora os materiais de análise não sejam necessariamente publicados por um mesmo veículo, eles possuem um contexto em comum: a circulação entre um grupo que compartilha o mesmo regime de crença. Os dados serão organizados em planilhas. Na sequência, uma análise qualitativa olhará para as tensões estabelecidas entre a proposta de um jornalismo que busca a objetividade enquanto, em sua práxis, parte de um recorte subjetivo da realidade (Resende, 2011). Buscaremos, nesta etapa: Recompor a intriga (o acontecimento jornalístico); Identificar os conflitos; Esquadrinhar a construção das personagens; Identificar estratégias comunicativas; Identificar as Metanarrativas (Motta, 2008). O *corpus* da análise é composto por 26 checagens realizadas pelo Bereia entre agosto e outubro de 2022, período de campanha eleitoral. Consideraremos apenas aquelas rotuladas como desinformação e publicadas em portais religiosos (que se intitulam nas abas institucionais como "cristão", "evangélico", "gospel", etc.). Previamente, é possível aferir que os conteúdos checados adotaram uma interpretação maniqueísta do mundo no pleito eleitoral e, pela retórica jornalística, buscaram veicular a metanarrativa de que o mal vence o bem.

Referências

Alsina, M. R. (1993). *La construcción de la noticia*. Ediciones Paidós Iberica.

Bauman, Z. (2011). *Modernidade Líquida.* Zahar.

Câmara dos Deputados. (2023). *Frente Parlamentar Evangélica do Congresso Nacional.* https://www.camara.leg.br/internet/deputado/frenteDetalhe.asp?id=54477

Cárcova, C. M. (2018). Sobre o conceito de pós-verdade. *Anamorphosis. 4*(1), 5-16.

Agência IBGE Notícias. (2012, 29 de junho). *Censo 2010: número de católicos cai e aumenta o de evangélicos, espíritas e sem religião*. https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/14244-asi-censo-2010-numero-de-catolicos-cai-e-aumenta-o-de-evangelicos-espiritas-e-sem-religiao

Cunha, M. do N. (2004). *Vinho novo em odres velhos. Um olhar comunicacional sobre a explosão gospel no cenário religioso evangélico no Brasil* [Tese de Doutorado, Universidade de São Paulo - USP].

D'Arcadia, J. G. C. F. S. & Carvalho, J. M. (2020). *Rupturas estruturais e desinformação: o perijornalismo como instrumento de mimetização noticiosa.* [Trabalho apresentado]. 18º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo.

Gomes, W. (2009). *Jornalismo, fatos e interesse: ensaios de teoria do jornalismo*. Insular.

Lage, N. (2001). *Ideologia e Técnica da Notícia.* Insular.

Leitão, A. P. B. (2017). *Valores-notícia e enquadramentos de ação coletiva no maior portal evangélico do Brasil: o caso Eduardo Cunha no Gospel Mais* [Dissertação de Mestrado, Universidade de Brasília].

Lyotard, J. (2009). *A condição pós-moderna*. Edições José Olympio.

Mello, P. C. (2020). *A máquina do ódio: notas de uma repórter sobre fake News e violência digital*. Companhia das Letras.

Motta, L. G. (2008). A Análise Pragmática da Narrativa Jornalística. In C. Lago, & M. Benetti (Orgs.), *Metodologia de Pesquisa em Jornalismo*. Editora Vozes.

Rêgo, A. R. (2021). A construção intencional da ignorância na contemporaneidade e o trabalho em rede para combater a desinformação. *Reciis (Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde), 15*(1), 221-232.

Resende, F. (2011). *Às desordens e aos sentidos: a narrativa como problema de pesquisa* [Trabalho apresentado]. Anais do XX Encontro da Compós.

Tuchman, G. (2016). A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In N. Traquina (Org), *Jornalismo: questões, teorias e estória* (pp. 111-131). Editora Insular.

Mesa 6: Ecologia dos meios, design e mercado

Mesa 6: Ecología de los medios, design y mercado

Alberto Dafonte
Lucilene Gonzales
Dorival Rossi
Coordenadores

Kotas: o empacotamento de streaming no Brasil sob o viés da economia compartilhada

Larissa Oliveira
Daiana Sigiliano
Eutália Ramos

Este texto é um primeiro passo para compreender como as plataformas de empacotamento de serviços *online* utilizam-se do *streaming* para propor aos consumidores a lógica da economia compartilhada, tanto através dos seus *sites*, como das redes sociais digitais (Twitter, Facebook e Instagram). Primeiro passo porque trata-se de uma pesquisa de cunho exploratório, que traz para o campo da Comunicação a discussão do empacotamento do *streaming*, neste momento, na perspectiva da economia compartilhada e arqueologia das mídias.

O *streaming* faz parte do nosso cotidiano, seja para ouvir músicas e *podcasts*, ou assistir filmes e séries. Nos habituamos ao fato de poder acessar o conteúdo em qualquer lugar - até mesmo em modo *offline*. De acordo com Arditi (2021), essa realidade não mudará tão cedo, pois o serviço modifica o modo como consumimos cultura (possibilitando um consumo sem fim) e a estrutura do capitalismo (coletando dados e monetizando). Com isso, deixamos de possuir para assinar um sistema de distribuição digital que gera economia. Com uma vasta disponibilidade de plataformas para assinar no Brasil e no

mundo, deu início o que ficou conhecido como guerra dos *streamings*; um esforço para desbancar os serviços líderes do mercado e ganhar destaque nacional e/ou internacional. No entanto, enquanto as empresas brigam pelo poder, os consumidores têm diversas possibilidades de conteúdo em diferentes plataformas de *streaming*, gerando dúvidas individuais e coletivas sobre qual a melhor plataforma para assinar.

É neste cenário que se insere o conceito da economia compartilhada, que se pauta em assinantes que possuem o mesmo interesse em algum serviço e se dispõem a dividir com outros (Belk, 2013; Botsman & Rogers, 2011). Numa tentativa de economizar e aproveitar os benefícios de cada assinatura, presenciamos a criação de *sites* que empacotam assinaturas dos serviços de *streaming* (áudio e audiovisual). *Kotas*, *Meegu* e *SplitFee* são sites e/ou empresas criadas há menos de oito anos e se estruturam de formas distintas, disponibilizando também assinaturas de programas, jogos, entre outros. Decidimos analisar o *Kotas* neste estudo, visto que é o site de empacotamento mais completo dos três.

Inicialmente buscamos entender como as plataformas brasileiras se inserem ou configuram um mercado de empacotamento de serviços de *streaming* no país. Fizemos um levantamento de aplicativos e *sites* que possuíam a premissa de unir filmes e séries, de qualquer gênero audiovisual, e chegamos a três lógicas de funcionamento: a Economia Compartilhada, o Protocolo de Televisão por Internet (Internet Protocol Television ou IPTV) e a Pirataria. Optamos pelo foco na Economia Compartilhada por acreditar que se aproxima das pesquisas que temos desenvolvido, no que diz respeito aos quesitos de competência midiática dos interagentes que desejam economizar compartilhando assinaturas.

Fizemos uma revisão da literatura sobre o conceito de economia compartilhada e investigamos tanto o *site* quanto as redes sociais do Kotas a partir das metodologias de análise da arquitetura operacional e análise de redes sociais. Percebemos que tanto no *site* como nas redes sociais, o Kotas possui dificuldade em assegurar que os dados pessoais dos clientes estão salvos por normas rígidas de privacidade e que não há possibilidade de vazamento. Esta questão e o que o Kotas tem a oferecer foram o que mais se presentificaram nas análises. A arquitetura informacional do *site* e as redes sociais não possuem inovação de conteúdo ou questionamentos que emancipem o interagente. Acreditamos que por ser um recurso novo, o público carece de dificuldades para entender o funcionamento.

Para o futuro, pretendemos continuar a pesquisa focando nos comentários das postagens do Kotas, que à primeira vista mostraram um baixo nível de alfabetização midiática, além de aprofundamento na questão do empacotamento de *streaming* no Brasil.

Referências

Arditi, D. (2021). *Streaming Culture: Subscription Platforms And The Unending Consumption Of Culture*. Emerald Publishing Limited.

Belk, R. (2014). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, *67*(8), 1595-1600. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.10.001

Botsman, R., & Rogers, R. (2011). *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Bookman.

Envelhecimento da mulher sem preconceito e o prisma da sororidade

César Augusto Sampaio
Lucilene dos Santos Gonzales

A era digital tem impulsionado mudanças comportamentais no sentido de popularizar o debate público para várias questões sociais, através de uma avalanche de mídias e informações que instituem outras formas de pensar, ser e agir. São tempos em que predomina uma cultura mais participativa, assentada na troca de saberes constantes e numa maior mobilização cívica pelas mídias sociais. Fala-se muito em feminismo, machismo, racismo, sexismo, porém, não se nota a mesma relevância quando o assunto é idadismo, ageísmo ou etarismo. Metodologicamente, o artigo tem caráter de revisão bibliográfica e documental, a partir de uma pesquisa exploratória sobre a temática, numa época em que indícios apontam para o recrudescimento do fenômeno da velhofobia. Neste ano de 2023, por exemplo, uma mulher de meia-idade, caloura num curso de graduação de biomedicina, foi vítima do etarismo por parte de jovens estudantes de uma universidade particular de Bauru (SP). Como se vê, é urgente rever ideias ultrapassadas sobre velhice (sobretudo da mulher) que ainda continuam bastante reinantes no meio social. Assim, o objetivo é problematizar o

envelhecimento feminino, propondo o conceito de sororidade como forma de fortalecimento das mulheres diante do patriarcado capitalista. Inicialmente, será abordada a questão do ageísmo – e seus correlatos idadismo e etarismo – mostrando que a preocupação sobre o assunto tem despertado a atenção dos principais órgãos internacionais de caráter humanitário, como a Organização das Nações Unidas (ONU) e a Organização Mundial da Saúde (OMS). E, mais recentemente, surgiu também a Age Platform Europe (AGE), uma rede europeia de entidades sem fins lucrativos voltada para defender os interesses das pessoas com mais de 50 anos. É certo que se vive numa sociedade patriarcal, machista e misógina, mas quando o preconceito é de uma mulher para com outra, a questão se torna mais grave. E foi o que aconteceu no caso supracitado, em que jovens meninas estudantes debocharam e ofenderam a sua companheira de sala simplesmente por ela ser uma pessoa mais velha. Fato é que os dois lados desse enredo são vítimas de uma mesma ideologia opressiva, situação que exige um olhar macrossocial envolvendo o próprio sistema capitalista, o qual costuma invalidar as qualidades das pessoas que envelhecem, ao inculcar valores pautados no novo, na obsolescência e no descartável. Em que o tempo de vida das mulheres é contabilizado a partir do âmbito da sua utilidade biológica enquanto durar o seu ciclo reprodutivo. Diante dessas considerações, o artigo postula então que a saída está no resgate da sororidade, termo que evoca uma solidariedade político coletiva crítica para enfrentar as injustiças de gênero impetradas pelo capitalismo opressor, o qual divide as mulheres com base no princípio individualista do neoliberalismo. Longe daquele espírito do "cada uma para si" e de decisões individuais, é por meio da união entre as mulheres que se deve atuar em defesa das causas que as afligem. Em síntese, trata-se da tomada de consciência de que, apesar das mulheres serem maioria da população, são as normas masculinas que regem a sociedade. Até porque

bell hooks (2000) vê a sororidade como uma emancipação da mulher, capaz de promover mudanças profundas em todos as esferas da vida, do político, do social, cultural e do cotidiano. E nessa conjuntura, defende-se finalmente que a mídia, os veículos de comunicação, bem como a publicidade, não podem ficar de fora, pois são canais de comunicação por onde sentidos são produzidos e passam a ser veiculados no meio social.

Referência:

hooks, b. (2000). *Feminism Is for Everybody: Passionate Politics*. Pluto Press.

Dale - Controladoras MIDI: Utilizando o design thinking e estudo de mercado para atendimento de necessidades de iniciantes brasileiros em discotecagem

Cainã Brinatti Guari
Dorival Campos Rossi

O mercado de equipamentos para discotecagem - que envolve uma grande gama de eletrônicos como CDJs, controladoras MIDI (Music Instrument Digital Interface - protocolo de comunicação padrão entre instrumentos musicais digitais), fones de ouvido, sintetizadores, entre outros - tem crescido a cada ano. Segundo o relatório da SB Wire, de 2019, a expectativa era que esse mercado vendesse por volta de US$575 milhões até o fim de 2022 e tem a projeção de alcançar US$680 milhões em vendas até 2025. O mercado brasileiro, por outro lado, tem sofrido com a alta constante do dólar e a necessidade de importação desses produtos, com isso, eles têm se tornado cada vez mais caros ao público brasileiro, que em sua maioria não possui alto poder aquisitivo e acaba não tendo acesso aos mesmos. As controladoras MIDI, que são os equipamentos que um DJ se utiliza para remixar músicas e construir toda uma ambiência em seus shows, são importantes instrumentos de entrada para os iniciantes

na discotecagem, porém, mesmo tendo os menores preços dentre os muitos equipamentos, ainda são inacessíveis economicamente à esse tipo de público, que, num geral, ainda não sabe se pretende alçar carreira como DJ profissional ou ter a prática como um hobby, portanto, também não possui interesse em investir altos valores logo no início.

Dessa forma, surge o projeto 'DALE - Controladoras MIDI', uma alternativa brasileira que pretende ser economicamente acessível ao público iniciante em discotecagem se utilizando da filosofia Maker, do conceito de hardware e software abertos e da fabricação digital como forma de baratear os custos de produção. Se utilizando da tecnologia aberta do Arduino como base para a construção de seu hardware, o intuito é baratear e abrir novas possibilidades para um instrumento que pode ser muito explorado por seus usuários. Aliado a esses conceitos, a junção da metodologia dos livros Design Thinking: Uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias, de Tim Brown de 2010 e Estratégia de User Experience (UX): Técnicas de estratégia de produto para criar soluções digitais inovadoras de Jaime Levy de 2021, buscam compreender quais são as reais necessidades do público em questão, realizando estudos profundos em análise de mercado, análise de concorrência, entrevistas semi-estruturadas com especialistas e iniciantes em discotecagem, desenvolvimento de personas, entre outras etapas de descoberta. Estudos esses que fazem parte do primeiro dos quatro princípios da metodologia de Levy apresentada em seu livro: Estratégia de negócios; Inovação de valor; Pesquisa de usuário validada e UX sem complicações.Todas essas etapas questionam a validade de novas ideias e faz com que projetos ganhem uma dimensão da realidade tendo seu propósito muito claro, a fim de fazer com que o usuário final seja ouvido e tenha suas necessidades atendidas.

Com a pesquisa de mercado e validações com usuários finais, o objetivo é utilizar a fabricação digital como ferramenta principal para o desenvolvimento de um protótipo funcional de alta fidelidade que possua uma licença Creative Commons para que o projeto possa ser lançado no mercado brasileiro e ganhe visibilidade pela sua disseminação no meio da discotecagem, ganhando corpo como uma marca brasileira sólida no futuro.

Referências

Brown, T.(2010). *Design Thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias.* Elsevier.

Global DJ equipment market 2018 - 2025: Analysis, Size, Share, Growth, Industry report. (2023, July 07). Recuperado de http://www.sbwire.com/press-releases/global-dj-equipment-market-2018-2025-analysis-size-share-growth-industry-report-1114882.htm

Levy, J.(2021). *Estratégia de UX: Técnicas de estratégia de produto para criar soluções digitais inovadoras.* Novatec Editora Ltda.

Publicidade em Jogos Digitais alinhada aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

Missila Loures Cardozo
Marina Jugue Chinem
Daniela Urbinati Castro

Esta pesquisa preliminar tem como objetivo levantar as recentes iniciativas de publicidade voltadas para o engajamento de públicos em ambientes digitais, com enfoque nas temáticas sustentáveis. Busca contribuir para a promoção da sustentabilidade em jogos digitais, alinhada com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) estabelecidos pela ONU. Esses objetivos abrangem desafios ambientais, políticos e econômicos urgentes que o mundo enfrenta atualmente. Dessa forma, surge a seguinte indagação: quais são as possibilidades de utilizar a publicidade em jogos digitais para promover temáticas sustentáveis?

O objetivo desta pesquisa é identificar como a publicidade pode se inserir em jogos digitais com temática sustentável, jogos estes que possam ser utilizados nas escolas que de alguma forma promovem experiências lúdicas e de aprendizagens para recriar o mundo e exercitar valores sociais e mesmo em ambientes corporativos que estão investindo nos índices ESG, pois as empresas devem agir de acordo com as boas práticas ambientais, ter

o menor impacto possível na natureza e levar em conta questões importantes, como aquecimento global, poluição e em questões sociais, onde as empresas têm a obrigação de assumir responsabilidades com base em seu impacto nas comunidades em que atuam, que se aplica, por exemplo, aos direitos dos funcionários, diversidade e segurança. Entender como estas empresas inserem as suas comunicações nestes jogos.

A pesquisa busca compreender como, eventualmente, essas empresas inserem suas comunicações nos jogos, avaliando se a publicidade está ou não em consonância com as temáticas abordadas, e identificando se essas temáticas são abordadas de maneira aleatória ou se há uma busca por reforçar as questões apresentadas nos jogos. Justifica-se essa investigação uma vez que a publicidade é uma forma pela qual muitos jogos considerados alternativos, ou indies, conseguem obter viabilidade financeira, permitindo alcançar um maior número de usuários. Compreender quais tipos de publicidade são inseridos nesses jogos, se as temáticas são condizentes com a educação socioambiental, e de que maneira isso ocorre, proporcionará uma visão geral sobre a viabilidade desses jogos em auxiliar na promoção de práticas educativas propostas pelo conteúdo dos jogos. Busca também compreender se a publicidade inserida nestes jogos é ou não consonante com as temáticas abordadas, identificando, na medida do possível, se estas são colocadas de maneira aleatória ou se buscam reforçar as questões abordadas nesses jogos. Identificar quais tipos de publicidade têm sido inseridos nestes jogos, ou na sua ausência, como poderiam ser inseridos e, se as temáticas são consonantes, no caso da presença, com a sustentabilidade e de que maneira ocorrem, proporcionará um panorama de viabilidade destes jogos pode ajudar, ou não, a promover as práticas educativas que o conteúdo dos jogos se propõe a apresentar. Em um cenário onde as estratégias de marketing e publicidades convencionais vão perdendo tração

junto ao público, reduzindo a atenção e a confiança da audiência, é preciso encontrar novas formas de estar próximo ao público, de maneira menos invasiva e mais imersiva.

Para tanto, a construção desta pesquisa se baseia em pesquisa bibliográfica e de estudos de casos a partir de estudos teóricos sobre a Publicidade, os Jogos Digitais e os formatos de publicidade em jogos mobile. O recorte dos jogos partirá da lista publicada pela Forbes em Abril de 2022 com os 5 games que incentivam a sustentabilidade. Será observada a presença ou não de publicidade nestes jogos e quais seriam as oportunidades em que as marcas poderiam se inserir nestas produções.

De maneira geral, espera-se identificar ao final se há publicidade inserida nos 5 jogos listados, quais os formatos publicitários inseridos nestes jogos, as circunstâncias em que ocorrem e mapeamento das temáticas possíveis. O intuito é criar um panorama para o segmento e compreendendo o papel que a publicidade tem (ou poderia ter) e qual o papel no contexto educacional, uma vez que o papel formal da publicidade é a promoção de marcas e produtos, mas também pode ser uma arma poderosa de engajamento de causas e de informação.

A UTILIZAÇÃO DE IMAGENS SEXUALIZADAS EM CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS DE MOTÉIS

Mauricio de Oliveira Miranda
Jefferson Parreira de Lim

Este trabalho busca analisar e compreender o papel das imagens de teor sexual na publicidade – especificamente de motéis – por meio de uma pesquisa qualitativa, através de estudo de caso. A publicidade é uma ferramenta poderosa que tem como objetivo influenciar o comportamento do consumidor e, consequentemente, impulsionar as vendas de produtos e serviços. Nesse contexto, a utilização de imagens sexuais tem sido uma estratégia recorrente, baseada na premissa de que "sexo vende". Neste contexto, escolhemos nos debruçar sobre quatro peças gráficas da campanha “Pratique hábitos saudáveis” produzidas pela agência Poggio Propaganda para a empresa Charm Motel localizada em Salvador, Bahia, Brasil, pois entendemos que há uma problemática em abordar o sexo na publicidade, e, no caso dos motéis no Brasil, culturalmente são voltados principalmente para prática sexual.

A importância social dessa discussão reside no fato de que a publicidade, como um reflexo da sociedade, tem o poder de moldar e reforçar estereótipos e normas culturais. A utilização de imagens sexuais pode contribuir para a

objetificação e a hipersexualização de indivíduos, especialmente mulheres, perpetuando padrões de gênero e desigualdades. Além disso, a exposição constante a esse tipo de imagem pode gerar efeitos negativos na autoestima e na percepção corporal dos consumidores, levando a problemas de saúde mental e física.

A análise da utilização de imagens sexuais em campanhas publicitárias é fundamental para entender as dinâmicas e os mecanismos que regem a comunicação persuasiva. Estudar esse fenômeno permite identificar tendências, avaliar a eficácia dessas estratégias e propor alternativas mais éticas e responsáveis. Além disso, a pesquisa contribui para o desenvolvimento de teorias e modelos que expliquem o impacto dessas imagens no comportamento do consumidor e na construção de identidades sociais.

Por meio de análise de conteúdo de peças gráficas, pretendemos à luz da semiótica e dos estudos de arquétipos, propostos por Carl Gustav Jung a partir da psicologia analítica, examinar elementos imagéticos, bem como da redação, com intuito de investigar a forma que a sexualidade é abordada em campanhas de motéis. Segundo o autor, os valores socioculturais e/ou psicossociais que herdamos a partir do inconsciente coletivo são constituídos a partir de arquétipos que moldam nossos gostos, escolhas, motivações e impulsos, e esses fatores de influências foram categorizados em 12 arquétipos.

É perceptível que a utilização de imagens sexuais pode afetar a percepção dos consumidores, pois vemos constantemente a utilização o sexo como instrumento persuasivo em outros nichos de mercado. As campanhas publicitárias de motéis levantam questões sobre a eficácia dessa abordagem, bem como suas implicações éticas e sociais. A problemática central do estudo é investigar como se dá o uso de imagens sexuais na publicidade de motéis e se elas são eficazes em termos de engajamento do público-alvo, e quais

poderiam ser os impactos dessa estratégia na percepção dos consumidores e na sociedade como um todo.

A indústria de motéis é competitiva, e os profissionais de marketing buscam constantemente estratégias eficazes para atrair e fidelizar clientes. No entanto, nem sempre essas peças ou campanhas são bem recebidas e acabam se esbarrando em questões éticas e/ou de conservadorismo, posto que a sexualidade ainda é um tabu social.

Por outro lado, a publicidade de motéis com o uso de textos e imagens sexuais pode contribuir para a objetificação e a hipersexualização de indivíduos, perpetuando padrões de gênero e desigualdades. Além disso, a exposição constante a esse tipo de imagem pode gerar efeitos negativos na autoestima e na percepção corporal dos consumidores. Analisar essas implicações é essencial para promover um debate crítico e construtivo sobre o papel da publicidade na construção de uma sociedade mais igualitária e inclusiva.

Em suma, acreditamos que nosso estudo é de grande relevância social, acadêmica e profissional, uma vez que aborda um tema complexo e controverso que permeia a indústria da comunicação e tem implicações significativas para a sociedade, a cultura e o mercado. Ao investigar esse fenômeno, espera-se contribuir para um maior entendimento das práticas publicitárias e fomentar um debate crítico e construtivo sobre o papel da publicidade na construção de uma sociedade mais igualitária e inclusiva.

Diseño de carteles de cine: tendencias contemporáneas

José Patricio Pérez-Rufi
Alba Aragón-Manchado
Andrea Cruz-Elvira

El cartel de cine sigue siendo un formato gráfico vigente en un contexto de consumo de contenidos audiovisuales que compagina la proyección tradicional en salas de cine con el acceso doméstico a través de dispositivos con diversos modos de conexión a las fuentes de contenidos. Sánchez de Lucas (2018, p. 68) entiende el cartel de cine como "un producto comercial que (…) forma parte de una cultura visual que trasciende las fronteras locales para divulgarse a nivel global". Además, según Collado Alonso (2015, p. 61), "siempre ha sido la carta de presentación de las películas y una auténtica invitación para entrar a la sala cinematográfica".

El afiche de cine aúna una función informativa y documental (Collado Alonso, 2012; Fernández Mellado, 2017) con otra persuasiva y comercial (Pérez-Rufí, 2010), destinado así a influir en la conducta del potencial consumidor (Perales, 2007). Esta investigación se basa en el estudio de la naturaleza persuasiva de la imagen y de la aplicación sobre un formato bidimensional -el cartel- de diversas técnicas compositivas con un fin comercial.

El objetivo principal de esta investigación es analizar e identificar tendencias de composición en el diseño contemporáneo de carteles de cine, a partir de una muestra del formato. Como objetivo secundario, se pretende evaluar los niveles de innovación formal de las composiciones desde una perspectiva crítica e interpretativa. En último término, se atiende al valor educativo del análisis de la cartelería cinematográfica en los estudios de cultura visual (Huerta, 2013) para proponer una finalidad pedagógica en dichos análisis, destinándose muy especialmente a los estudiantes de estudios superiores en Comunicación Audiovisual y en Publicidad.

Este trabajo parte de la hipótesis de que el cartel de cine contemporáneo aplaudido por la crítica aplica técnicas compositivas de vanguardia destinadas a persuadir a la audiencia antes que a informar. Además, se plantea como hipótesis secundaria la idea de que el género cinematográfico condiciona la aplicación de recursos, técnicos y contenidos concretos, que la audiencia potencial del filme podría decodificar correctamente.

Este trabajo analiza cinco casos premiados por la página web IMPAwards (Internet Movie Poster Awards, 2023), que basa sus nominaciones y sus galardones a los mejores carteles de cine de cada año en las decisiones de un jurado especializado y en las votaciones de los usuarios del *site*. Cada año desde 1999 se seleccionan cinco carteles nominados para cada una de las quince categorías. En este trabajo, por cuestiones de espacio, se ha tomado como muestra los carteles premiados en 2022 en cinco categorías. Se aplica así un criterio de selección subjetiva basada en argumentos, en este caso a partir de una idea de calidad consensuada (la de los especialistas del *website*). Se toman como casos de estudio los carteles premiados en estas categorías: "Best Overall Movie Poster" (*Everything Everywhere All at Once*, 2022), "Best Teaser Movie Poster" (*Everything Everywhere All at Once*, 2022),

"Best Comedy Movie Poster" (*The Greatest Beer Run Ever*, 2022), "Best Drama Movie Poster" (*Tár*, 2022) y Best Horror Movie Poster (*Something in the Dirt*, 2022).

Para lograr los objetivos propuestos se propone una metodología basada en el análisis formal visual de las cinco composiciones seleccionadas. Este análisis atiende, en primer lugar, a cuestiones genéricas que contextualizan cada uno de los carteles (género del filme, año, autoría, formato, etc.). En un segundo apartado, se analizarían aspectos relacionados con la composición de los motivos visuales: cantidad de motivos presentes, aplicación de normas de composición, dirección de la exploración visual, uso de colores, referentes intertextuales, etc. En tercer lugar, se atiende a la composición tipográfica y a la intencionalidad expresiva del trabajo tipográfico (Gómez-Pérez, 2002; Huerta, 2013).

Los resultados obtenidos ponen de relieve que aquellos carteles que merecen el premio de los especialistas rompen con las pautas más frecuentes y conservadoras del cartel (Pérez-Rufí, 2010), proponiendo composiciones que no siempre tienen una relación clara con el género cinematográfico, pero que subrayan la espectacularidad del motivo gráfico, así como composiciones visuales insólitas y llenas de ritmo y tensión. Paralelamente, se relega a una posición secundaria el componente textual, si bien es en la elección tipográfica donde se activan de forma más evidente las referencias intertextuales de la composición y el carácter connotativo de las propias tipografías.

Referencias

Collado Alonso, R. (2012). *El cartel de cine en la transición española: realidad y cambio social* [Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. https://hdl.handle.net/20.500.14352/48238

Collado Alonso, R. (2015). Marketing y publicidad cinematográfica: el cartel de cine español. *Revista Internacional de Investigación en Comunicación aDResearch ESIC*, *11*(11), 58-77. https://doi.org/10.7263/adresic-011-04

Fernández Mellado, R. (2013). *El cartel de cine español de posguerra (1939-1945): modelo de tratamiento documental* [Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. https://hdl.handle.net/20.500.14352/38152

Gómez Pérez F. J. (2002). La tipografía en el cartel cinematográfico. *Comunicación: revista internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, (1), 203-216. https://idus.us.es/handle/11441/57546

Internet Movie Poster Awards (2023). 2022 Nominees and Winners. *IMP Awards*. http://www.impawards.com/2022/index.html

Huerta Ramón, R. (2013). La tipografía en el cine: análisis de cabeceras y créditos de películas como estrategia educativa desde la cultura visual. *Archivo de arte valenciano*, (94), 351-366. https://roderic.uv.es/handle/10550/74406

Perales Bazo, F. (2007). Cartel e intertexto. En F. Perales Bazo (Ed.), *Cine y publicidad* (pp. 60-79). Fragua.

Pérez-Rufí, J. P. (2010). El cartel de cine hoy. *Pensar la publicidad*, *4*(2), 71-88. https://revistas.ucm.es/index.php/PEPU/article/view/PEPU1010220071A/15029

Sánchez de Lucas, I. (2018). Análisis de la comunicación visual del cartel cinematográfico. Estudio de caso de la productora Universal Pictures. *Grafica*, *6*(12), 67-75. https://doi.org/10.5565/rev/grafica.116

Sobre a publicidade para a promoção da saúde: análise das campanhas de doação de órgãos no Brasil e no Peru

Sandro Tôrres Azevedo

Temos desenvolvido no âmbito do Grupo de Pesquisa PESSOA – Publicidade, Saúde e Sociedade (UFRJ/CNPq), que atualmente se empenha na proposição e na delimitação do campo (Bourdieu, 2012) da Publicidade e Saúde, análise das práticas, mas também dos discursos e dos conceitos relativos à propaganda voltada para a promoção da saúde coletiva. Neste trabalho, visamos a comparação de uma campanha de incentivo à doação de órgãos realizada no Brasil com outra no Peru, ambas assinadas pelos seus respectivos ministérios da saúde e veiculadas no ano de 2022.

Partindo do pressuposto teórico de que a Comunicação e Saúde (Araújo & Cardoso, 2007), e a ciberpublicidade (Atem et al., 2014; Azevedo, 2012) se direcionam para uma interatividade mais intensa entre as instâncias discursivas que acionam, organizamos a questão a ser problematizada em torno do dispositivo (Foucault, 2011) publicitário mobilizado nas referidas campanhas e sua efetividade enquanto mecanismo de produção de bem-estar social.

Tomamos aqui a análise, a crítica e a comparação das campanhas referidas como recurso indutivo para projetar compreensões que abarquem as tensões que se estabelecem nos mecanismos institucionais e nas estruturas estatais ligadas à saúde, seus discursos, proposições e regulações. Como percurso metodológico, a Semiótica, mais do que uma teoria geral da significação, funciona aqui como ferramenta exploratória dos sentidos produzidos. De início, trabalhamos com os níveis de análise da semântica estrutural (Greimas, 1973), com acento na sintaxe narrativa (Fiorin, 2011); em seguida, nos valemos da formulação sobre os níveis de pertinência (Fontanille, 2008), de modo que possamos decompor e, enfim, modular a lente de observação sobre o nosso *corpus*, identificando o que de particular ocorre para além dos discursos enunciados, avançando sobre as camadas das práticas, das estratégias e das formas de vida que orientam a propaganda de promoção da saúde relativas aos casos elencados.

Em setembro de 2022, o Ministério da Saúde do Brasil lançou uma campanha nacional de incentivo à doação de órgãos e tecidos orientada para estimular pessoas com intenção de serem doadoras a manifestarem este desejo para seu núcleo familiar. Entretanto, seguiu os moldes da publicidade tradicional, produzindo pouco efeito sobre a realidade da doação de órgãos no país.

Já no Peru, a realidade é muito diferente da do Brasil em termos de doação de órgãos, apresentando uma das taxas mais baixas da América Latina (Global Observatory on Donation and Transplantation, 2021). De certa forma, precisamos reconhecer que o procedimento para uma pessoa se tornar doadora no Peru é bem mais simples do que no Brasil, pois, legalmente, segundo a Lei nº 31.756 em complemento à Lei nº 28.189 (El Peruano, 2023), o cidadão peruano é presumidamente um doador de órgãos potencial em decorrência da constatação do seu falecimento. Neste sentido, o problema de comunicação

a ser resolvido em campanhas com essa temática é mais voltado para o convencimento do próprio indivíduo sobre a doação de órgãos do que sobre a informação aos familiares (ou o convencimento destes últimos).

Assim, a campanha de publicidade desenvolvida pelo Ministerio de Salud em 2022, se baseou numa publicidade contemporânea, se valendo de táticas que incluem a interatividade, a relevância e a experiência, tripé conceitual da ciberpublicidade (Atem et al., 2014; Azevedo, 2012), articulando diversos meios e plataformas, numa ação transmídia, explorando a importância da telenovela para o público peruano e, com isso, obtendo resultados substantivos.

Identificamos que ambas as campanhas observadas se pontuam, no nível fundamental, por uma oposição básica (Greimas, 1973) entre vida e morte, além de uma mesma sintaxe narrativa. Nesses termos, os dois esforços publicitários apresentam figuras e temas diferentes para representar o mesmo percurso narrativo. Mas quando incluimos os níveis de pertinência propostos por Fontanille (2008) em nossa análise, ultrapassamos os objetos, isto é, as peças publicitárias tradicionais, numa campanha, e as novelas e as mídias sociais, na outra. Destarte, identificamos o que realmente ali difere: as cenas predicativas, as estratégias e as formas de vida, em cada uma das práticas publicitárias, apontam para diferentes *ethos* da Publicidade. Enquanto o "ser" da Publicidade na campanha do Brasil se pontua pela lógica *above the line*, revelando um *ethos* tradicional, o "ser" da Publicidade na campanha do Peru se reconfigura diante dos imperativos da cultura digital do século XXI, assumindo um *ethos* contemporâneo.

Referências

Agência Brasil (2022, 27 de setembro). *Ministério da Saúde lança campanha de doação de órgãos e tecidos*. https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/

noticia/2022-09/ministerio-da-saude-lanca-campanha-de-doacao-de-orgaos-e-tecidos

Araújo, I. S., & Cardoso, J. M (2007). *Comunicação e Saúde*. Editora Fiocruz.

Atem, G. N., Oliveira, T. M., & Azevedo, S. T. (2014). *Ciberpublicidade: discurso, experiência e consumo na cultura transmidiática*. E-Papers.

Azevedo, S. T. (2012). *A ciberpublicidade como novo modelo de fazer publicitário: análise da campanha "Quem faz nossa história é você"* [Trabalho apresentado]. XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Fortaleza, CE, Brasil. http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/r7-2156-1.pdf

El Peruano – Diario Oficial Del Bicentenario (2023, 09 de maio). *Ley que promueve la donación de órganos y tejidos humanos para trasplante con fines terapéuticos*. Recuperado em 23 de julho, 2023, de https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-promueve-la-donacion-de-organos-y-tejidos-para-trasp-ley-n-31756-2182356-5

Fiorin. J. L. (2011). *Elementos de análise do discurso*. Contexto.

Fontanille, J. (2008) Práticas semióticas: imanência e pertinência, eficiência e otimização. In M. L. V. P. Diniz, & J. C. Portela (Orgs.), *Semiótica e mídia* (pp. 15-74). UNESP/FAAC.

Foucault, M. (2011). *Microfísica do Poder*. Edições Graal.

Global Observatory on Donation and Transplantation (2022, dezembro). *International report on organ donation and transplantation activities*. Recuperado em 23 de julho, 2023, de https://www.transplant-observatory.org/2021-global-report-5

Greimas, A. J (1073). *Semântica estrutural: pesquisa de método*. Cultrix.

Ministério da Saúde (2022, 19 de outubro). *Calendário da saúde*. Recuperado em 23 de julho, 2023, de https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/saude-de-a-a-z/c/calendario-da-saude/calendario-da-saude

Serviços e Informações do Brasil [online] (2022, 28 de setembro). *Lançada Campanha Nacional de Incentivo à Doação de Órgãos e Tecidos de 2022*. Recuperado em 23 de julho, 2023, de https://www.gov.br/pt-br/noticias/saude-e-vigilancia-sanitaria/2022/09/lancada-campanha-nacional-de-incentivo-a-doacao-de-orgaos-e-tecidos-de-2022

Branded apps de marcas brasileiras e suas tipificações

Taciana de Lima Burgos

O mercado móvel cresceu exponencialmente na última década, Empresas de computadores passaram a produzir em massa dispositivos portáteis, com gráficos de alta qualidade, amplo processamento, memória e armazenamento. Era o smartphone e seus tantos aplicativos móveis! Paralelamente, entidades públicas e privadas investian na melhoria e na ampliação da rede móvel. Já as pessoas realizavam parte de suas atividades laborais, escolares, diversão e consumo de mídias em smartphones e tablets. (Hoober & Berkman, 2012). O aplicativo móvel engajou muitos usuários e logo foi suporte para veiculação de anúncios e marcas (Fiandaca & Burgoyne, 2010) (Mureta, 2013), (Goggin, 2021), (Gabriel et.al.2022), (Rowles, 2017). Uma marca simboliza e representa uma empresa e comunica uma promessa ao consumidor sobre os produtos e serviços que ela oferta. A marca é constantemente pensada em relação a sua expressão visual: forma, logotipo, cor, tipografia, etc. Elementos que representam um conceito semântico e que firmam relações sinestésicas entre mercado-alvo, marca e empresa (Kalback, 2007), (Kotler & Keller, 2019). O avanço tecnológico da web (2.0) otimizou a comunicação entre usuários. Eles

passaram a ter acesso a informações, opiniões e opções de compra de forma ágil e fácil, ou seja, a experiência de compra aumentou. Os consumidores elevam as suas expectativas em relação aos produtos e serviços, ao processo de compra, à conveniência, ao atendimento e personalização. Já para as marcas, dispositivos móveis, aplicativos, realidade aumentada, inteligência artificial e análise de dados, transformaram a maneira como eles se comunicam e interagem com os clientes. Isso abriu novas oportunidades para envolver os consumidores em diferentes etapas do processo de compra, criando ofertas personalizadas e direcionadas. Essa mudança no ambiente de negócios favoreceu a modificação do fluxo de marketing (Tofler, 1980), (Tapscott & Williams, 2008). Assim, as mascas em vez de seguir o modelo tradicional do funil de vendas, o qual visa atrair e convencer seus clientes a adquirir seus produtos e/ou serviços, passaram a ter como modelo de negócios o marketing de relacionamento. Nele, as marcas passam a veicular anúncios que unem a sua imagem marcária aos sentimentos, necessidades e motivações de pessoas de diferentes raças, estilos de vida, orientações sexuais, regionalidades e idades, com ideais de preservação ambiental, de combate à desigualdade e discriminação de qualquer natureza. Estratégia de negócios que visa empatia e ética, e objetiva levar envolvimento à jornada do cliente (Kotler & Keller, 2019). A marca personificada é inserida no cotidiano das pessoas, simbolizando o amigo(a) útil, feliz, engajado(a), honesto(a) e que solucionará todas as suas dores. Valores que devem ser percebidos pelos clientes, em todas as mensagens institucionais e de venda, veiculadas pela marca em: web site, blog, e-mail marketing, mídia social, publicidade in-app e branded app. Dessa forma, a marca produz relacionamento e uma boa experiência do usuário UX. Branded app o aplicativo móvel de marca é um software que pode ser baixado para um dispositivo móvel e exibe de forma proeminente uma identidade de marca,

geralmente por meio do nome do aplicativo e da aparência de um logotipo de marca ou ícone em toda a experiência do usuário Bellman et. al. (2011). Zhao & Balague (2015) visando fornecer aos profissionais de Marketing um método para desenvolver estratégias de aplicativos de marca, avaliaram cem branded apps de marcas internacionais e identificaram cinco tipos de aplicativos de marca: ferramenta, jogo, social, m-commerce e design. Seguindo esta referência o nosso **objetivo** pesquisa foi analisar cem branded apps de marcas nacionais para verificar suas tipificações, segundo Zhao & Balague (2015) ferramenta, jogo, social, m-commerce e design, bem como para saber se as tecnologias difundidas atualmente originaram outras tipificações para branded apps. Tal objetivo apresenta **pertinência**, pois teremos um panorama sobre os tipos de branded apps de marcas brasileiras; qual funcionalidade - ferramenta, jogo, social, m-commerce e design – é predominante, como também abre caminho para identificamos, ou não, outras tipificações para branded apps. O **método** de investigação utilizado foi a análise documental. Como **resultados** analisamos cento e dois branded apps de marcas nacionais. Vinte e seis foram ferramentas, quatro jogos, treze redes sociais, dezenove m-commerce, e nove design. Identificamos e nomeamos mais três tipos de branded apps: 7 simulações, doze saúde e doze institucionais. **Agradecemos** à Universidade Federal do Rio Grande do Norte e ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista-UNESP.

Referências

Bellman, S., Potter, R. F., Treleaven-Hassard, S., Robinson, J. A., & Varan, D. (2011). The effectiveness of branded mobile phone apps. *Journal of Interactive Marketing*, 25(4), 191- 200.

Fiandaca, D., & Burgoyne, P. (2010). *Digital Advertising: past, present and future*. Creative Social.

Gabriel, M. (2022). *Trends: marketing na era digital o futuro do marketing*. Atlas.

Goggin, G. (2021). *Apps From Mobile Phones to Digital Lives*. Polity Press.

Hoober, S., & Berkman, E. (2012). *Designing Mobile Interfaces*. O'Reilly Media.

Kalback, J. (2007). *Design de navegação web: otimizando a experiência do usuário*. Bookman.

Kotler, P., & Keller, K. (2018). *Administração de marketing*. Pearson Educacional do Brasil.

Mureta, C. (2013). *Império dos apps*. Companhia Editora Nacional.

Rowles, D. (2017). *Mobile marketing: how mobile techinology is revolutionizing market, communicatios and advertsing*. CPI Group.

Toffler, A. (1980). *The Third Wave*. Morrow.

Tapscott, D., & Williams, A. D. (2008). *Wikinomics: how mass collaboration changes everything*. Portfolio.

Zhao, Z., & Balague, C. (2015). Designing branded mobile apps: fundamentals and recommendations. *Business Horizons, 58*(3), 305-315.

Inclusão no design: revisão narrativa sobre a perspectiva de inclusão nas investigações do Grupo de Pesquisa

Manuela de Azambuja
Gabriela Simão Dias
Igor Vinícius da Silva Fontes
Tayná Pereira Bueno
Cássia Letícia Carrara Domiciano
Fernanda Henriques

O design está ligado ao desenvolvimento de objetos, sistemas e interfaces amplamente utilizados na vida cotidiana para atender as necessidades humanas e – de maneira geral – associa-se com diferentes temáticas sobre as interações entre mundo, ser humano e artefatos. São inúmeros e inevitáveis os impactos do design à civilização humana, pois o campo é capaz de gerar empregos, redes de compartilhamento, estimular o consumo, afetar o meio ambiente, entre outros. Por esse motivo, os projetos e as pesquisas científicas da área necessitam considerar a inclusão e outras implicações sociais, econômicas, políticas e culturais. Dado que incluir significa abranger, inserir, envolver e acrescentar, a inclusão é o conceito que busca a incorporação de pessoas constantemente excluídas nos diversos contextos e sistemas presentes na sociedade. Nos projetos de design, aqueles envolvidos no desenvolvimento

influenciam diretamente na exclusão ou inclusão de determinados públicos. Os autores Clarkson et al. (2015) abordam a capacidade do design em criar possibilidades para englobar o maior número de pessoas – e suas respectivas particularidades – ao longo de um projeto. Em outras palavras, o "design inclusivo" utiliza-se de parâmetros específicos objetivando incluir e atender a diversidade de usuários. Conforme Sassaki (2009), o design inclusivo abrange a reflexão sobre um meio social sem segregação de raça, nacionalidade, gênero, língua, tipo físico, idade etc. Logo, a inclusão abarca as necessidades dos grupos sociais marginalizados, tais como a população LGBTQIA+, pessoas com deficiência, idosos, mulheres, negros e indígenas.

Segundo Petroni et al. (2017), o "design gráfico inclusivo" é focado em planejar facilitações entre usuário e informação, i.e., propor formas em que a mensagem do projeto gráfico seja plenamente transmitida e compreendida, consideram-se diversas as possibilidades para desenvolvimento e as necessidades a serem atendidas mediante projetos gráficos (físicos ou digitais). Sob essa perspectiva, em 2014, foi fundado o Grupo de Pesquisa (GP) <omitido para revisão cega>, com o propósito de estudar metodologias inovadoras de pesquisa e projeto, incluindo a contribuição efetiva por meio de ações que respondam à necessidades em design gráfico que contribuam para a informação e comunicação em temas diversos para – e com – diferentes tipos de usuários.

Hoje, o grupo é um espaço interinstitucional e multidisciplinar composto por pesquisadores de formações distintas – das áreas da saúde, comunicação, ciências e ciências sociais aplicadas. E, ao completar dez anos de atuação em 2024, objetiva-se realizar neste estudo um levantamento histórico das pesquisas produzidas desde o princípio até os dias atuais, para investigar a evolução do termo "design [gráfico] inclusivo" e posicionar o núcleo no cenário contemporâneo.

O presente artigo apresenta as atividades e resultados do GP a partir de uma abordagem composta por três etapas: (1) levantamento documental das pesquisas de mestrado e/ou de doutorado realizadas pelo grupo a partir de 2014, objetivando a (2) revisão narrativa do referencial teórico utilizado, especialmente sobre as áreas de design inclusivo e design social e (3) entrevistas semiestruturadas com as fundadoras do grupo.

A contemporaneidade trouxe ao design uma pluralidade que engloba outras gamas, como o design: digital, de informação, sustentável, de comunicação, ativista, de moda, entre outros; ao passo que o campo começa a "incorporar atitudes e desafios políticos e sociais, deixando de lado a fragmentação das áreas e subáreas divisórias em busca de um pensamento projetual mais amplo e consistente [...]" (Moura, 2015, p. 71). A partir dessa premissa, acredita-se que o design inclusivo tem relação direta com a possibilidade de diversidade, pluralidade e dinamicidade, características do design contemporâneo, tanto em projetos e pesquisas científicas quanto na possibilidade de inclusão dos diferentes grupos sociais marginalizados.

Referências

Clarkson, P. J., Waller, S., & Cardoso, C. (2015). Approaches to estimating user exclusion. *Applied Ergonomics, 46*(B), 304–310.

Moura, M. (2015). Design contemporâneo: poéticas da diversidade no cotidiano. En E. Fiorin, P. C. Landim, & R. S, Leote (Orgs.), *Arte-ciência: processos criativos* (pp. 61–80). Editora UNESP, Cultura Acadêmica, Desafios contemporâneos collection.

Petroni, M., Henriques, F., & Domiciano, C. L. C. (2017). Design sem Barreiras: Discussão-ação em Design Gráfico Inclusivo . Em A. B. P. Andrade, C. L. C. Domiciano, D. C. Rossi, F. O. Medola, F. Henriques, J. C. P. da Silva,

L. C. Paschoarelli, M. K. Nakata, M. Moura, & T. Q. F. Barata (Orgs.), *Ensaios em Design: saberes e processos* (pp. 161–201). Canal 6.

Sassaki, R. K. (2009). Inclusão: acessibilidade no lazer, trabalho e educação. *Revista Nacional de Reabilitação (Reação), (XII)*, 10–16.

Blogueirinha no DiaTV: jogos de representações e narrativas midiáticas no mercado digital

Breno da Silva Carvalho

O artigo reflete sobre a personagem de Bruno Matos, conhecida como Blogueirinha, e sua atuação profissional no mercado midiático digital brasileiro na condição de influenciador/creator, detendo-se, especificamente, em seu papel como entrevistadora do programa De frente com Blogueirinha, exibido no DiaTV, canal digital no YouTube com "programação televisiva multiplataforma, simultânea, com atrações fixas e ao vivo durante 6 horas ao dia" (Safner, 2023), produzido pelo Dia Estúdio. Paródia do programa De frente com Gabi, comandado por Marília Gabriela no SBT entre 1998-2003 (Castro, 2003), a personagem une-se ao time de creators, ou seja, "jovens acima dos 30 anos, bem inseridos no universo da cultura pop, com grande poder de engajamento nas redes sociais, em busca de maior autonomia de criação para falar do que eles mais gostam, na linguagem que também já conhecemos" (Safner, 2023). Bruno Matos nasceu em 1994 no Rio de Janeiro (capital) e teve rápida ascensão no meio digital, conquistando seguidores e projeção na mídia a partir de publicações espontâneas em 2016 em seus perfis no YouTube e Facebook.

O conteúdo produzido era simples: a descrição de uma suposta rotina luxuosa de consumo da personagem, residente em Los Angeles. Em um dos vídeos, a jovem – até então assinando com a alcunha Blogueirinha de Merda – exibe sacolas de supermercado, descrevendo-as como bolsas de marcas internacionais (Bargas, 2018). Através do humor e da sátira, a Blogueirinha constrói sua imagem a partir das críticas ao comportamento de influenciadores – e, paralelamente, firma-se como tal. Lança mão de bordões, como 'tutupom' (versão para 'tudo bom'), 'melhor do mundo' (título autodescritivo), 'não sei se vai tá focando' (quando mostra algum objeto para as câmeras) e 'não tem no Brasil' (quando exibe algum item que só há no exterior) (Bargas, 2018; Uchôa, 2018). Em declarações para a imprensa, Bruno Matos assume a personagem quando necessário, como relata Bargas (2018): "na conversa, ela conta detalhes de sua vida em Los Angeles, as festas que frequenta, a relação com os haters, uma briga com Anitta e ainda abre o jogo sobre disputas e concorrência: 'Blogueiras não se falam, é tudo falsidade, porque quando uma ganha, a outra deixa de ganhar'." O exercício de autoironia gera reconhecimentos e atenção do mercado publicitário: em 2018, ele venceu o MTV Millennial Awards (Brasil) (MTV Miaw) na categoria Aposta Digital (Bargas, 2018) e o Digital Awards BR na categoria Redes Sociais (F5, 2018); no mesmo ano, há registros de produção de conteúdo digital para anunciantes como O Boticário (O Boticário, 2018) e AmPm (Blogueirinha, 2018). Para o universo midiático do entretenimento e a esfera publicitária, a imagem da Blogueirinha é atrativa: são 2,4 milhões no Instagram, 1,3 milhão no YouTube e 694 mil no Facebook – um porta-voz nichado para o alcance de público interessado em cultura pop. A partir desta contextualização, delimita-se o escopo do artigo: analisar as narrativas midiáticas que a personagem Blogueirinha ativa por meio do programa de entrevistas De Frente com Blogueirinha, exibido no DiaTV, canal digital no

YouTube, produzido pelo Dia Estúdio. Neste sentido, o texto recorre à noção de "narrativas ficcionais" de branding (Carrascoza, 2014) e às contribuições de Alê Primo, Ludimila Matos e Maria Clara Monteiro (2021) e de Janderson Toth e Viktor Chagas Mendes (2016) para tratamento, respectivamente, de temas como influenciadores e meme. O texto problematiza a constituição da imagem da personagem-influenciadora e a estruturação de suas redes digitais a partir das entrevistas realizadas, a fim de debater as dinâmicas de criação de conteúdo no digital – questão esta que delineia as condutas de mercado no digital para o desenvolvimento de formatos criativos e inéditos, respaldados pela busca por diferenciação e originalidade. O artigo estabelece sua metodologia através da realização de etnografia em redes sociais dos perfis da Blogueirinha no YouTube, Instagram e Facebook e do DiaTV (Dia Estúdio) no YouTube, construindo seus parâmetros de coleta de dados por meio das orientações de Robert Kozinets (2014) e Débora Zanini (2016), além de acionar Carlos Alberto de Carvalho (2016) a partir do seu reconhecimento da mídia como metáfora narrativa; afinal, as redes digitais da Blogueirinha e do DiaTV (Dia Estúdio) manifestam textualidade própria enquanto canais midiáticos para os jogos de "representações dos papéis sociais" (Goffman, 2005, 2012) desempenhados pela personagem-influenciadora.

Referências

Bargas, D. (2018, 21 de junho). Blogueira 'fake' conquista 500 mil seguidores ironizando mundo das celebridades digitais. *Quem*. https://revistaquem.globo.com/Entrevista/noticia/2018/06/blogueira-fake-conquista-500-mil-seguidores-ironizando-mundo-das-celebridades-digitais.html

Blogueirinha. (2018, 10 de maio). Blogueirinha na AmPm [Vídeo]. YouTube. https://youtu.be/F6hVN9n1EHk

Carrascoza, J. A. (2014). *Estratégias criativas da publicidade: consumo e narrativa publicitária.* Ed. Estação das Letras e Cores.

Carvalho, C. A. (2016). As mídias como metáforas narrativas: apontamentos sobre a necessidade metodológica de não desprezar as textualidades. In C. P. Moura & M. I. V. Lopes (Orgs.), *Pesquisa em comunicação: metodologias e práticas acadêmicas* (pp. 257- 276). Ed. PUCRS.

Castro, D. (2003, agosto 3). De olho em novela, Gabi volta ao SBT. *Folha de S. Paulo.* https://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u35560.shtml

F5. (2018, 19 de dezembro). Marcos Mion, KondZilla e destaques da internet são premiados no Digital Awards. https://f5.folha.uol.com.br/celebridades/2018/12/marcos-mion-kondzilla-e-destaques-da-internet-sao-premiados-no-digital-awards.shtml

Goffman, E. (2005). *A representação do eu na vida cotidiana.* Ed. Vozes.

Goffman, E. (2012). *Os quadros da experiência social: uma perspectiva de análise.* Ed. Vozes.

Kozinets, R. (2014). *Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online.* Ed. Penso.

O Boticário. (2018, 16 de novembro). *Black Week da Beleza* [Vídeo]. YouTube. https://youtu.be/jyHmaETnSEk

Primo, A., Matos, L., & Monteiro, M. C. (2021). *Dimensões para o estudo dos influenciadores digitais.* Ed. Edufba.

Safner, C. (2023, 19 de abril). DiaTV: queda de monetização faz panelinha da internet sugerir a "reinvenção da roda". *Observatório da TV*. https://observatoriodatv.uol.com.br/colunas/cadu-safner/diatv-queda-de-monetizacao-faz-panelinha-da-internet-sugerir-a-reinvencao-da-roda

Toth, J., & Mendes, V. C. (2016). Monitorando memes em mídias sociais. In T. Silva & M. Stabile (orgs.), *Monitoramento e pesquisa em mídias sociais: metodologias, aplicações e inovações* (pp. 211-233). Ed. Uva Limão.

Uchôa, P. (2018, 26 de janeiro). Entrevista: conheça a Blogueirinha que vem conquistando a internet. *Leia Já*. https://www.leiaja.com/blogs/2018/01/26/entrevista-conheca-blogueirinha-que-vem-conquistando-internet

Zanini, D. (2016). Etnografia em mídias sociais. In T. Silva & M. Stabile (orgs.), *Monitoramento e pesquisa em mídias sociais: metodologias, aplicações e inovações* (pp. 163-185). Ed. Uva Limão.

Design Auxiliado por Algoritmos: um estudo sobre as possibilidades criativas da inteligência artificial

Joe Wallace Cordeiro
Gilson Braviano

Os algoritmos, atualmente evidenciados pela inteligência artificial (IA), vêm mudando a forma como os projetos de Design são concebidos e desenvolvidos, causando uma nova revolução nos métodos e nas abordagens projetuais na criação de produtos e serviços. Seja através da utilização de ferramentas ou na apresentação de resultados, com o apoio da inteligência artificial os designers têm a oportunidade de potencializar os processos criativos e abrir novos caminhos para a resolução de problemas complexos e a criação de soluções inovadoras em produtos e serviços. Essa transformação está redefinindo os métodos tradicionais de desenvolvimento de produtos, desde a utilização de ferramentas de Design até a apresentação de resultados.

Conforme Formiga (2014 p. 2), Alan Turing e Alonzo Church introduziram o conceito de algoritmo como sendo um conjunto de etapas inequívocas dispostas em ordem e executadas por meio de um processo finito, porém, os

algoritmos não auxiliam o designer apenas nas dimensões de representação e simulação de fenômenos gráficos e físicos, tão importantes para o Design.

Segundo Manovich (2017), os atuais desenvolvimentos de softwares e algoritmos tornam possível transpor a tradicional função de representação visual, seja em Design gráfico, vídeo ou 3D, mas também possibilitam uma análise visual em larga escala e em múltiplas dimensões visuais. A utilização da Visão Computacional e da Inteligência Artificial possibilita a análise precisa de uma grande quantidade de dados com características visuais, que são impossíveis por meio da capacidade humana natural, Manovich (2017).

Essa pesquisa utilizou o método de revisão narrativa, com base nos trabalhos de alguns estudiosos de inteligência artificial como Santaella (2023), que em seu mais recente livro, traz uma discussão ampla sobre a relação entre a inteligência humana e a artificial. Esse trabalho, também explora algumas das tecnologias mais recentes em IA, explora alguns dos aspectos relevantes para a visualização e processos de Design. Através de conceitos e exemplos, o estudo aborda como a aplicação dessas tecnologias podem impactar positivamente o campo do projeto e da pesquisa.

Um dos conceitos-chave explorados é o Algorithm Aided Design, que traduz-se como o Design auxiliado pelos algoritmos, com destaque para a já mencionada inteligência artificial e suas possíveis inovações e sugestões de utilização. Esse novo paradigma permite que os designers se apropriem de ferramentas e técnicas avançadas em diversas áreas de atuação, como Design de produtos, Design gráfico, Animação, edição de vídeo, Games e Moda, levando suas criações a um novo patamar de sofisticação e eficiência.

A IA traz consigo um grande número de ferramentas e abordagens que podem contribuir para os processos projetuais no campo do Design, permitindo que os designers se concentrem mais na concepção de ideias e menos

em tarefas repetitivas e mecânicas. Algoritmos de aprendizado de máquina podem analisar grandes conjuntos de dados e identificar padrões ocultos, oferecendo suporte para novos olhares para o desenvolvimento de produtos e serviços. Podendo economizar tempo e recursos, ao mesmo tempo em que abre espaço para a experimentação e inovação.

Contudo, a interação entre a inteligência artificial e o ser humano também suscita questionamentos éticos e filosóficos, que não foram aprofundados neste estudos. Porém é fundamental que os designers compreendam as limitações e preconceitos inerentes aos algoritmos, garantindo que a IA seja compreendida uma ferramenta de apoio à criatividade, em vez de uma ferramenta possa substituir o trabalho e o intelecto humano.

Referências

Formiga, A. A., Sousa, B. J., & Júnior, J. J. L. D. (2014). *Introdução a Programação.* Editora da UFPB.

Manovich, L. (2017). Visual Semiotics, Media Theory, and Cultural Analytics http://manovich.net/content/04-projects/103-visual-semiotics/manovich_visual_semiotics.pdf

Santaella, L. (2023). *A Inteligência Artificial é Inteligente?*Grupo Almedina.

Mesa 7: Audiovisual e estudos de televisão

Mesa 7: Audiovisual y estudios de televisión

Ana Paula Goulart de Andrade
Valquiria A. Passos Kneipp
Abel Suing
Coordenadores

Os jornalistas, a televisão e o celular: caracterizações para um SER Mídia?

Rodrigo Gabrioti
Osvando de Morais

A digitalização é um fenômeno que encontra na aceleração do tempo um modo de forjar novas representações de tecnologias e relações sociais. Uma implicação que não se reverte e dinamiza os processos contínuos de transformação da humanidade cujas decisões, funcionalidades e comportamentos estão atravessados pelo sentido das máquinas, algoritmos e do capitalismo de vigilância. O expoente principal dessa mediação é o celular, "aparelho" em que estariam outras extensões, que não as dos nossos sentidos, mas dos espaços virtuais que simbolicamente ocupamos. É a tecnologia em regência potencializada das nossas relações e dinâmicas de trabalho. Evidentemente a Comunicação, como bojo disso tudo, não poderia estar alheia em sua episteme. O contexto cultural das relações entre sujeitos e até mesmo com Inteligência Artificial se constitui na dimensão on-line, em especial, pelas redes sociais e aplicativos. Logo, não é possível estranhar essa aproximação do celular à televisão como instituição cultural para a produção de conteúdo, que no caso do telejornalismo, são reportagens e outros formatos jornalísticos, como as transmissões ao vivo.

Isto tem transformado várias funções, mas aqui trataremos especialmente de uma: o repórter de TV, reclassificado como profissional multimídia que ao considerar essa relação extrapola a unicidade de um meio em conformação a tudo que o digital pode oferecer. Assim, a partir dessa premissa, este trabalho busca entender o jornalista como indivíduo – pessoal e profissionalmente – para que este seja percebido como um SER mídia. A partir da realidade do Mojo, nomenclatura dada ao uso do celular como prática de Jornalismo móvel, a ideia é captar esse sentido filosófico do SER considerando que, nesse caso, a ele não cabe mais cumprir apenas as suas atribuições iniciais da apuração e da entrevista jornalística. Passa a ser de sua responsabilidade também o aspecto técnico ao captar imagens, pensar em enquadramentos e montar o equipamento, denominado Kit, com o zelo e responsabilidade por lidar com um patrimônio que é da empresa para a qual entrega sua força de trabalho. Ainda sob a perspectiva do SER Mídia, deve-se considerar que seu trabalho é exercido sob questões do campo ideológico da organização midiática. Afinal, estamos falando de qual espécie de SER que tem uma acumulação de funções e ainda o papel social de resistir na credibilidade para fazer da categoria jornalista o símbolo da mediação na esfera pública? A partir de uma realidade tecnológica, discutiremos um procedimento em curso que faz agir racionalmente, do ponto de vista da linguagem do capital, e apresentando reflexões emocionais e afetivas. Outro objetivo é tentar desvendar se há um SER Mídia para além do conceito "reducionista" de multimídia por transitar entre mídias, a partir de um mesmo aparato, e que está sobrecarregado em funções acumuladas pelo resultado da "inovadora" influência tecnológica. Pretendemos oferecer resultados que sirvam de contribuições ao desenvolvimento teórico-metodológico a questões contemporâneas sobre televisão. Para isso, nossos fundamentos teóricos de partida a essa discussão conciliam dois fatores: perspectiva do sujeito

e ordem econômica. Observar essa tendência, na televisão, requer discutir convergência midiática, a partir dos conceitos de Ramón Salaverría (2003), que visualiza essa condição desde quatro dimensões: empresarial, tecnológica, profissional e comunicativa. Segundo este autor, na relação homem-empresa, em sua convergência, o profissional atua por questões de trabalho e a empresa por razões econômicas. Já para o ponto de vista da ordem econômica, nos apropriamos de Eugênio Bucci (2021) e a Superindústria do Imaginário que identifica no capital a fabricação de discursos exacerbados de apelos. Nessa sedução, a "natureza multimídia" se torna linguagem e, como toda linguagem tem significados, o celular enquanto ferramenta de trabalho do jornalista de TV assume que a profissão está em plena mudança. Não duvidamos que esteja, mas pelos caminhos até então percorridos nesse processo, quem usa o celular para tal finalidade tem percepção de que se pode estruturar ou formar uma espécie do SER Mídia? Nossas reflexões iniciais são de natureza filosófica diante da instrumentalização que se desenha nesse cenário de mídia e cultura com a proposta de provocar a percepção dos profissionais a essa questão que se tornou tema de nossa pesquisa de pós-doutoramento.

Referências

Bucci, E. (2021). A Superindústria do Imaginário: como o capital transformou o olhar em trabalho e se apropriou de tudo que é visível. Autêntica.

Salaverría, R. (2003). Convergencia de los medios. Chasqui, (81), 32-39. https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/1471/1500

O filme Capitães de Abril, de Maria Medeiros: uma narrativa cinematográfica sobre a revolução dos cravos

Cleonice Elias da Silva

As discussões pioneiras do historiador francês, Marc Ferro, falecido no ano de 2021, consolidaram um campo de pesquisa que considera as relações entre História e Cinema. Mais especificamente, estudos que consideram as obras cinematográficas como fontes para a análise histórica. Os cinemas de diferentes nacionalidades e com características estéticas e narrativas variadas produzem discursos sobre períodos da História. O cinema, ou em uma escala mais ampla, as produções audiovisuais exercem influências nos processos de formação das consciências históricas e das memórias coletivas.

Nesse sentido, esta comunicação pretende a analisar que representatividades e narrativas o cinema produziu sobre a Revolução dos Cravos, de 25 de abril de 1974, que levou ao fim o Estado Novo instaurado por Antônio Oliveira Salazar, em Portugal. O *corpus* documental analisado corresponde ao filme *Capitães de Abril*, da atriz e cineasta Maria de Medeiros, lançado em 2000. A obra citada é um longa-metragem de ficção ambientado no contexto

da Revolução dos Cravos, as memórias do capitão Salgueiro Maia inspiraram a cineasta para a realização do filme.

Ela consistirá em uma análise do longa-metragem. A intenção é perceber que narrativa a cineasta constrói a respeito do evento histórico citado, e quais são os elementos estéticos que caracterizam o seu filme.

Outra discussão a ser realizada é a possibilidade de o filme ser analisado nas aulas de História da educação básica. Muitos são os estudos que demonstram o caráter pedagógico que as obras audiovisuais podem assumir no processo de formação na fase escolar ou no ensino universitário. Em linhas gerais, pretende-se incentivar que as e os docentes incorporem obras audiovisuais em suas práticas de ensino diversificando as fontes de análises que subsidiam as discussões em suas aulas.

O trabalho a ser apresentado está organizado em algumas seções. Inicialmente, pretende-se tecer uma reflexão sobre as relações entre Cinema, História e Memória, fruto de nossa pesquisa de doutorado em História Social na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo[1], sobre a cinematografia de Lucia Murat referente à ditadura civil-militar no Brasil.

Em seguida, as discussões serão encaminhadas no sentido de demonstrar que há um debate em Portugal que considera a produção cinematográfica sobre Revolução dos Cravos de 1974, ou seja, os filmes como fontes que apresentam narrativas e representatividades sobre o mencionado evento histórico. Reservamos um espaço para situar a produção de filmes de Susana de Sousa Dias sobre o Estado Novo português, pelo fato de ela resultar de um esforço

1. A pesquisa foi financiada entre o início de 2016 e de 2018 pela CAPES, e até o seu término, no final de 2019, pelo CNPq. A professora doutora Carla Reis Longhi foi a responsável pela orientação.

de resgate de imagens de arquivos e trazer a público histórias de pessoas que foram afetadas pelo autoritarismo político.

Nós temos a intenção de apresentar um breve panorama sobre a produção de mulheres cineastas no cinema português, destacando obras pioneiras, uma vez que o filme que subsidia as reflexões deste trabalho é dirigido por uma mulher. Destacamos algumas características principais presentes no filme *Capitães de Abril.* Acreditamos também ser pertinente apresentar uma discussão breve sobre as mulheres no contexto revolucionário em Portugal da década de 1970.

Por fim, apresentamos uma discussão sobre o cinema e o ensino de História, considerando o contexto brasileiro, onde há um campo de produção acadêmica prolífero que reconhece o potencial pedagógico de obras audiovisuais na educação.

As discussões apresentadas visam colaborar com o campo de estudos sobre as produções fílmicas e suas relações com a História, incentivando que esse debate extrapole os muros das universidades e chegue às escolas. Assim o conhecimento histórico escolar pode tornar-se mais complexo e crítico, colaborando de forma mais efetiva com a formação cidadã das novas gerações.

Plataformas de streaming e o (re)empacotamento: os planos de assinatura da GloboPlay

Fabricia Guedes
Marcelo Bolshaw Gomes
Valquíria Aparecida Passos Kneipp

A atuação das plataformas de *streaming* audiovisual é um fenômeno contemporâneo impulsionado principalmente a partir da ampliação da banda larga e do desenvolvimento de *CODECs* de vídeos[1]. A medida em que o ecossistema audiovisual se torna cada vez mais conectado à internet, a internet aloca esse ecossistema em uma ecologia interconectada (Van Dijck, 2013) e altamente complexa.

Nesse cenário, ao mesmo tempo em que as plataformas de *streaming* parecem distanciar-se das lógicas tradicionais do mercado audiovisual, há operacionalizações que se assemelham às práticas do "velho" *modus operandi*. É o caso da revisitação à lógica de empacotamento da TV por assinatura pelas plataformas de *streaming*. Quando a pioneira do setor de *streaming* audiovisual, a Netflix, inicia as sua operações, ao assinar o serviço era como

1. Tecnologia de *hardware* ou *software* dedicada, principalmente, para comprimir e descomprimir áudio e vídeo digital.

se o usuário estivesse "desempacotando" os planos da TV por assinatura e pagando apenas por um canal, ou por um pequeno conjunto de canais, com um preço mais acessível.

No entanto, quando uma multiplicidade de plataformas começa a atuar nesse mercado surge um desafio para os operadores desse setor. Por quantos serviços o cliente/usuário estaria disposto a pagar? É, então, que essas empresas firmam parcerias e ofertam serviços (re)empacotados, ou seja, assinaturas de planos que dão acesso a mais de uma plataforma, como é o caso do nosso objeto empírico, os planos de assinatura da GloboPlay.

Na obra "Televisão é a nova televisão", Michael Wolff (2015) sinaliza que esses novos agentes do mercado audiovisual estão (re)empacotando o que foi desempacotado. Ao analisar as empresas que investem em audiovisual nas mídias digitais, Wolff (2015) coloca que apesar da oferta de produções *à la carte* proporcionar um modelo com mais liberdade de escolha ao consumidor, com a variedade de serviços de *streaming*, há mais opções, porém, mais taxas. Portanto, esse cenário inevitavelmente corrobora para que as plataformas de vídeo sob demanda (VoD) busquem maneiras viáveis de negócio, uma delas é o retorno ao empacotamento, modelo operacionalizado pela TV por assinatura.

Esta pesquisa, portanto, analisa os planos de assinatura disponíveis na plataforma GloboPlay no mês de maio de 2022, somando um total de 16 planos. Inferimos que oferta de pacotes da plataforma estaria revisitando e, assim, reconfigurando práticas de empacotamento da TV por assinatura. Considerando esses arranjos da cadeia produtiva do setor de *streaming* audiovisual, buscamos compreender, portanto, como a GloboPlay explora a lógica de empacotamento na ambiência do *streaming*.

Compreendemos, assim, que as operações de desempacotamento e (re) empacotamento têm se alternado à medida que as empresas que investem no

streaming audiovisual disputam o mercado e ao mesmo tempo se associam. Essas operações apontam para um mercado flexível e altamente volátil em que padrões oriundos de lógicas capitalistas, já estabelecidos anteriormente pelo setor de mídia, vêm se repetindo. Como Lopes (2013, p. 46) sublinha, esse cenário "tornou possível a recuperação de uma certa economia de escala (ainda que agora assentada sobre serviços variados) e, sobretudo, a intensificação de economias de escopo."

Referências

Lopes, R. S. (2013). A convergência digital e os desatinos do sistema mundo capitalista. In J. M. Carvalho, A. F. Magnoni, & M. Y. Passos (Orgs.), *Economia política da comunicação: digitalização e sociedade*. Cultura Acadêmica.

Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: a critical history of social media*. Oxford University Press.

Wolff, M. (2015). *Televisão é a nova televisão: um triunfo da velha mídia na era digital*. Editora Globo.

A ciência e os recorrentes problemas com a educação em um contexto de pandemia: olhares sobre o embate de narrativas entre o JN e o Governo Bolsonaro

Simone Teixeira Martins

Negação, omissão, descaso, inação. Diversos são os substantivos que podem descrever a falta de atitudes do governo Bolsonaro no enfrentamento da pandemia. Com praticamente 700 mil mortos em seu currículo, o ex-presidente não se preocupou com o avanço da Covid-19 no Brasil. Mostrou-se um pouco consternado apenas no período eleitoral, com receio de perder as eleições para o candidato do PT, Luís Inácio Lula da Silva, o que acabou se confirmando.

Ao longo do período mais letal da pandemia de coronavírus, diversos artigos foram publicados sobre o tema. Muitos deles abordavam o desprezo do governo brasileiro no combate à doença. Nesse sentido, em função desse atravessamento da Ciência e da Educação em função da pandemia, entendemos ser importante abordarmos algumas das ações adotadas pelo então presidente, Jair Bolsonaro, assim como a postura pedagógica assumida pelo jornalismo da Rede Globo, principalmente do Jornal Nacional.

A cobertura sobre o avanço do coronavírus, feita pelo Jornal Nacional, foi se ampliando na proporção em que também havia um aumento de casos no país, mesmo que já houvesse uma cobertura significativa sobre a pandemia a nível mundial no noticiário. Isso porque, desde que o vírus da Covid-19 chegou ao Brasil, a audiência dos noticiários – principalmente da Rede Globo de Televisão – aumentou consideravelmente, assim como foi reforçado o grau de confiabilidade dos brasileiros quanto às informações veiculadas pelos telejornais, de acordo com Pesquisa Datafolha feita por telefone de 18 a 20 de março com 1558 entrevistados em todas as regiões do país. Outro fator resultante do coronavírus foi a mudança na grade de programação da Rede Globo, que fez com que a emissora passasse a transmitir diariamente cerca de 11 horas de conteúdos jornalísticos, predominantemente ao vivo.

Percebemos que o JN produziu repetidamente materiais com caráter didático, informando como as pessoas deveriam se comportar e utilizando-se da Dramaturgia do Telejornalismo (Coutinho, 2012) para se aproximar dos espectadores e educar: apresentavam personagens, situações cotidianas e corriqueiras, hábitos frequentes e a necessidade da mudança de postura. Notamos que, quase diariamente, as orientações do então Ministro da Saúde, Luiz Henrique Mandetta foram veiculadas pelo noticiário, destacando não apenas a importância da prevenção, mas também o reforço para a necessidade de os indivíduos consumirem informação criteriosa e combaterem as *fake news*. Ao longo das reportagens sobre o tema, diversos especialistas foram ouvidos, muitas vezes vários deles em uma mesma notícia. Houve também a informação, algumas vezes repetida, do telefone do Ministério da Saúde – 136 –, a ser utilizado pelos cidadãos para sanar quaisquer dúvidas. Diariamente, depois de informar sobre o avanço da epidemia (cabe ressaltar que a Covid-19 foi nomeada pela Organização Mundial da Saúde como pandemia apenas no

dia 11 de Março de 2020) no Brasil, o JN também abordava o panorama da doença no mundo, promovendo um jornalismo educativo para os espectadores, sem causar pânico, e ajudando a população a se prevenir do novo vírus, promovendo o que Coutinho (2012) destaca como o desfecho tendo sempre uma lição moral. Além disso, diversas reportagens deram voz aos cidadãos, com especialistas respondendo a questões simples apresentadas por eles de forma pedagógica, contribuindo para o correto exercício do jornalismo, em cumprimento aos princípios de educar, entreter e informar próprios da TV.

Referências

Coutinho, I. (2012). *Dramaturgia do telejornalismo: a narrativa da informação em rede e nas emissoras de televisão de Juiz de Fora-MG.* Mauad X.

Dilma Rousseff e Janaína Paschoal: Protagonismo e Antagonismo na Simetria Observativa do Documentário O Processo

Mirella Lopes de Aquino
Marcelo Gomes Bolshaw

Enquanto obra que resulta da inquietação (Sbragia, 2020, p. 72), o documentário é a expressão multissensorial de um tempo, com suas inseparáveis marcas políticas, históricas e sociais. Assim como as pinturas rupestres nos dizem algo sobre a vida na primitividade, os relatos literários, historiográficos, cinematográficos e midiáticos também nos remetem a um imaginário que podemos não ter vivido, mas que nos são transmitidos por meio de narrativas, através das quais organizamos mentalmente o caos dos eventos cotidianos e a aleatoriedade de nossas experiências pessoais, como defende Motta (2013, p. 39).

Diante de uma realidade cada vez menos vivenciada e mais mediada pelos dispositivos tecnológicos, como explica Sodré (2006, p. 122) ao desenvolver o termo *bios midiático* para ilustrar uma nova forma de vida caracterizada por uma realidade que não é mais presenciada, mas construída imageticamente a partir de imagens veiculadas pelos diversos meios de comunicação que se

imiscuem nas diferentes esferas da vida, entender tais narrativas nos permite identificar a disputa de vozes, as estratégias e intencionalidades de seus autores, para que tenhamos instrumentos que nos permitam nos posicionar no mundo com mais autonomia.

No caso do impeachment de Dilma Rousseff, finalizado em 2016, os documentários tiveram um importante papel ao proporem narrativas plurais àquelas predominantes nos tradicionais veículos de comunicação, como aponta Van Dijk (2017, p. 225), que conclui que o jornal O Globo, assim como produtos semelhantes da Rede Globo, atuou para associar Dilma à corrupção e deslegitimá-la, assim como ao seu partido, o PT, e ao ex-presidente Lula, sistematicamente. O documentário *O Processo*, que nasce nessa disputa de narrativas, foi lançado em 17 de maio de 2018, tem direção de Maria Augusta Ramos, 2h20 de duração e acompanha os principais momentos em torno do *impeachment* da presidenta da República a partir do transcorrer burocrático do processo de afastamento de Rousseff da presidência no Congresso Nacional.

Ramos segue a linha do cinema direto e opta pelo estilo de documentário Observativo (Nichols, 2016, p. 186), que preza pela não interferência no ambiente registrado, ausência de entrevistas e narração em *voz over*, numa construção narrativa que tenta se aproximar de uma suposta isenção. Dilma Rousseff foi a primeira mulher a ser eleita presidente da República no Brasil e a oitava na América Latina, questão que não havia sido usada politicamente por ela, mas que também não o foi por Maria Augusta Ramos, apesar do elemento misógino estar presente em todo o processo de *impeachment*. Seu primeiro mandato foi de 2010 a 2014, sendo reeleita e permanecendo no cargo nos anos de 2014 a 2016.

Mesmo com o protagonismo de Rousseff, curiosamente, ela é a personagem que menos fala ao longo do documentário. Sua defesa é, na maioria

das vezes, feita por outrem. Por outro lado, Janaína Paschoal ganha força discursiva ao assumir o papel de antagonista e reforçar estereótipos em torno da figura da mulher, utilizando tais arquétipos para reforçar padrões e dirimir a pluralidade das existências numa grande massa homogênea.

Levando em consideração a metodologia de Análise Crítica da Narrativa, desenvolvida por Motta (2013, p.88), podemos deduzir que a simetria na atenção dada a esses dois opostos da narrativa, Dilma Rousseff e Janaína Paschoal, ao longo de *O Processo* é injusta com a primeira, diante de sua respeitada biografia e da multiplicidade de fatores que resultaram em seu *impeachment*. No entanto, tal leitura também pode ser compreendida, justamente, enquanto denúncia de uma realidade construída e subjugada a interesses particulares com poder social, econômico, cultural e simbólico (Bourdieu, 1989, p.146) suficientes para convencer a maioria de sua legitimidade enquanto agente de um presente em construção, no qual a materialidade histórica é engolida pelos interesses de ocasião.

Referências

Bourdieu, P. (1989). *O poder simbólico*. Bertrand Brasil.

Motta, L. G. (2013). *Análise crítica da narrativa*. Universidade de Brasília.

Nichols, B. (2016). *Introdução ao Documentário*. Papirus.

Sbragia, P. (2020). *Novas fronteiras do documentário: entre a factualidade e a ficcionalidade*. Chiado Books.

Sodré, M. (2006). *As Estratégias Sensíveis: afeto, mídia e política*. Vozes.

Van Dijk, T. A. (2017). How Globo media manipulated the impeachment of Brazilian President Dilma Rousseff. *Discourse & Communication*, *11* (2),199-229. https://doi.org/10.1177/1750481317691838

Videoclipes em 360 graus: estruturas e modos de fruição

Carlos Henrique Sabino Caldas

A presente pesquisa tem como objetivo analisar as estruturas audiovisuais e os modos de fruição de videoclipes interativos em 360 graus, com ênfase na problematização das práticas interacionais. As tecnologias digitais, especialmente a internet, têm impulsionado uma reconfiguração significativa no contexto da produção, consumo e distribuição de conteúdos audiovisuais (Caldas, 2018). As possibilidades de alcance dos videoclipes transcendem agora as limitações dos meios de comunicação tradicionais, uma vez que os dispositivos móveis e as ferramentas interativas propiciam uma participação ativa do receptor (Médola & Caldas, 2014, 2015; Caldas, 2016, 2017, 2018, 2020, 2021). Essa dinâmica reflete o fenômeno conhecido como cultura da convergência, conforme descrito por Henry Jenkins (2008), caracterizado pelo encontro entre mídias novas e tradicionais, permitindo uma maior interação entre a comunicação alternativa e corporativa na esfera midiática. Isso implica na interação entre o poder dos produtores de mídia e o poder dos consumidores.

Nesse contexto, surgiram novas formas de expressão audiovisual, como a tecnologia em 360 graus, amplamente utilizada na produção e consumo de

conteúdo contemporâneo. Essa tecnologia proporciona experiências imersivas e interativas, permitindo que os espectadores interajam em um ambiente visual imersivo e explorem novas possibilidades de fruição nos videoclipes. Diante dessas transformações na comunicação audiovisual e nas práticas de fruição do videoclipe, impulsionadas pelas plataformas digitais e tecnologias emergentes, surge a necessidade de um estudo que observe esse fenômeno. O objetivo dessa pesquisa é analisar as estruturas da linguagem audiovisual em 360 graus e investigar os diferentes modos de fruição dos videoclipes nesse formato, especialmente os disponibilizados no YouTube, uma das principais plataformas de compartilhamento de vídeos na atualidade.

O *corpus* da pesquisa foi construído a partir da coleta da primeira década de videoclipes em 360 graus, com destaque para a obra "Avicii - Waiting For Love (360 Video)" publicada em 2015 no YouTube, realizado por Caldas (2018). A metodologia empregada neste trabalho é qualitativa, por meio da análise dos regimes de interação e sentido (Landowski, 2014). Para a abordagem qualitativa dos modos de fruição dos videoclipes em 360 graus, foram analisados os comentários com maior interação, identificando assim as estratégias enunciativas que constituem os mecanismos de discursivização dos comentários em plataformas hipermidiáticas, utilizando o arcabouço teórico-metodológico da sociossemiótica, com destaque para os regimes de interação.

Como resultados, dos mais de 8 mil comentários analisados, foram identificadas práticas interacionais como comentários de elogio nos regimes da programação, comentários de identificação com o artista no regime da manipulação, comentários de crítica, perguntas sem respostas e aleatórios no regime do acidente, além de comentários com dicas e perguntas e respostas entre os interatores no regime do ajustamento. Essas práticas interacionais identificadas nos comentários dos videoclipes interativos em 360 graus

apontam para as possibilidades de identificação de práticas de consumo de audiovisuais que utilizam novas tecnologias. Dessa forma, os produtores, a partir desses estudos de interação, podem desenvolver estratégias de análise de práticas de consumo que influenciem diretamente nos processos de criação e desenvolvimento de novos projetos de publicização e circulação de vídeos e conteúdos em multiplataforma.

Referências

Caldas, C. H. S. (2016). A produção de sentido no videoclipe interativo: uma abordagem semiótica da construção narrativa da experiência The Johnny Cash Project. *Parágrafo: Revista Científica de Comunicação Social da FIAM-FAAM, 4*, 249-257.

Caldas, C. H. S. (2017). A era dos clipes musicais interativos: a produção de sentido nas práticas interacionais da experiência just a reflektor. *Revista Geminis, 8*, 68-82.

Caldas, C. H. S. (2018). *Videoclipe interativo: novas formas expressivas no audiovisual* [Tese de doutorado, Universidade Estadual Paulista - UNESP].

Caldas, C. H. S. (2020). Videoclipes interativos: o estado da arte da primeira década (2007-2016). *Tropos: Comunicação, Sociedade e Cultura, 9*, 1-21.

Caldas, C. H. S., Merenciano, L. H., & Feliciano, L. A. (2021). Novas tecnologias e inovações na produção audiovisual: análise sociossemiótica das três experiências interativas do diretor Chris Milk e do programador Aaron Koblin. *Temática - Revista eletrônica de publicação mensal, 17*, 35-50.

Jenkins, H. (2008). *Cultura da convergência.* Aleph.

Landowski, E. (2014). *Interações arriscadas.* Estação das Letras e Cores.

Médola, A. S. L. D., & Caldas, C. H. S. (2014). Videoclipe em ambiente de convergência midiática: regimes de sentido e interação. *Comunicação, Mídia e Consumo, 10*, 121-141.

Médola, A. S. L., & Caldas, C. H. S. (2015). Regimes de interação no videoclipe: a experiência interativa de The Wilderness Downtown. *Galáxia, 1,* 35-47.

Army-BTS e o voto jovem: aproximações e apagamentos na cobertura telejornalística nas eleições brasileiras de 2022

Sara Rodrigues de Moraes Bridi
Jhonatan Alves Pereira Mata

Relatórios e pesquisas que se debruçam sobre a literacia midiática (Borges & Barbosa, 2019; União Europeia, 2018, 2020) apontam a diminuta capacidade ética e interpretativa, em diferentes partes do mundo, ao tratarem do modo como indivíduos consomem, interagem, compartilham e produzem produtos de mídia com vistas a se compreenderem como cidadãos. Se de um lado percebe-se a baixa resposta institucional para lidar com essas questões, especialmente no Brasil, o vácuo que se forma em torno do desenvolvimento de habilidades políticas, sobretudo entre os mais jovens, tem sido preenchido por comunidades de fãs. Hirsjärvi (2013) afirma que as atividades de um fandom permitem observar uma multiplicidade de competências em operação e o desenvolvimento de novas possibilidades de aprendizado. Os fandoms extrapolam seus propósitos primários de entretenimento para se envolverem em causas defendidas por seus ídolos, valendo-se de estruturas e organizadas em rede em plataformas digitais para articular ações em um mix de informação, militância

e entretenimento (Jenkins, 2009). Esta abordagem para alfabetização midiática enfatiza os jovens como capazes, resilientes e ativos em suas escolhas como ambos consumidores de mídia e produtores criativos (Hobbs, 2011). O estudo da cultura de fãs deslocou o entendimento do aficcionado como alguém sem senso crítico ao papel ativo das audiências até definir a identidade do fã pelo seu comportamento, que transforma relações sociais, econômicas e culturais ao nível global (Herrero-Diz, 2017). Curiosamente, os levantamentos realizados no âmbito do projeto Sinestelas (CNPq/UFJF) mostraram a pouca compreensão nas redações de telejornais brasileiros da cultura de fãs, que mal é considerada como notícia. Diante desse cenário e pensando num contemporâneo ambiente de "telejornalismo multitelas", nossa proposta tem o objetivo de compreender as relações entre os fluxos de comunicação das comunidades de fãs que agem sobre o real e as funções pedagogizantes nas repercussões exibidas nos tele-noticiários brasileiros a respeito das ações pró-voto jovem mobilizadas, no período pré-eleitoral brasileiro de 2022, pelo fandom "Army Help the Planet". Parte-se da ideia básica de que as tecnologias de comunicação e informação geram ambientes que afetam os sujeitos, modelam sua percepção e cognição, interferem na formação de identidades pessoais e de grupo, relações sociais e estruturas de poder (Meyrowitz, 2009). Nesse ambiente, as pessoas são protagonistas efetivas, assumindo centralidade nessas dinâmicas com a produção de novos conteúdos posteriores à recepção. Ou ainda com o consumo desses conteúdos produzidos pelo próprio público. Diante da aceleração das inovações tecnológicas, deparamo-nos com uma importante transformação no campo das interfaces, que impacta diretamente nas questões desmembradas aqui: as plataformas digitais, infraestruturas programáveis que facilitam e moldam interações personalizadas entre usuários, organizadas por meio de coleta sistemática, processamento algorítmico, monetização e circulação de

dados (Poell et al., 2018). O fenômeno da plataformização, com novas possibilidades de interação e fluxos comunicacionais, condiciona efeitos múltiplos, desde processos de produção e organização de movimento, passando pela emergência de um espaço político ao alcance das mãos. Ao mesmo tempo, o fenômeno implica em modos de apropriações individuais e coletivas das mídias, além de mudanças nas relações entre produtores e públicos que por vezes alternam nessas "funções" num cenário de prosumers e de estratégias de informalidade e vernizes amadores no audiovisual (Mata, 2019) no desenvolvimento de linguagens e nas formas de expressão, formando um conglomerado de vivências e elementos em interação. Para melhor compreender o espaço transmidiático, onde transitam jovens militantes, e telejornalístico como um locus de ensino, buscamos o conceito de "dispositivo pedagógico da mídia" (Fischer, 2002, p. 153) no qual se nota uma dimensão pedagógica das mídias como parte do processo de educar e emancipar as pessoas por meio de imagens, significações e construções de conhecimentos. Em nosso recorte, mobilizamos 13 matérias de telejornais publicadas durante o período eleitoral, em 2022, que repercutiram ações pró-voto jovem empreendidas por diferentes frentes institucionais e da sociedade civil. Por meio da análise da materialidade audiovisual (Coutinho, 2016), mapeamos indícios, traços e tendências de narrativas, formatos e tecnologias capazes de reunir públicos e telas diversos, com destaque para jovens brasileiros, imersos nos hibridismos entre informação e entretenimento. Como resultados, detectamos um fosso comunicacional entre os processos telejornalísticos e os espaços transmidiáticos por onde transita o público jovem interagente.

Referências

Borges, G., & Barbosa, M. (2019). *Competências midiáticas em contextos brasileiros* (1ª ed., Vol. 1). Editora UFJF.

Coutinho, I. (2016). O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível. *Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 39*, 1-15.

Fischer, R. M. B. (2002). O dispositivo pedagógico da mídia: modos de educar na (e pela) TV. *Educação e Pesquisa, 28*(1), 151-162. https://doi.org/10.1590/S1517-97022002000100011

Hirsjärvi, I. (2013). Alfabetización mediática, fandom y culturas participativas. *Anàlisi Monogràfic,* (48), 37-48. https://ddd.uab.cat/record/112869

Hobbs, R. (2011). The State of Media Literacy: A Response to Potter. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 55(*3), 419-430. https://mediaeducationlab.com/sites/default/files/Hobbs

Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência* (S. Alexandria, trad.). Editora Aleph.

Mata, J. (2019). *O Amador no audiovisual: a incorporação de conteúdos gerados por cidadãos comuns às produções jornalísticas da TV brasileira.* Editora UFJF.

Meyrowitz, J. (2009). Medium theory: An alternative to the dominant paradigm of media effects. In R. L. Nabi, & M. B. Oliver (Eds.), *The Sage Handbook of Media Processes and Effects* (pp. 517-527). Sage. https://www.academia.edu/12688710/_Medium_Theory_An_Alternative_to_the_Dominant_Paradigm_of_Media_Effects_

Poell, T., Waal, M. de, & Dijck, J. V. (2018). *The Platform Society: Public Values in a Connective World.* Oxford University Press.

União Europeia (2018). DigComp: The European Digital Competence Framework. https://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=20955&langId=en

União Europeia (2020). Transliteracy H2020 Research and Innovation Actions. http://transmedialiteracy.upf.edu/sites/default/files/files/TL_whit_en.pdf

Desertos televisivos no Nordeste brasileiro: análise da ausência de emissoras de televisão no interior da região

José Jullian Gomes de Souza
Francisco das Chagas Sales Júnior

Na região Nordeste do Brasil, a primeira emissora local de televisão entrou em operação em 1960. Foi a TV Rádio Clube de Recife, em Pernambuco, pertencente ao grupo Diários Associados do jornalista e empresário Assis Chateaubriand (Santana,2007). A partir desse momento, outras emissoras foram sendo implantadas nos demais estados nordestinos, a maioria localizada nas capitais (Sales Júnior & Kneipp, 2022). Oque direcionou a atenção deste estudo para a presença de emissoras para além desses grandes centros, com foco nos territórios do interior. Nesse contexto, surgiram os seguintes questionamentos: Quais são os territórios interioranos que não são ocupados com a presença de emissoras de televisão no Nordeste do Brasil? Quais são os efeitos acarretados a partir desta ausência da principal mídia de circulação no país, para a visibilidades dos problemas socioculturais,construção dos laços de pertencimento, proximidade e identidade dessas localidades e sujeitos? Esta discussão se justifica para compreender o processo de monopolização

e controle da mídia e a relação com políticos locais e regionais, mediante ao processo de concentração midiática (Pasto, 2023; Pinto, 2023).

Metodologia

Este estudo parte de uma abordagem quanti-qualitativa, por meio de um estudo de caso (Yin, 2015), com foco na localização das principais emissoras de televisão do Brasil na região Nordeste (TV Globo, SBT, Record TV, Band e TV Cultura), e uma pesquisa descritiva. A partir disso, verificamos os territórios do interior que não são contemplados com a presença de emissoras e como eles dialogam com a ideia de desertos televisivos a partir da Atlas de Notícias.

Resultados e discussões

No território do interior nordestino, a primeira emissora foi a TV Borborema, localizada em Campina Grande, Paraíba (Silva, 2009). O estado é o único onde o primeiro canal local de televisão não foi implantado na capital, como ocorreu nas demais unidades da federação (Sales Júnior e Kneipp, 2022). Nesse caso, foi escolhido um dos maiores municípios do interior paraibano. Isso nos direciona para refletir acerca dos desertos televisivos, a partir da ideia de desertos de notícias, e a relação que é estabelecida com os territórios interioranos. Pois, entendemos que a maior parte deste territórios não possuem emissoras locais. O que reflete no modo como esses sujeitos interagem com a televisão, criando um sentimento de proximidade, pertencimento e colaborando para a construção de identidades. Portanto, este trabalho buscou investigar os desertos televisivos como um campo mais específico do que vem sendo denominado de desertos de notícias, com iniciativas de pesquisa como o Atlas da Notícia desenvolvido pelo Projor (2019), e em pesquisa sobre jornalismo

e territórios que perpassam por esta discussão como identificado em Aguiar (2016), Deolindo (2018), Javorski et al. (2020). Contudo, direcionando nossa atenção para o âmbito da televisão.

Considerações parciais

Compreendemos, inicialmente, que estes territórios interioranos estão em oposição aos grandes centros urbanos, no que se refere a presença de empresas/emissoras de TV - onde geralmente está concentrado as grandes empresas midiáticas de televisão e outros meios. Logo, esta ausência, invisibiliza ou diminui acultura, a história, os problemas, os sujeitos e as suas paisagens na televisão.

Referências

Aguiar, S. (2016). *Territórios do jornalismo: geografias da mídia local e regional no Brasil.* Editora PUC-Rio.

Deolindo, J. da S. (2018). *O deserto da notícia no interior Brasil - apontamentos para uma pesquisa* [Trabalho apresentado]. 41 Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Joinville, SC, Brasil.

Javorski, E., Bargas, J., & Barroso, L. (2020). *Os desafios da produção jornalística laboratorial em um deserto de notícias* [Trabalho apresentado]. 43 Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Salvador, BA, Brasil.

Pasti, A. (2023). Vozes concentradas: propriedade e consumo de mídia no território brasileiro. In O. Bandeira, G. Mendes, & A. Pasti (Orgs.), *Quem controla a mídia? Dos velhos oligopólios aos monopólios digitais* (1ª ed., pp. 31-48). Ed. Coletivo Intervozes.

Pinto, P. A. (2023). Políticos donos de mídias: problema histórico permanece no Brasil. In O. Bandeira, G. Mendes, & A. Pasti (Orgs.), *Quem controla a mídia? Dos velhos oligopólios aos monopólios digitais* (1ª ed., pp. 49-78). Ed. Coletivo Intervozes.

Sales Júnior, F. das C., & Kneipp, V. A. P. (2022). A regionalização da TV no Brasil: a implantação das emissoras pioneiras nos estados e regiões. *Revista Brasileira de História da Mídia, 11*(2), 143-461.

Santana, J. J. B. (2007). *A televisão pernambucana por quem a viu nascer.* Ed. do autor.

Silva, S. T. da. (2009). *Por uma história da mídia televisiva em Campina Grande 1961-1965* [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Campina Grande].

Yin, R. K. (2015). *Estudo de caso: planejamento e métodos.* Bookman.

Representação das mulheres em The Last of Us parte I: do videogame à ficção seriada

Marina Alvarenga Botelho
Lara Karoline Souza de Aquino
Deborah Luísa Vieira dos Santos
Mayra Regina Coimbra
Mariane Motta de Campos

Este artigo analisa as representações das personagens mulheres no videogame "The Last of Us – Parte I" (TLOU) e sua posterior transposição para a ficção seriada. A partir de análise fílmica, (Penafria 2009) e comparativa de cenas do jogo e da série, o estudo examina como os personagens femininos são retratados ao longo da narrativa, considerando suas características, papeis e desenvolvimento ao longo da história. Além disso, investiga como essas representações podem ter sido adaptadas ou reinterpretadas na adaptação intersemiótica do meio digital para a ficção televisiva.

Como base para as discussões teóricas, nos debruçamos sobre referenciais dos Estudos de Jogos (*Game Studies*) em diálogo com estudos de gênero, a partir de Murray (2018), Shaw (2014), Ruberg e Shaw (2017), Heritage (2022), Paredes-Odero (2022) e Silva (2022). Acerca de adaptações

para ficções seriadas, trabalharemos com Hutcheon (2006), Joyce (2023), Serelle (2023), Thomas (2022) e Stevens (2021).

Como método de análise e discussão, optamos pelo recorte de cenas no jogo e na série para realizarmos análise fílmica, de acordo com o proposto por Penafria (2009), bem como exploraremos os papeis e as representações das principais personagens mulheres na versão digital e na versão televisiva das obras.

O jogo de videogame TLOU foi lançado em junho de 2013 para a plataforma Playstation 3, de forma exclusiva. Desenvolvido pela Naughty Dog e publicado pela Sony Interactive Entertainment, TLOU é considerado um jogo de sobrevivência, ação e aventura, se passa em um cenário pós-apocaliptico e é jogado em terceira pessoa. A narrativa acompanha os protagonistas Joel, um contrabandista de uma zona de quarentena, e Ellie, uma menina de 14 anos imune ao fungo mutante causador do colapso do mundo como conhecíamos. Joel deve levar Ellie aos Vaga-Lumes, uma milícia de rebeldes contra aqueles que detém o poder nas zonas de quarentena.

O jogo causou grande impacto em seu lançamento, sendo aclamado pela crítica e pela comunidade *gamer*, não só por aspectos técnicos, artísticos e de jogabilidade, mas principalmente por seu enredo e pela representação de personagens femininas e da comunidade LGBTQIAP+. Vencedor de mais de 200 prêmios, TLOU ganhou sua continuidade em 2020 - The Last of Us - Part II (TLOU2), que causou ainda mais conversação entre a comunidade, novamente pelo protagonismo e pela quebra de clichês em representações de personagens, mas também pela violência e posicionamentos éticos nos quais o jogo obriga o jogador a se colocar.

Dez anos após seu lançamento, TLOU foi adaptado para ficção seriada, produzida e levada ao ar pelo canal de televisão por assinatura HBO.

Em nove episódios, a série adaptou o enredo do jogo homônimo e foi protagonizado pelos atores Pedro Pascal e Bella Ramsey nos papeis de Joel e Ellie respectivamente. O programa foi bem recebido e aclamado pela crítica e pelas comunidades de fãs, tendo sido considerado, ainda, uma série que quebra a "maldição" das más adaptações de videogame para ficções seriadas, como comentou Burgess (s.d.).

Grande parte desse sucesso se dá aos papeis exercidos pelas mulheres nas duas mídias, como responsáveis pelas principais motivações da jornada percorrida pelos personagens. Além de ocupar o papel de uma menina lésbica de 14 anos, o jogador conhece mulheres em papeis de liderança, não-clichês e que não reproduzem estereótipos conservadores de gênero.

Podemos ver essas escolhas, também na série, como o papel da médica que primeiro começa a investigar o surto do fungo que posteriormente transformará pessoas em zumbis ou monstros. Há, ainda, a líder dos Vaga-Lumes, Marlene, quem pede a Joel e sua parceira, Tess, que levem Ellie ao hospital. Tanto. Tanto Marlene, quanto Tess podem ser vistas como motivadoras da jornada percorrida pelos protagonistas e não reproduzem características de papeis tradicionais de mulheres no universo machista dos videogames. Do jogo à série, é importante examinar as estratégias de adaptação intersemiótica de uma mídia à outra: mesmo o jogo tendo sido aclamado por sua diversidade na representação de seus personagens, a série expande as discussões na construção dos personagens.

Referências

Burgess, J. (s.d.). Can The Last of Us TV series finally break the bad video game adaptation curse? *The Conversation.* https://theconversation.com/can-the-last-of-us-tv-series-finally-break-the-bad-video-game-adaptation-curse-197898

Heritage, F. (2022). Magical women: Representations of female characters in the Witcher video game series. *Discourse, Context & Media, 49*.

Hutcheon, L. (2006). *A Theory of Adaptation.* Routledge.

Joyce, S. (2023). Video Games in Transmedia Storyworlds: The Witcher and the Mothership Problem. *Imagining the Impossible: International Journal for the Fantastic in Contemporary Media, 2*(1). https://doi.org/10.7146/imaginingtheimpossible.129696

Murray, S. (2018). *On Video Games.* Routledge.

Paredes-Otero, G. (2022). Empowerment in the representation of female characters in video games. Raising awareness of social problems with The Last of Us Part II. *OBRA DIGITAL, 22*, 81-96. https://doi.org/10.25029/od.2022.330.22

Penafria, M. (2009). *Análise de Filmes - conceitos e metodologia(s)* [Trabalho apresentado]. VI Congresso SOPCOM.

Ruberg, B., & Shaw, A. (2017). *Queer Game Studies.* University of Minnesota Press.

Serelle, M. (2023). A adaptação como ficção expandida na série contemporânea. *Matrizes, 17*(1), 21-36.

Shaw, A. (2014). *Gaming at the Edge: Sexuality and Gender at the Margins of Gamer Culture.* University of Minnesota Press.

Silva, L. L. (2022). *Doctor Who? She! Representação e representatividade femininas sob a perspectiva de gênero na narrativa seriada Doctor Who* [Doctoral thesis, Universidade Federal de Sergipe].

Thomas, C. (2022). Introduction: The Art of Adaptation in Film and Video Games. *Arts, 11*, 71. https://doi.org/10.3390/arts11040071

Stevens, E. C. (2021). Video Game to Streaming Series: The Case of Castlevania on Netflix. In A. Stacey, & L. Jowett (Eds.), *Global TV Horror*. University of Wales Press.

A credibilidade do telejornal posta à prova: estudo de caso do JN na pandemia

Luciana Soares de Morais
Cláudia de Albuquerque Thomé

O atual ecossistema midiático, desde a *web* 2.0, provocou uma mudança de comportamento do indivíduo, alterando seu papel na lógica comunicacional, de um lado emissores e do outro receptores, agora ocupando as duas posições, permitindo que a produção da informação seja participativa, tanto no telejornal quanto para sites de notícias e redes sociais, o que não exclui que seja realizado um filtro por parte do profissional. Em sua obra, "*We, the media"*, Dan Gilmor relata a participação do público, em seus *weblogs*, com publicações sobre o 11 de setembro nos EUA, atuando como jornalistas-cidadãos, pessoas sem formação técnica em jornalismo. Além deste mega acontecimento, outros fenômenos também tiveram adesão de indivíduos atuando como jornalistas, como o caso da Mídia Ninja no Brasil, em 2013, em meio às manifestações de junho contra o aumento das tarifas do transporte público. Com o advento tecnológico, qualquer pessoa com um sinal de internet e suporte de publicação interfere no processo comunicativo. A avalanche informativa que advém desse modelo tecnológico traz uma nova configuração na produção e no consumo

de conteúdo noticioso. Segundo Castilho e Fialho (2009), antes da internet a imprensa se configurava como meio de conhecimento, porém, como os autores pontuam depois da crescente quantidade de informação gerada, compartilhada e consumida, “a imprensa deixou também de ser referência obrigatória em matérias de notícias” (Castilho & Fialho, 2009, p. 128). Entretanto, segundo Becker (2016) “os telejornais ainda são uma extraordinária e poderosa fonte de informação, mesmo sob os impactos da convergência e das redações integradas” (Becker, 2016, p. 31). No caso do telejornalismo, vemos o quanto a transmidialidade e convergência Jenkins (2009) alteraram as coberturas, tendo uma “forma muito mais personalista e coloquial de contar o cotidiano, que flerta com o entretenimento, e revela a intimidade daqueles que fazem a notícia" (Musse & Thomé, 2016). Em 2020, em meio a um dos piores momentos da pandemia da Covid-19, o Jornal Nacional, da Rede Globo, exibiu o quadro "Aqui Dentro", no qual profissionais da área da saúde detalhavam, em vídeo, produzido por eles, e enviados a emissora de forma colaborativa, como estava sendo trabalhar no auge da pandemia. Durante a exibição, o JN cometeu um erro (corrigido após tomar conhecimento do ocorrido) ao apresentar uma profissional, associando sua fala, que apontava as dificuldades enfrentadas com a falta dos EPIs, equipamento de proteção individual, ao local onde estava gravando o vídeo, ou seja, de um dos hospitais em que atuava. O apontamento da médica não era referente à instituição de onde, apenas, fez a gravação. Contudo, a instituição se pronunciou no site institucional e nas redes sociais dizendo que a fala dela não correspondia à verdade. Além disso, redes sociais de políticos ligados à extrema direita no Brasil republicaram a nota da instituição, apontando o telejornal como mentiroso, além de expor a médica. Desta forma, o corpus de análise compreende duas edições do Jornal Nacional do dia 22 e 25 de maio de 2020, a partir da análise Televisual (Becker, 2016),

que por um erro na divulgação de uma informação deste quadro, potencializou que sites de notícias e redes sociais aproveitassem para dar uma outra conotação ao assunto, fomentando o engajamento de fake news (Intercom, 2022), alimentando a desinformação na internet.

Referências

Becker, B. (2016). *Televisão e Telejornalismo: Transições.* Estação das Letras e Cores.

Castilho, C., & Fialho, F. (2009). O jornalismo ingressa na era da produção colaborativa de notícias. In C. Rodrigues (Org.), *Jornalismo On-line: modos de fazer.* Ed.PUC-Rio, Editora:Sulina.

Gillmor, D.(2006). *We the Media.* O'Reilly.

Intercom. (2022, setembro 07). *Abertura do 45º Ciclo de Estudos Interdisciplinares da Comunicação* [Vídeo]. YouTube. https://youtu.be/rilIS5AGih8

Jenkins, H. (2009). *Cultura da Convergência.* Editora Aleph.

Musse, C., & Thomé, C.(2016). *Telejornalismo e redes sociais: as narrativas do "eu" e a customização da notícia no "GloboNews em Pauta"* [Trabalho apresentado]. 14º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, Palhoça, SC, Brasil.

Thomé, C., Miranda, P., & Martins, V. (2019). Não basta noticiar, tem que garantir que é verdade: estratégias narrativas e a ameaça das fake news no telejornalismo. *Trama: Indústria Criativa em Revista, 8*(1), 24-43

A Região Norte do Brasil no telejornalismo nacional: apontamentos teóricos para uma proposta metodológica

José Tarcísio Silva Oliveira Filho
Rafael Barbosa Fialho Martins

Esta pesquisa realiza discussões teóricas, com contribuições metodológicas, para compreender a relação entre as identidades da região Norte brasileira e o telejornalismo produzido para alcance nacional. Para isso, por meio de pesquisa bibliográfica (Stumpf, 2012), são acionados conceitos sobre identidades, mídia, formação do território nortista e o próprio telejornalismo de escala nacional. A região Norte do Brasil envolve sete estados, sendo a maior da nação em termos de extensão territorial. É uma terra de extremos: possui a menor população do país, com 17,3 milhões de habitantes (IBGE, 2023a) e também o menor Produto Interno Bruto entre as cinco regiões (IBGE, 2023b). Por outro lado, é visada internacionalmente pela sua biodiversidade, principalmente pela presença da floresta amazônica, a maior em extensão do mundo.

Neste aspecto, indaga-se o papel do telejornalismo nacional enquanto um possível articulador entre regiões, contribuindo para a inserção identitária do Norte brasileiro em um nível mais amplo. Ressalta-se que essa reflexão não

é propriamente inédita: a própria configuração do estabelecimento de redes de afiliadas entre estações de televisão e a proposta de criação de um *Jornal Nacional*, que integrasse a nação no final da década de 1960, era uma estratégia não apenas empresarial do Grupo Globo, mas também política do Governo Militar vigente, que apoiou a iniciativa e fez investimentos para a transmissão via satélite (Temer, 2019). Coutinho e Musse (2010) dizem que a construção de uma identidade histórica e afetiva de nação esteve presente nas narrativas de jornais desde a segunda metade do século XIX, entretanto, reforçam que "na contemporaneidade esses laços sociais são construídos especialmente por meio das narrativas televisuais, seja nos produtos de caráter ficcional ou nos telejornais" (Coutinho & Musse, 2010, p. 4).

Desse modo, surge a necessidade de discutir o conceito de identidades atrelado à mídia, especificamente ao telejornalismo. A região Norte é composta, entre outros povos, por imigrantes (principalmente de países que fazem fronteira), migrantes nacionais (que contribuíram para o povoamento da região), indígenas (povos originários de diferentes etnias) e ribeirinhos. A diversidade cultural é um aspecto que traz complexidade para o telejornalismo nacional em termos de conseguir abarcar as identidades presentes na região.

Castells (2010) entende a identidade como um processo de construção de significado com base em um atributo cultural ou um conjunto de atributos culturais. São identificadas ao menos três formas de identidades: 1) a *identidade legitimadora*, introduzida pelas instituições dominantes da sociedade com o intuito de ampliar e racionalizar sua dominação via atores sociais; 2) a *identidade de resistência*, gerada pelos atores que estão em posições/condições desvalorizadas e/ou estigmatizadas pela lógica da dominação; 3) a *identidade de projeto*, quando os atores sociais, com base em aspectos culturais que estão disponíveis, constroem uma nova identidade que redefinem

sua posição na sociedade, buscando a transformação da estrutura social mais ampla (Castells, 2010).

Não buscamos nesse trabalho classificar as identidades nortistas nas formas identitárias propostas por Castells (2010), mas chamamos atenção para construções metodológicas que deem conta de problematizar as identidades projetadas pelos telejornais, evitando um olhar legitimador para as narrativas que buscam construir uma identidade de nação, no singular. Assumimos, portanto, a necessidade de metodologias transdisciplinares, que não apenas forneçam elementos a partir da Comunicação para análise das identidades em programas informativos, mas que antes, promovam um esforço teórico, por meio das áreas das Ciências Sociais e da Geografia, por exemplo, para compreender aspectos históricos, políticos e culturais que podem problematizar as análises telejornalísticas sobre identidades.

Desse modo, propõe-se trazer para o centro das análises sobre identidades nacionais, focadas na emergência dos regionalismos, não a busca de uma identidade legitimadora, mas o reconhecimento da diferença e da diversidade pelos telejornais nacionais. Essa forma de lidar com as identidades tem sido abordada por autores como Silva (2020) e Woodward (2020), que trazem para o centro do debate o reconhecimento das diferenças, do outro. Logo, a visibilidade das regionalidades nortistas por telejornais nacionais pode ser tensionada pelo reconhecimento de suas diferenças em relação às demais regiões do país, concedendo cores e sons aos povos originários, ribeirinhos e imigrantes, além de temáticas que fazem parte do cotidiano sociocultural da região, como os saberes tradicionais, as disputas locais, as mobilidades humanas, entre outras que se tornam aparentes a partir da transdisciplinaridade.

Referências

Castells, M. (2010). *The power of identity*. Ed. Blackwell Publishing.

Coutinho, I., & Musse, C. (2010). Telejornalismo, narrativa e identidade: a construção dos desejos do Brasil no Jornal Nacional. *Revista ALTERJOR, 1*(1), pp. 1-16.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2023a). *Censo Demográfico 2022*. https://censo2022.ibge.gov.br/panorama/

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2023b). *Produto Interno Bruto – PIB*. IBGE, 2023. https://www.ibge.gov.br/explica/pib.php

Ssilva, T. (2000). A produção social da identidade e da diferença. In T. Silva (Ed.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais* (1a ed., Vol. 1, pp. 73-102). Ed. Vozes.

Stumpf, I. (2012). Pesquisa bibliográfica. In J. Duarte, & A. Barros (Eds.), *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação* (1a ed., Vol. 1, pp. 51-61). Ed. Atlas.

Temer, A. (2019). O nacional e o local: relações de complementariedade e dependência. In I. Coutinho, & C. Emerim (Orgs.), *Telejornalismo local: teorias, conceitos e reflexões* (1a ed., Vol. 1, pp. 75-90). Ed. Insular.

Woordward, K. (2000). Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual.n T. Silva (Ed.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais* (1a ed., Vol. 1, pp. 7-72). Ed. Vozes.

A experiência universitária audiovisual e a força da favela na Covid-19 pelas lentes do Lecc

Cristiano Henrique Ribeiro dos Santos
Ana Paula Goulart de Andrade

A maior crise sanitária do século trouxe consequências mundiais inimagináveis e escancarou a desigualdade histórica impactando em questões sociais, políticas, econômicas e comunicacionais, que ainda estão sendo processadas pela sociedade. Só no Brasil foram mais de 704 mil óbitos confirmados.

As favelas no Rio de Janeiro, particularmente, passaram por períodos de extrema provação, já que o vírus se espalhou mais rapidamente nos ambientes vulneráveis diante da ausência de políticas públicas, acentuada no governo do então presidente do Brasil, Jair Messias Bolsonaro. O Radar Favela Covid-19 (2020), lançado pela Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz) reuniu relatos que comprovaram a situação dramática enfrentada nestes territórios. Nesse sentido, a Covid-19 evidenciou ainda mais a ineficácia nas periferias das grandes cidades que precisaram se rearranjar, resgatando a força da comunidade liderada por coletivos para driblar as mazelas já estabelecidas, acentuadas pela pandemia.

Temos em mente que o empenho da comunidade no enfrentamento da Covid-19 fortaleceu os vínculos da comunicação comunitária em forma

de resistência, a partir do conceito do comum, eixo norteador desta pesquisa, conforme Paiva (2003), Santos (2006) & Sodré (2014).

Foi neste contexto de incertezas e reinvenção compulsória para sobrevivência nas comunidades do Rio de Janeiro que o Laboratório de Estudos em Comunicação Comunitária da Universidade Federal do Rio de Janeiro - Lecc (CNPq- UFRJ), estreitando as relações da universidade com as populações empobrecidas historicamente, realizou em outubro de 2022 minicursos com mais de 40 coletivos do Estado do Rio de Janeiro para investigar ações geradas no enfrentamento da pandemia, respondendo à crise sanitária e política através de ações diretas com as populações das favelas. Os coletivos que surgiram em 2020 trabalharam inicialmente com a produção de informações sobre a Covid19 e, de acordo com as particularidades das favelas, ao passar do tempo, eles focaram em outras necessidades que surgiram na favela à partir do avanço do coronavírus no país. Ou seja, para além de produzirem comunicação comunitária, focalizaram em saúde pública, fizeram campanhas de incentivo à vacinação (enfrentando o processo de desinformação gerado pelo próprio governo), campanhas pelo direito à água, além de arrecadação de alimentos e kits de higiene para distribuir aos mais necessitados das suas localidades.

Como iniciativa de representação televisual dos coletivos envolvidos na movimento do Laboratório, a coordenação audiovisual do Lecc desenvolveu uma atividade de extensão visando a aproximação dos coletivos inscritos nos minicursos com o corpo discente da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, reforçando o tripé: ensino, pesquisa e extensão. Para a realização desta fase foi mobilizada uma equipe de reportagem formada por dois alunos da Disciplina de Jornalismo Audiovisual, além de um técnico colaborador voluntário. As etapas (apuração, produção, reportagem e edição) destacaram a intersecção entre teoria e prática. Nesse sentido, “se, por um lado,

as disciplinas teóricas embasam o conhecimento sobre o fazer televisivo, por outro as práticas desenvolvem as competências técnicas e as habilidades que possibilitam os exercícios de produção, de acordo com Carravetta (2010, p. 11).

Assim sendo, o objetivo deste artigo é mostrar a importância de ações universitárias que revelem o teor reflexivo do jornalismo audiovisual, conforme Becker et al. (2021), além da necessidade de enquadramento de temas sensíveis, plurais, inventivos, democráticos e diversos, bem como o exercício da prática que reuniu vozes do telejornalismo, conforme Machado (2005), tantas vezes silenciadas nos territórios menos favorecidos, mas que foram fundamentais durante o período de pandemia da Covid-19 e que puderam ser, finalmente, ouvidas a partir de produções de duas reportagens sobre a experiência do Lecc, revelando a força do audiovisual na representação das comunidades.

A produção audiovisual voltada para o protagonismo dos representantes dos coletivos flagrou a ausência de representação midiática do cotidiano da favelas, muitas vezes enquadrada pela mídia de referência no valor-notícia tragédia, conforme pontuam Traquina (2005) e Gislene (2014). Assim, compreendemos que ações como as aludidas aqui possam invertem uma realidade que parece já estabelecida: se antes a academia se pautava pelo mercado para produzir e ensinar o jornalismo audiovisual, hoje, podemos pensar que a TV em busca de si mesma, segundo Orozco (2014), requer novos modelos de negócio, que passam pela expertise adquirida dentro de sala de aula nas experiências universitárias, com ações de extensão.

Referências

Becker, B., Teixeira, J., & Mateus, L. (2012). *Pensando e Fazendo Jornalismo Audiovisual: a experiência do projeto TJ UFRJ.* E-papers.

Carravetta, L. M. C.(2009). *Construindo o telejornal*. Armazém Digital.

Machado, A. (2005). *A televisão levada a sério*. Editora SENAC São Paulo.

Orozco, G.(2014). Televisão: causa e efeito de si mesma. In M. Carlón, & Y. Fechine (Orgs.), *O fim da televisão.* Confraria do Vento.

Paiva, R. (2003).*O espírito comum*. Mauad.

Radar Favela Covid-19 (2020). Recuperado em 24 de julho, 2023, de https://portal.fiocruz.br/sites/portal.fiocruz.br/files/documentos/semanario-covid-favelas-fiocruz-final.pdf

Santos, M. (2006). *Por uma outra globalização do pensamento único à consciência universal*. Editora Record.

Sodré, Muniz. (2014). *A Ciência do Comum: notas para o método comunicacional.* Editora Vozes.

Traquina, N. (2005).*Teorias do Jornalismo – Volume I: porque as notícias são como são.* Insular.

O jornalista como personagem e a inversão de papéis no telejornalismo: uma análise dos ataques à imprensa veiculados no Jornal Nacional em 2020 e 2021

Gabriel Landim
Iluska Coutinho

Com uma credibilidade construída em meio à sociedade, sobretudo por atender às demandas da população, os veículos midiáticos passaram a guiar as ações e as tomadas de decisão dos cidadãos (Kovach & Rosenstiel, 2003). No entanto, com a ampliação das ferramentas e possibilidades permitidas pela internet, conceituadas como affordances por Gibson (1977), o compartilhamento e a disseminação de conteúdos ficaram mais livres e dinâmicos, permitindo que qualquer pensamento individual possa se espalhar pelas redes digitais. Assim, os telespectadores, por exemplo, que também são internautas, ganharam força (Dutton & Dubois, 2009, 2015), e parte deles passou a colocar em xeque o Jornalismo. Tal descompasso de entendimentos gerou conflitos reais, com agressões verbais e físicas a jornalistas. Muitos desses episódios viraram notícia. Para Traquina (2005), um conflito real, intrínseco a um acontecimento, é um valor-notícia por excelência. A partir dos estudos de Iluska

Coutinho (2012), considera-se que os ataques a jornalistas são conflitos reais, que merecem estar nos telejornais. Para isto, o Jornalismo de TV lança mão de conflitos narrativos, a partir das diferentes características do meio e com o uso de personagens, que assumem papéis nas tramas telejornalísticas, sob a ótica da Dramaturgia do Telejornalismo (Coutinho, 2012).No mesmo ano em que os profissionais da imprensa arriscaram suas vidas no cumprimento do papel social de informar, durante a crise sanitária da Covid-19, também foram atacados. Em 2020, a Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) registrou um recorde de ataques à imprensa: foram 428 episódios, 105,77% a mais que em 2019, quando 208 casos haviam sido notificados. Um novo recorde, no entanto, foi registrado no ano seguinte: 430 registros, dois a mais que em 2020. Em ambos os anos, a TV Globo e seus profissionais foram alvos frequentes dos ataques à imprensa no Brasil. Furiosos, os agressores tomavam, à força, o microfone dos repórteres e até danificavam os equipamentos; usavam, inclusive, força física como alternativa para barrar a emissão de informações que contrariavam suas próprias convicções. Na cobertura dos episódios de agressão às equipes de TV, o jornalista passa a ser a notícia, invertendo uma máxima do campo profissional. Diante deste cenário, como a agressão às equipes de telejornalismo se torna notícia no principal telejornal da TV aberta no país, o Jornal Nacional (JN)? Como as edições do JN, da TV Globo, alvo frequente de ataques nos últimos anos, têm abordado episódios de violência contra suas equipes e ao próprio Jornalismo? O telejornal assume a defesa de seus profissionais e do exercício da imprensa? Esse conjunto de perguntas constitui o problema investigado. Nesta perspectiva, foram mapeados, a partir do repositório Globoplay, os episódios de agressão e ataques noticiados no Jornal Nacional nos anos de 2020 e 2021, diante dos recordes registrados no período. Os produtos noticiosos foram observados por meio da Análise da

Materialidade Audiovisual (AMA), proposta por Iluska Coutinho (2018) para a identificação de conflitos narrativos, que contam com personagens e papéis assumidos por eles, construídos por meio da união de texto, som, imagens e outros componentes audiovisuais. Ao todo, foram analisadas 111 matérias, que abordaram o jornalista e a imprensa; 61 tinham relação com episódios violentos. Evidenciou-se que, de modo geral, o telejornal se posicionou em defesa da liberdade de imprensa e da democracia, de maneira objetiva, sem manifestação de opinião e com pouco foco no profissional vitimado. As imagens dos ataques foram essenciais para a construção da narrativa, no entanto casos considerados importantes pelo jornalístico ganharam destaque mesmo sem a existência de registros audiovisuais. Deste modo, um episódio vira notícia a partir de uma avaliação de critérios de noticiabilidade e de elementos que possam contribuir para a narrativa telejornalística.

Referências

Coutinho, I. (2012). *Dramaturgia do Telejornalismo: a narrativa da informação em rede e nas emissoras de televisão de Juiz de Fora-MG*. Mauad X.

Coutinho, I. (2018). Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual: da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade. In C. Emerim, I. Coutinho, & C. Finger. (Orgs.), *Epistemologias do telejornalismo brasileiro* (Coleção Jornalismo Audiovisual V. 7, pp. 175-194). Insular.

Dutton, W. H. (2009). The Fifth Estate Emerging through the Network of Networks. *Prometheus, 27*(1), 1–15.

Dutton, W. H., & Dubois, E. (2015). The Fifth Estate: a rising force of pluralistic accountability. In S. Coleman & D. Freelon (Eds.), *Handbook of digital politics* (pp. 51–66). Edward Elgar Pub.

Federação Nacional dos Jornalistas - Fenaj. (2022). Violência contra jornalistas e liberdade de imprensa no Brasil: relatório 2021. Recuperado de https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2022/01/FENAJ-Relatório-da-Violência-Contra-Jornalistas-e-Liberdade-de-Imprensa-2021-v2.pdf

Gibson, J.J. (1977). The theory of affordance. In R. Shaw, & J. Bransford (Eds.), *Perceiving, acting, and knowing: toward an Ecological psychology* (pp. 67-82). Lawrence Erlbaum Associates.

Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2003). *Os Elementos do Jornalismo* (W. Dupont, Trans.). Geração Editorial.

Traquina, N. (2005). *Teorias do jornalismo: a tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional*. Insular.

Violência doméstica em pauta nas telas: duas décadas de agendamento e mudanças jurídicas

Cláudia de Albuquerque Thomé
Clara Thomé Reis

O agendamento temático impulsionado pela televisão desliza para outras telas e ganha repercussão na sociedade, propiciando o debate público não só nas redes sociais, mas também no meio político, no social e até mesmo no jurídico. Esse potencial da TV, no entanto, não é novo. A teledramaturgia no Brasil tem historicamente pautado temas, com maior ou menor aceitação pública, dependendo do momento histórico em que a novela é veiculada. No atual ecossistema midiático e em um período pós-pandemia, movimentos sociais têm levado para as múltiplas telas conteúdos de ações afirmativas.

A violência contra a mulher está entre os temas que ganham destaque pela urgência e uma permanente atualidade. A partir disso, o artigo apresenta análise, a partir da metodologia de Estudo de Caso (Yin, 2001), com base na novela "Mulheres Apaixonadas", da Rede Globo, observando como o tema de violência contra a mulher foi pautado na trama e também na sociedade entre 2003, ano de estreia, e 2023, na reprise na TV aberta. Na novela, a personagem

Raquel, vivida pela atriz Helena Ranaldi, levava surras do marido, Marcos, interpretado por Dan Stulbach, que usava uma raquete de tênis para agredir fisicamente a mulher.

Em agosto de 2003, no lançamento do programa de combate à violência contra a mulher, a mensagem do então presidente Lula se baseou na trama televisiva: "Mulheres, uni-vos contra os raqueteiros", discursou. Os atores participaram da solenidade de lançamento do programa federal, ao lado do presidente. A declaração ganhou destaque na imprensa e a novela foi para as primeiras páginas dos jornais, em espaço destinado aos fatos do país. As cenas de violência contra a personagem, neste caso, não só retrataram o cotidiano de mulheres agredidas, mas passaram a agendar políticas públicas do lado de fora da tela da televisão.

Em 2023, 20 anos após a sua primeira exibição, "Mulheres Apaixonadas" retornou à televisão aberta, no programa vespertino "Vale a Pena Ver de Novo", da Rede Globo, em um outro momento histórico, mas em um contexto em que a violência contra a mulher ainda se configura como atual e recorrente na sociedade brasileira, duas décadas depois.

Desde 2003, houve significativa mudança na legislação atinente ao tema, assim como uma agenda global de combate à violência contra a mulher. A Lei Maria da Penha, principal marco de proteções efetivas às mulheres vítimas da violência doméstica, foi promulgada em 2006, três anos após a discussão levantada na teledramaturgia. Já em 2010, foi criada a ONU Mulheres, órgão da Organização das Nações Unidas em defesa dos direitos das mulheres. Apenas em 2015 foi criada a Lei do Feminicídio, que prevê penas mais altas para homicídios cometidos em razão do gênero e torna-os crimes hediondos. Em 2023, concomitantemente com a reprise da trama, foi sancionada pelo

presidente Lula a alteração legislativa na Lei Maria da Penha, garantindo a proteção imediata à vítima.

A pauta da violência de gênero continua atual, não só na reprise de "Mulheres Apaixonadas", como nos enredos do horário nobre da Globo em 2023. Tanto a novela das 19 horas, "Vai na Fé", quanto a novela das 21 horas, "Terra e Paixão", trazem enredos de violência doméstica entre parceiros. Busca-se, neste trabalho, analisar a pauta da violência doméstica levantada pela teledramaturgia, e fazer um mapeamento das mudanças ocorridas na sociedade brasileira, especialmente na legislação de proteção às mulheres vítimas de violência doméstica, entre 2003 e 2023, com repercussão na imprensa.

Referência

Yin, R. K. (2001). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Brookman.

Shippers de reality shows: gerando fanfics no mundo real

Bruno Jareta de Oliveira
Glauco Madeira de Toledo

Comprar o registro de uma estrela, promover vaquinhas para adquirir itens de luxo e alugar espaço num telão da Times Square, em Nova Iorque, para exibição de um vídeo. Tudo para presentear e homenagear um casal de um reality show. Essas ações foram pensadas e promovidas por uma parcela do público do Big Brother Brasil 23 conhecida como "DocShoes", torcedores da dupla composta pela médica Amanda Meirelles (doc) e pelo lutador conhecido como Cara de Sapato (shoes). Tais fatos exemplificam o fenômeno objeto desta pesquisa: os shippers de realities. Shipper é um encurtamento de relationship (relacionamento, em inglês). O relacionamento dos dois acabou não acontecendo durante o programa, pelo menos em nível romântico, mas isso não impediu que os shippers constituíssem mobilização extremamente potente e que talvez explique como a médica acabou vencendo a edição, mesmo sendo pouco participativa nas dinâmicas da casa. Esse tipo de atuação tem ganhado evidência pelo notável poder que a articulação dos shippers tem promovido dentro e fora dos realities, e por atribuir-se a eles uma espécie de deterioração da

qualidade das relações entre os perfis de públicos nas redes sociais. De caráter exploratório e a partir de autores que discutem cultura de fãs, esta pesquisa propõe abordar a temática pelo viés das dinâmicas comunicacionais que engendram tais modos de acompanhar esse tipo de programação televisiva. Reality shows são um gênero chave da expressão televisiva contemporânea, estando o BBB entre os mais significativos em audiência, longevidade e tendências. No programa, dinâmicas entre os integrantes colocam alguns no "paredão" e a maioria de votos decide qual deles sai da disputa. Maioria de votos, não de audiência - porque é possível votar quantas vezes conseguir. O programa estimula manifestações nas redes com hashtags, com exibição de comentários na tela das edições diárias, o que sugere que a opinião pública a respeito do programa é monitorada pela direção. Sabendo disso, shippers podem pressionar decisões editoriais e narrativas do programa promovendo campanhas coesas nas redes, cobrando abordagens que buscam corrigir o que, na visão deles, seria injusto ou insatisfatório. Questiona-se, assim, favoritos caírem no paredão, ou denuncia-se com esse método um hipotético desfavorecimento deliberado para prejudicar os protegidos das torcidas. Durante as janelas de votação, estas organizam mutirões para mobilizar o maior número possível de votos e com as mais variadas estratégias de engajamento. Quando se sabe que a disputa será acirrada, as atitudes dos shippers são proporcionais ao tamanho do risco, como a locação de lan-houses e contratação de programadores que prometem burlar as barreiras anti-automação da plataforma online de votação. É inevitável observar elementos coincidentes com táticas também em redes sociais que deterioraram o tecido social na esfera político-partidária no país. Cabe ressaltar que essa articulação e engajamento também são acionadas para iniciativas mais saudáveis e que não possuem relação direta com o reality, como a campanha de arrecadação de recursos para doação de

chocolates para crianças carentes em uma ação social de Páscoa promovida pela torcida DocShoes - quase como se a "marca" DocShoes fosse gerida para parecer atraente também para não-correligionários. Para parte dessas pessoas, qualquer obstáculo para a união feliz do casal escolhido para o ship deve ser resolvido por eles, sejam decisões editoriais do programa, a popularidade de outros participantes em enfrentamento no paredão, ou ainda a própria decisão do casal. Ex-participantes do BBB que ora constituíram casais relatam uma espécie de assédio por parte de alguns shippers que insistem na união dos seus favoritos e acionam as estratégias de articulação e engajamento para forçar o antigo casal a reatar o relacionamento mesmo após o fim do programa. É como se a realidade na qual aquela dupla não prospere junta fosse inaceitável e precisasse ser reescrita, e por esse motivo recorre-se aqui ao conceito de fanfiction para compreender esse comportamento, uma vez que tal recurso é uma espécie de reescrita da realidade canônica. Esse comportamento remonta a um modo de agir similar ao que se observa em Alternate Reality Games, os jogos de realidade alternativa. Os shippers se veem envoltos em fragmentos narrativos presentes em sua própria realidade, e agem para "solucionar algo não resolvido".

A masculinidade frágil de homens que se relacionam com outros homens na telenovela brasileira: estudo de caso dos personagens Kelvin e Ramiro de Terra e Paixão

Talison Pires Vardiero

A telenovela brasileira é um produto audiovisual ficcional que está presente na vida da população há mais de 70 anos. Todavia, desde 1971, apresenta personagens homossexuais, ou homens que se relacionam com outros homens, com características próprias, geralmente, marcadas pelos estereótipos de vilania, humor e/ou de forma afeminada. Ainda vale destacar que, até os anos 2000, tais caracterizações estavam voltadas mais ao estereótipo dos personagens que sobre as pautas do coletivo.

Considerando que as pautas desse grupo ganharam novos contornos nas novelas brasileiras, a partir dos anos 2000, e passaram a ser apresentadas de forma mais verossímil, busca-se compreender como o conceito de masculinidade frágil é representado nas obras ficcionais por meio do envolvimento de homens que se relacionam com outros homens. Como objeto utilizaremos a obra ficcional Terra e Paixão (2023), escrita por Walcyr Carrasco e exibida

pela Rede Globo de Televisão, no horário das 21h, considerado o horário nobre da TV aberta no Brasil, tendo como recorte os personagens Kelvin (Diego Martins) e Ramiro (Amaury Lorenzo).

A partir deste recorte, o objetivo é avaliar o percurso de construção narrativa dos personagens, bem como os principais aspectos que indicam a masculinidade frágil presente, principalmente, em Ramiro, que reprime a própria sexualidade em busca de criar uma imagem masculinizada e sem trejeitos homossexuais. Contudo, faz com que o personagem Kelvin, explicitamente homossexual, fique sem entender quais são os reais sentimentos do companheiro.

Para a investigação do estudo foram selecionadas cinco cenas que apontam, dentro do contexto narrativo ficcional, momentos que demonstram características de masculinidade frágil presentes na novela e nas vivências fictícias dos personagens. Dessa forma, em decorrência do cenário brasileiro, que apesar dos fortes avanços, ainda se consolida como um espaço conservador, buscamos perceber quais são as similaridades entre as experiências do mundo real e da trama ficcional.

Para o desenvolvimento metodológico deste trabalho, além da revisão bibliográfica e da pesquisa documental, usamos a Análise da Materialidade Audiovisual, proposta por Coutinho (2016, 2018), e que possibilita a observação da predominância de um elemento do código televisual (texto, som, imagem ou edição) nas etapas de descrição e análise. Além disso, permite que a investigação seja conduzida a partir das particularidades presentes na narrativa audiovisual e incentiva a percepção de características próprias da trama audiovisual ficcional, pelo pesquisador.

Como pilares para a investigação, utilizou-se, principalmente, as propostas de telenovela brasileira como uma narrativa sobre a nação (Lopes,

2003) e telenovela como recurso comunicativo (Lopes, 2009). Também convergiram com a pesquisa, os estudos de masculinidade e sexualidade de Almeida (2016), Januário (2016), Miskolci (2016), Trevisan (2018), Foucault (2021), entre outros.

Por fim, como resultados esperados, relacionamos a forma que o relacionamento entre homens ainda representa um aspecto negativo na sociedade brasileira, construída desde a chegada dos europeus e do Cristianismo no Brasil, e como ainda há a repressão de desejos desviantes daquilo que é considerado normal, espelhado pelas telenovelas brasileiras.

Referências

Almeida, D. M. V. (2016). *Performatividades gays [manuscrito]: um estudo na perspectiva brasileira e argentina* [Tese de doutorado, Universidade Federal de Minas Gerais].

Coutinho, I. (2018). Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual: da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade. In C. Emerim, I. Coutinho, C. Finger, C. (Coords.), *Epistemologias do telejornalismo brasileiro*. Insular.

Coutinho, I. (2016). *O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível* [Trabalho apresentado]. XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, São Paulo, SP, Brasil. http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-3118-1.pdf

Foucault, M. (2021). *História da sexualidade: a vontade de saber.* Paz e Terra.

Lopes, M. I. V. (2003). Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. *Comunicação e Educação,* (26), 17-34.

Lopes, M. I. V (2009). Telenovela como recurso comunicativo. *Matrizes,* (1), 21-47.

Januário, S. B. (2016). *Masculinidades em (re)construção: Gênero, Corpo e Publicidade*. LabCom.

Miskolci, R. (2016). *Teoria Queer: um aprendizado pelas diferenças*. Autêntica Editora.

Trevisan. J. S. (2018). *Devassos no paraíso: a homossexualidade no Brasil, da Colônia à Atualidade*. Objetiva.

Análisis del sector de las plataformas de vídeo bajo demanda (VOD) en España: tiempo de construcción de nuevo

José Patricio Pérez-Rufí
Alba Aragón-Manchado
Andrea Cruz-Elvira

El objeto de estudio de esta investigación es la situación de las plataformas de vídeo bajo demanda (VOD) en el mercado español. Como área de negocio dentro del mercado audiovisual, emergente para algunas marcas, consolidada para otras, las plataformas VOD se han adaptado a la demanda de consumo de contenidos audiovisuales de forma online por parte de los usuarios, al tiempo que han dado forma a sus nuevos hábitos de consumo audiovisual. En el caso español, nos hallamos ante lo que tradicionalmente ha sido un mal mercado (Pérez-Rufí, 2017). El interés del estudio de las plataformas VOD en España se justifica también desde la importancia del mercado español como integrante de uno mayor, el europeo, pero lo suficientemente singular como para reconocerse un desarrollo autónomo. Las particularidades del mercado doméstico deben encajar en las estrategias globales de las grandes plataformas VOD, que encuentran en España un mercado en el que luchan por consolidar su oferta y sus modelos de producción y comercialización.

El objetivo principal de la investigación es el análisis de la situación actual de las plataformas de vídeo bajo demanda con mayor número de clientes operativas en España en el momento contemporáneo (año 2023), teniendo en cuenta a los grandes operadores internacionales, así como sus estrategias, a las empresas encargadas de distribuir y generar contenido, a los proveedores de servicios de telecomunicaciones y a los clientes de las plataformas, como agentes que intervienen en conjunto en el sector.

Este trabajo propone como hipótesis principal la idea de que la intervención de la regulación (europea y española) en el mercado de las plataformas de vídeo bajo demanda no evita el desarrollo de las dinámicas propias de un mercado liberalizado y, en el caso español, tan poco consolidado como volátil: la "burbuja" en la que ha crecido el sector, la "inflación" en el número de operadores y el dinamismo de una audiencia poco dócil y crítica cuando invierte en ocio y cultura prometen giros inesperados ante los que las plataformas deberán estar preparadas si quieren sobrevivir en el mercado español.

Este trabajo se desarrolla en el marco de la Economía Política de la Comunicación (EPC) (Mosco, 2029; Arredondo, 2016; Duquelsky, 2022) a partir de un análisis estructural simple (Reig, 2017) basado en la revisión documental y bibliográfica. Se parte de la identificación y análisis de la actuación de los gobiernos, las propias plataformas y la audiencia como agentes integrados en el mercado de las plataformas (Medina, 2015).

La aplicación de la Directiva europea 2018/1808 en la Ley General de la Comunicación Audiovisual de 2022 puede entenderse como "una oportunidad perdida" (Zallo, 2021) o como una ley restrictiva por ser demasiado intervencionista (Caballero Trenado, 2022). Concluimos que el marco regulatorio en materia de televisión online en Europa y en España desde 2022 no

condiciona en exceso la actividad de las grandes plataformas internacionales, que operan así en un contexto de liberalización de la oferta.

En cuanto a las plataformas de vídeo bajo demanda, se recogen sus niveles de implantación en España, el tipo de competencia que crean, las políticas de producción de contenidos y las consecuencias inmediatas de sus acciones en la respuesta de la audiencia. Como tercer agente, aunque fundamental, la audiencia española incluso si está condicionada por los algoritmos en su consumo, ha dado muestras un apego discutible a marcas y plataformas y está dispuesta a renunciar a ellas si su oferta no le convence.

En un momento de sobresaturación de la oferta de plataformas VOD, las plataformas internacionales han implantado sus políticas globales sin atender especialmente a las particularidades del crítico y complejo mercado español.

Referencias

Arredondo Ramírez, P. (2016). Mediatización Social. Poder, mercado y consumo simbólico. Comunicación Social. https://doi.org/10.52495/c3.emcs.12.ei10

Caballero Trenado, L. (2022). Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual. *Ars Iuris Salmanticensis*, *10*(2),195-199. https://bit.ly/3WQ2l2K

Duquelsky, M. (2022). La cultura de la convergencia en el marco del debate anglosajón entre la Economía Política de la Comunicación y los Estudios Culturales. *Dixit*, *36*(1), 41-54. https://doi.org/10.22235/d.v36i1.2804

Medina Laverón, M. (2015). *Estructura y gestión de empresas audiovisuales*. EUNSA.

Mosco, V. (2006). La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación, 11*, 57-79. https://bit.ly/3IOsXLF

Pérez-Rufí, J. P. (2017). El inicio de la recuperación económica de la televisión privada y de pago en España. *Dígitos*, 1(3), 277-294. https://bit.ly/3qmPkl5

Reig, R. (2017). Metodología para el estudio de la estructura mundial de la información. En R. Reig y A. Labio (Eds), *El laberinto mundial de la información. Estructura mediática y poder* (pp. 15-33). Anthropos.

Zallo Elguezabal, R. (2021). El anteproyecto de Ley General de Comunicación Audiovisual: una guía crítica de lectura. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, *26*, 149-160. https://doi.org/10.5209/ciyc.76070

Televisão pública no Nordeste brasileiro: A implantação das emissoras educativas e universitárias na região

Francisco das Chagas Sales Júnior
Valquíria Aparecida Passos Kneipp

A televisão pública foi implantada no Brasil em 1968, a partir da instalação da TV Universitária de Recife. O canal produzia tele aulas, que eram exibidas em escolas públicas e outros pontos instalados pelo estado, voltados para o ensino básico. A partir da inauguração do sinal da TVU pernambucana, também foram implantadas emissoras educativas e universitárias em outros estados do país (Angeiras, 2018).

No Brasil, as primeiras emissoras de televisão foram instaladas por meio da iniciativa privada, a partir de empresários que desejam investir nesse meio de comunicação. O primeiro canal de TV do país, a TV Tupi de São Paulo, por exemplo, pertencia ao grupo Diários Associados, do jornalista Assis Chateaubriand Bandeira de Melo (Mattos, 2010). O que revela um contexto diferente de outros países, como Inglaterra e Itália, onde as produções televisivas surgiram por meio do Estado, com canais públicos (Wolton, 1996).

Nesse contexto, surgiu o questionamento: como se deu o processo de implantação das emissoras públicas na região Nordeste do Brasil? A partir dessa pergunta-chave, também surgiram questões secundárias como: que tipos de emissoras podem ser identificadas no ecossistema televisivo público no país? Qual é o papel que exercem na radiodifusão brasileira?

Metodologia

Para realizar este estudo foi realizado um estudo de caso (Yin, 2001), que teve o objetivo de identificar as primeiras emissoras públicas instaladas em cada um dos nove estados nordestinos. Para isso, foram realizadas pesquisas bibliográfica (Stumpf, 2012) e análise documental (Moreira, 2012), além de consultas a sites oficiais, portais de notícias e aos arquivos de vídeos das emissoras de TV pesquisadas.

Resultados e discussão

A televisão pública começa efetivamente no Brasil com a inauguração da TV Universitária de Recife, de Pernambuco, no dia 22 de novembro de 1968. No ano seguinte, surge o segundo canal público de televisão, também instalado no Nordeste do país, a TV Educativa do Maranhão. E em 1972, a região nordestina ganha a terceira emissora educativa, a TV Universitária do Rio Grande do Norte. Nos anos seguintes, os estados do Ceará, Alagoas, Bahia, Sergipe, Piauí e Paraíba também instalaram as primeiras transmissoras de conteúdos educativos (Angeiras, 2018).

A produção de tele aulas contava com a participação direta de técnicos das emissoras educativas e universitária, além de professores e especialistas da área da educação. Por esse motivo, os canais foram criados vinculados

a universidades federais ou governo estaduais, por meio das secretarias de educação desses estados (Angeiras, 2018).

A implantação de emissoras públicas, voltadas para a alfabetização, ensino básico e profissionalização, fazia parte do Programa Nacional de Teleducação (Prontel), desenvolvido pelo Governo Federal. A iniciativa buscava reduzir os índices de analfabetismo, com o objetivo de promover o desenvolvimento econômico brasileiro. As bases desse projeto foram estabelecidas a partir da criação de uma legislação sobre a televisão educativa no Brasil, com a criação do Código Brasileiro de Telecomunicação, em 1962, e com a regulamentação da radiodifusão brasileira, por meio do decreto-lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967 (Decreto-lei nº 236, 1967).

Portanto, a partir da análise da implantação da televisão pública no Nordeste, verificamos que as emissoras educativas e universitárias fazem parte do ecossistema da comunicação pública, que diz respeito ao "processo comunicativo que se instaura entre o estado, o governo e a sociedade, com o objetivo de informar para a construção da cidadania" (Brandão, 2007, p. 6). Nesse sentido, para Brandão (2007, p. 1), esse tipo de comunicação "abarca uma grande variedade de saberes e atividades e pode-se dizer que é um conceito em processo de construção".

Considerações parciais

Ao analisar o processo de instalação das primeiras emissoras públicas na região Nordeste do Brasil, é possível verificar o início de uma diversificação na radiodifusão brasileira, inicialmente ancorada apenas no setor privado. Com o surgimento de emissoras educativas e universitárias, a televisão brasileira passa a contar com conteúdo mais voltados para o interesse público e

para a prestação de serviços. O que caracteriza as principais bases do ambiente da Comunicação Pública.

Referências

Angeiras, M. C. A. (2018). *TVU, canal 11: a primeira TV Educativa do Brasil.* Ed. UFPE.

Brandão, E. P. (2007). Conceito de Comunicação Pública. Recuperado de https://fasam.edu.br/wp-content/uploads/2020/07/Historia-da-Comunica%C3%A7%C3%A3o-P%C3%BAblica.pdf

Decreto-lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967. Recuperado de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Decreto-Lei/Del0236.htm

Mattos, S. (2010). *A história da Televisão Brasileira: uma visão econômica, social e política.* Editora Vozes.

Moreira, S. V. (2012). Análise documental como método e como técnica. In J. Duarte, & A. Barros (Org.), *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.* Atlas.

Stumpf, I. R. C. (2012). Pesquisa bibliográfica. In J. Duarte, & A. Barros (Org.), *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.* Atlas.

Wolton, D. (1996). *Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão.* Ática.

Yin, R. K. (2001). *Estudo de caso; planejamento e métodos.* Bookman.

A trajetória do autor Walcyr Carrasco: uma experiência melodramática nas telenovelas do horário das 18 horas

Maria Aparecida Borges Limeira
Valquíria Aparecida Passos Kneipp

O modo melodramático do autor Walcyr Carrasco no horário das 18 horas é identificado nas histórias e isso o torna um mestre dessa faixa. As telenovelas O cravo e a rosa (2000), Chocolate com pimenta (2003), Alma Gêmea (2005) e Eta mundo bom! (2016) escritas pelo novelista para o horário das 18 horas apresentam semelhanças e diferenças as quais marcam o enredo seja por serem todas de época, pelo uso constante da emoção e sentimento, além do excesso de humor. O presente trabalho tem como objetivo discutir a aplicação do melodrama nas telenovelas do horário das 18 horas do escritor Walcyr Carrasco para observarmos como é executado nessas histórias. A metodologia analisada é o estudo de caso o qual através de uma análise de caráter exploratório identifica-se a execução desse modo de contar na obra do novelista nesse horário específico. Buscou-se responder a questão sobre como o melodrama é adotado pelo autor Walcyr Carrasco para o horário das 18 horas. A fundamentação teórica se baseia nos estudos sobre melodrama de

Martin-Barbero (1997), Thomasseau (2012) e Brooks (1991). Dessa forma, os resultados preliminares obtidos apresentam as semelhanças que denotam todas as histórias serem de época. Destacam-se as características morais e ética de cada período. São telenovelas com contextos da década de 1920, em O cravo e a rosa, os anos de 1930 de Chocolate com pimenta, a década seguinte em Alma Gêmea, ou seja, 1940, e 1950 em Eta mundo bom. Essas produções paulatinamente delinearam o modo de contar melodramática através do traço autoral de Walcyr Carrasco no horário das 18 horas. Nesse contexto, as produções apresentam Catarina (O cravo e a rosa), Ana Francisca (Chocolate com pimenta), Serena (Alma Gêmea) e Candinho (Eta mundo bom!) como protagonistas que divergem das regras da época e as direcionam contra o sistema. Todos os personagens possuem justiceiros em todas as tramas, entretanto, o mais identificável é o professor Pancrácio (Marco Nanini) e a jovem Maria (Bianca Bin) uma vez que defendem a vítima representada pelas protagonistas. As personagens que demarcam o traço melodramático de Walcyr Carrasco nos enredos são as vilãs que retratam o perfil do fidalgo malvado (Martin--Barbero, 1997). Marcela (O cravo e a rosa), Olga (Chocolate com pimenta), Cristina (Alma Gêmea) e Sandra (Eta mundo bom) são a epítome da vilania melodramática executando na narrativa o papel de criar ações para retardar as realizações dos protagonistas. Contudo, os elementos que apresentam o modo melodramático do novelista é o estético apresentado pelas personagens em convergência com os diálogos que desnudam estas personagens. Em sua maioria mulheres, possuem pela vestimenta as informações que representam a moral e a ética da época. Marcela, vilã de o cravo e a rosa, apresenta-se na narrativa de maneira distintas a partir de tons marrom, contudo, as marcas de fidalgo malvado são descritas por outros personagens, assim como Olga em chocolate com pimenta. Cristina e Sandra são as representações que

exprimem o fidalgo malvado uma vez que a aparência diverge das atitudes de cada uma. Ou seja, o modo de contar melodramático de Walcyr Carrasco apresenta estética versus ações como elemento propulsor para criar a intriga. São personagens loiras que simbolizam o bem moral, contudo, em privado denotam a complexidade humana sob a égide moral de cada época. Walcyr Carrasco também traz consigo nas produções núcleos rurais sob o olhar melodramático que corresponde à dualidade rural e urbana sinalizada nas histórias pelos núcleos de fazenda. Portanto, as telenovelas do horário das 18 horas do autor apresentam o melodrama de maneira mais pura por meio da emoção, agregam telespectadores e permitem críticas da mesma forma que nos séculos anteriores. Essa perspectiva caracteriza o traço do novelista nesse horário, o qual permite identificar o modo de contar melodramático nessas produções específicas.

Referências

Brooks, P. (1991). The Melodramatic Imagination – Balzac, Henry James, Melodrama, and the Mode of Excess. En L. Marcia. (Ed.). *Imitations of Life – a reader on film & television melodrama.* Wayne State University Press.

Martin-Barbero, J.(1997). *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia.* Editora UFRJ.

Thomasseau, J. M. (2012). *O Melodrama*. Perspectiva.

O cinema documental: entre a realidade e ficção pela análise de Jogo de Cena (2007) de Eduardo Coutinho

Raíssa da Silveira Pimentel

Esta pesquisa tem como objetivo refletir sobre o filme documentário e suas relações com a realidade e a ficção, pela análise da obra cinematográfica de Eduardo Coutinho em Jogo de Cena (2007). No chamado filme documentário, teve-se como pressuposto de que a Sétima Arte finalmente conseguiu alcançar a representação do real. Para Jacques Aumont (2005), por conta de elementos como a riqueza e a fidelidade dos detalhes, as filmagens são uma representação muito mais realista, do que vistas no teatro ou na pintura. Ao que se refere a esse debate, a questão da realidade e ficção tem sido central há anos e perpassa pela história do documentário. Sendo movimentos importantes a essa discussão como o Kino-Pavda de Vertov; Cinema Verité de Jean Rouch; e o Cinema direto americano. Ao referir a esses movimentos, reforça que o cinema fez de variadas formas, debates e experimentações de tipos de técnicas que a arte cinematográfica oferece, para mostrar uma representação do real. As discussões acerca desta fusão da realidade e ficção dentro do cinema, nos levam para a problematização das representações do próprio documentário.

Podemos, a priori, compreender o documentário no qual, cujas propostas estão na representação parcial e subjetiva do real, sendo esta realidade influenciada pelo olhar daquele que o realiza (Melo, 2002). Mas, a partir dos cineastas como Vertov e Flaherty, o mundo conhece um posicionamento para o filme documentário. Estes diretores citados, defendiam que as imagens têm existência fora do filme, ou seja, mostram a possibilidade de gravar fora de estúdios e captar as comunidades e indivíduos na sua cultura e na sua sociedade. Sendo que o realizador pode estar trabalhando com estes aparatos de diversas formas. Vertov, por exemplo, queria captar as pessoas em seu dia-a-dia sem que estas percebessem que estão sendo registradas. Os cineastas, nesta perspectiva, dão significado à realidade e não um simples espelho dela. O diretor brasileiro Eduardo Coutinho – importante realizador cinematográfico – também nos aludiu para a reflexão das consequências e os limites do real. O documentário *Jogo de cena* (Coutinho, 2007) age diretamente sobre os sentidos do espectador. De forma genial, o diretor propõe um jogo ao desafiar e provocar para aquele que assiste a película do que é real ou ficcional dentro da história do filme. Nesse sentido, podemos perceber relações híbridas na estética de Coutinho, sendo transgressor nesse assunto. E nesse hibridismo de utilizações estéticas que nos envolve em sua obra *Jogo de Cena* (2007). Portanto, podemos pensar no documentário deste diretor brasileiro como arte poética, que transcende seu leque e formas a serem contadas de determinados temas. Nos fazendo pensar e refletir a respeito de uma série de questões da própria linguagem cinematográfica. Ficção ou documentário, Coutinho nos convida para a poética documental onde revela e/ou faz representação do real. Nos confronta e além disso, propõe esse debate do cinema não funcionar completamente e em absoluta realidade. Em *Jogo de Cena* (2009) por mais que boa parte dos relatos retratam força e esperanças baseadas na fé, esta é corrompida

pelos espectadores onde têm suas crenças abaladas diante das imagens que se seguem. Em suma, o que se vale neste documentário, talvez nem seja em tentar descobrir suas nuances entre a realidade e ficção, mas de nos mostrar e confrontar a transgressão da poética documental e nos aludir a dimensão da arte que é o cinema, e esta pode ser construída, sem perder sua aura em relação aos seus diversos gêneros. Por fim, para a realização deste estudo, o material metodológico contempla a análise documental e bibliográfica referente aos estudos sobre cinema e cinema documental, como também a análise fílmica de Jogo de cena (2007) e a unidade estilística que compõe a obra.

Referências

Aumont, J. (2005). *Cinema e narração: A estética do filme.* Ed. Papirus.

Bernardet, J-C. (2003). *Cineastas e imagens do povo.* Ed. Companhia das Letras.

Burke, P. (2016). *Testemunha ocular: o uso de imagens como evidência histórica.* Ed. Unesp.

Melo, C. (2002). *O documentário como gênero audiovisual.* Ed. Vdez.

Vanoye, F., & Goliot-Lété, A. (1994). *Ensaio sobre a análise fílmica.* Ed. Papirus.

Legendagem criativa: um estudo de caso da série She's gotta have it, de Spike Lee

Ana Laura Dias
Lucinéa Marcelino Villela

A legendagem é considerada uma das modalidades mais antigas de Tradução Audiovisual (TAV), surgindo juntamente com as primeiras inserções dos intertítulos nos filmes mudos. Ao longo das diversas evoluções do cinema e das produções audiovisuais, a legendagem ultrapassou barreiras linguísticas e estéticas. Segundo Díaz Cintas (2005 como citado em McClarty 2012, p. 137), "a maior flexibilidade proporcionada pelas novas tecnologias [...] deu origem à uma mudança nos estilos de legendagem", ocasionando em novos tipos de legendas. Esse é o caso da legenda criativa, uma modalidade cada vez mais utilizada em mídias audiovisuais e que se contrapõe aos padrões técnicos tradicionais de legendagem, uma vez que não se restringe às normas estabelecidas para a prática no decorrer dos anos. McClarty explica que as legendas criativas "são o produto da imaginação de diretores e editores e não dos legendadores e são frequentemente usadas para produzir uma certa narrativa ou efeito cômico, ou para interagir com a sonoridade do filme e a mise en scène" (McClarty, 2012, p. 140).

Por esse motivo, a presença da legendagem criativa em grandes produções hollywoodianas tem chamado cada vez mais a atenção para essa prática. Autores como Romero-Fresco (2018) defendem que essa modalidade é uma das ferramentas utilizadas pelos realizadores de cinema para estimularem o envolvimento do público com suas obras cinematográficas, fenômeno que deve ser mantido para audiências estrangeiras, surdas ou cegas. Além disso, esse estilo de legenda não só desafia as normas tradicionais, como também contraria o conceito de invisibilidade do tradutor e a ideia de que as legendas devem ser despercebidas pelos espectadores (Subtitling International UK, 1994, p. 3 como citado em Foerster, 2010, p. 2).

A escassez de pesquisas brasileiras com enfoque exclusivo nesta temática viabilizou a elaboração de nossa investigação, que analisou a tradução de legendas criativas para o português brasileiro, em especial aquelas presentes na série She's gotta have it (2017), de Spike Lee. Esta obra é distribuída pela plataforma de streaming Netflix e baseia-se no primeiro longa-metragem dirigido por Lee, de mesmo nome. Atualmente, a série é um dos exemplos mais recentes de uso da legendagem criativa, utilizando-as frequentemente no decorrer de toda a 1ª temporada, que é composta de 10 episódios de 30 minutos de duração.

Propomos como objetivo principal neste trabalho verificar se, após o processo tradutório da legendagem do inglês para o português brasileiro, os efeitos da legendagem criativa da série She's Gotta Have It (2017) foram mantidos, além de analisar comparativamente outros produtos audiovisuais que fazem uso dessa mesma modalidade de legendagem. Foi realizado também um levantamento bibliográfico aprofundado sobre a receptividade da legendagem criativa em produtos audiovisuais, seu impacto perante a compreensão da

mensagem idealizada pelo diretor ao público-alvo e a importância da atuação de tradutores durante os diversos processos de produção.

Referências:

Foerster, A. (2010). Towards a creative approach in subtitling: a case study. In J. Díaz Cintas, A. Matamala, & J. Neves (Eds.), *New insights into audiovisual translation and media accessibility* (pp. 81-98). Brill Academic Pub.

McClarty, R. (2012). Towards a multidisciplinary approach in creative subtitling. *MonTI: Monografías de traducción e interpretación*, (4), 133-153. https://doi.org/10.6035/MonTI.2012.4.6

Romero-Fresco, P. (2018). Eye tracking, subtitling and accessible filmmaking. In T. Dwyer, C. Perkins, S. Redmond, & J. Sita (Eds.), *Seeing into screens: eye tracking and the moving image* (pp. 235-258). Bloomsbury.

A relação entre a narrativa e a música em adaptações seriadas: uma análise do universo Bridgerton

Lara Karoline Souza de Aquino
Deborah Luísa Vieira dos Santos
Mayra Regina Coimbra
Marina Alvarenga Botelho
Mariane Motta de Campos

A série *Bridgerton* (2020), adaptada dos livros de mesmo nome, tem sido bem recebida pelo público e gerado debates nas redes desde o seu lançamento, conquistando recordes de audiência e diversas indicações ao Emmy. A história da série gira em torno da família inglesa Bridgerton durante o século XIX, ambientada na Regência Inglesa, com base na obra da autora Julia Quinn e produzida pela Shondaland. A produção revisita a proposta original da autora ao incorporar diversos artifícios, incluindo uma trilha sonora inovadora que integra músicas pop modernas em um contexto histórico. Este estudo propõe investigar a relação entre a narrativa e a música em adaptações seriadas, utilizando a análise fílmica de Penafria (2009). A análise se concentra na série *Bridgerton* e no *spin-off Rainha Charlotte* (2023), com enfoque em duas músicas de cada temporada, abordando questões relacionadas à cultura pop

e ao significado narrativo. O objetivo é analisar como a adaptação de músicas pop é utilizada como recurso narrativo e como se conecta com a cultura pop, buscando identificar possíveis efeitos na ambientação e no apelo ao público.

Ao adotar a Análise Fílmica de Penafria (2009) como método para a análise, parte-se do pressuposto de que o produto audiovisual é uma criação social e intencional, que utiliza elementos da realidade para impactar o espectador. O cinema é composto por diversos elementos e possibilidades, o que o torna uma narrativa multidimensional com características distintas (Gomes, 2016). Dessa forma a análise é dividida em duas etapas: a decomposição e descrição das partes, seguidas pelo estabelecimento e compreensão das relações entre os elementos propostos.

As adaptações audiovisuais proporcionam criatividade na construção narrativa. O som vai além da ilustração, tornando-se parte essencial da história (Do Carmo-Roldão et al., 2007). A música estimula o espectador, sincronizando com as imagens e criando envolvimento (Costa, 2007), como visto em Bridgerton. Novas formas de comunicação através do som evocam diversas sensações no público. Partindo desse pressuposto, acredita-se que as letras das músicas pop selecionadas foram estrategicamente utilizadas para complementar e enfatizar cenas e conflitos, enriquecendo as emoções dos personagens e proporcionando aos espectadores uma conexão mais profunda com a trama.

Similarmente, em outras produções audiovisuais, a utilização da música como recurso narrativo tem se mostrado eficaz na criação de uma experiência envolvente para o público. Como na primeira temporada, por exemplo, no primeiro episódio, ao som da canção de Ariana Grande, "thank u, next", adaptada ao instrumental, temos o primeiro baile da temporada com a protagonista sendo levada pelo salão, à procura de um bom pretendente. "Obrigada, próximo, obrigada, próximo, obrigada, próximo" (Grande, 2019,

tradução nossa), embala a dança dos pares e a rejeição daqueles que não demonstrassem ser bons partidos.

Além disso, na seleção para o *spin-off*, a produção focou em artistas negras para compor a trama que retrata os dilemas da primeira Rainha preta e o racismo daquela sociedade atrelados aos direitos recém-conquistados pela aristocracia preta. Com Beyonce, Alicia Keys e Whitney Houston, a trilha sonora e as intervenções de Shonda Rhimes nas obras demonstram o compromisso ético com perspectivas silenciadas comumente na representação, no que tange a questões ligadas a gênero, raça e classe.

Em suma, a análise abrangente sobre a adaptação de músicas pop no universo Bridgerton evidencia o papel significativo da trilha sonora na construção da narrativa. Por meio das adaptações, o compositor Kris Bowers reafirma a importância do recurso para a composição narrativa da série, demonstrando o papel da comunicação visual em aclimatar o telespectador às nuances da sociedade retratada. Mesmo que essas representem um anacronismo em relação à época retratada e percam a suposta fidelidade que adaptações históricas parecem carregar, ganham em questão de engajamento e envolvimento com o público, já que as músicas compõem a narrativa de modo a reforçar significados previamente construídos no campo visual e aproximam o público de um século com costumes tão distantes como bailes e a corte.

Referências

Costa, F. F. (2007). *Poética do pop: a música como recurso narrativo no cinema contemporâneo* [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal da Bahia].

Do Carmo-Roldão, I. C., Bazi, R. E. R., & Oliveira, A. P. S. (2007). O espaço do documentário e da vídeoreportagem na televisão brasileira: uma contribuição ao debate. *Revista Contracampo*, (17), 107-126.

Gomes, D. P. (2016). O conceito de dispositivo e análise fílmica: reflexões sobre a quebra da "ilusão de realidade" em Cópia Fiel de Abbas Kiarostami. *Temática*, NAMID/UFPB, 12.

Grande, A. (2019). *Thank U, Next*. Republic Records.

Penafria, M. (2009). *Análise de Filmes-conceitos e metodologia* [Trabalho apresentado]. VI Congresso Sopcom. Lisboa, Portugal.

Shondaland. (Produtora). (2020). *Bridgerton* [Série de televisão]. Netflix.

Shondaland. (Produtora). (2023). *Rainha Charlotte: Uma História Bridgerton* [Minissérie de televisão]. Netflix.

O programa Memória Viva como espaço de memórias na televisão do Rio Grande do Norte

Ranniery Fonseca Sousa
Francisco das Chagas Sales Júnior

A primeira experiência televisiva local do Rio Grande do Norte tem início com a produção de tele aulas, por meio do projeto Satélite Avançado de Comunicações Interdisciplinares (SACI), realizado por meio do Programa Nacional de Teleducação (PRONTEL). A iniciativa consistia em levar educação básica para escolas públicas do estado. Anos depois, o canal se tornou a TV Universitária da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (Pedroza, 2017).

Por ser o primeiro canal de televisão do estado, a TVU foi responsável pelas primeiras produções televisivas locais. Foi na emissora que foram produzidos os telejornais e programas legitimamente potiguares. Um exemplo disso é o Memória Viva, criado na década de 1980, com o objetivo de registrar e resgatar a história e a cultura do Rio Grande do Norte, por meio de entrevistas com personalidades de diversas áreas como política, economia, educação e artes (Gurgel, 2015).

Nesse contexto, surgiu o questionamento: De que forma a televisão se configura como espaço de memórias, registrando e resgatando a história e cultura do Rio Grande do Norte? A partir disso, também surgem as perguntas: Qual é o papel exercido pela TVU-RN na visibilidade dos acontecimentos históricos e culturais do estado? Como a manutenção desse espaço na programação reforça o papel social e educativo de uma emissora pública de TV?

Metodologia

Para realizar esta pesquisa foi realizado um estudo de caso (Yin, 2001), que teve o objetivo de identificar e analisar a trajetória do programa Memória Viva da TV Universitária do Rio Grande do Norte. Para isso, foram realizadas pesquisa bibliográfica (Stumpf, 2012) e análise documental (Moreira, 2012), além de consultas ao site oficial, redes sociais e arquivos de vídeos da emissora.

Resultados e discussão

A TV Universitária do Rio Grande do Norte surge em um momento da trajetória da televisão no Brasil em que se buscava implantar as primeiras emissoras educativas. Nesse contexto, o estado foi um dos pioneiros, uma vez que a TVU foi o terceiro canal público de TV da região Nordeste. Por isso, a programação sempre foi produzida com finalidades educativas e voltadas para a prestação de serviços e para o interesse da população potiguar (Angeiras, 2018).

O programa Memória Viva é uma série biográfica que, por meio de depoimentos de personalidades locais e até nacionais, registra e resgata a memória histórica e cultural do Rio Grande do Norte. A atração começou a ser produzida na década de 1980 e se mantém na programação da emissora até os dias atuais (Accioly, 2012). O que configura esse tipo de produção televisiva como um espaço de memória contemporânea.

De acordo com Ribeiro e Sacramento (2020, p. 22), "os lugares de memória, para serem considerados como tais, devem ter três características: material, simbólico e funcional. Todas elas existem em graus diferentes, embora sempre presentes". Por isso, acredita-se que programas como o Memória Vida da TVU do Rio Grande do Norte se legitimam como espaço onde a história e a cultura ganham *status* de protagonistas e ficam registradas para as futuras gerações pela relevância que mantém e pelo papel social que cumprem.

Por isso, pelas características que são comuns aos meios de comunicação como agentes de reconstituição da realidade social, os programas de televisão se apresentam como lugares de memórias. "A mídia participa da própria natureza do acontecimento e tem com ele uma relação de interioridade. Por isso, podemos considerar a mídia um lugar central na produção de memórias coletivas, profundamente sintonizada com o regime de temporalidade vigente" (Ribeiro & Sacramento, 2020, p. 26).

Considerações parciais

Portanto, ao analisar o programa Memória Viva, foi possível verificar como a televisão se configura como espaço de memórias, desempenhando papel social relevante. A partir deles, as gerações contemporâneas têm contato com o passado. Além disso, o resgate da história e cultura do Rio Grande do Norte ficam registradas para consultas futuras. O que reforça a importância de se manter esse tipo de produção no ar e garantir a preservação do acervo.

Referências

Accioly, D. C. da S. (2012). *Televisão universitária do RN (TVU): contribuição para a democratização da informação e a difusão do conhecimento científico produzido pela universidade* [Tese de doutorado, Universidade Federal do Rio Grande do Norte]. https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/14429

Angeiras, M. C. A. (2018). *TVU, canal 11: a primeira TV Educativa do Brasil.* Ed. UFPE.

Gurgel, M. G. (2015). *Jornalismo público em questão: uma análise do TVU Notícias* [Dissertação de mestrado profissional, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal]. https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/20664

Moreira, S. V. (2012). Análise documental como método e como técnica. In J. Duarte, & A. Barros (Org.), *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.* Atlas.

Pedroza, C. J. P. (2017). Ver + Aprender + Fazer / Canal 5: Anotações para uma história da primeira televisão do Rio Grande do Norte. In V. A. P. Kneipp (Org.), *Trajetória da televisão no Rio Grande do Norte: a fase analógica.* Edufrn.

Ribeiro, A. P., & Sacramento, I. (2020). *Televisão e memória: entre testemunhos e confissões.* Mauad X.

Stumpf, I. R. C. (2012). Pesquisa bibliográfica. In J. Duarte, & A. Barros (Org.), *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.* Atlas.

Yin, R. K. (2001). *Estudo de caso; planejamento e métodos.* Bookman.

A jornada do telespectador/interator na TV 3.0

Carlos Pernisa Júnior
Marcelo Ferreira Moreno
Stanley Cunha Teixeira
Cristiane Turnes Montezano

A ideia de jornada do telespectador/interator (Murray, 2003) vem dos estudos de *design* de informação, para entender como uma pessoa coloca-se diante de um novo meio. Opções para ligar e desligar um aparelho, fazer o reconhecimento dele e operá-lo são importantes. A interface com o dispositivo é fundamental neste caso.

Pensar em como se dá a entrada de um usuário num sistema qualquer é um desafio que se coloca logo de início. Não é fácil definir o que vai dar certo e o que não deve ser feito neste primeiro contato. Isso torna-se mais complicado quando se tem um meio habitual a uma audiência, mas que está adquirindo características novas, numa "remediação" (Bolter & Grusin, 2000) que pode ser pouco confortável para aquele que um dia foi somente considerado receptor — na má acepção da palavra.

No caso da televisão, veículo consolidado e com grande penetração nos lares de diversos países, isso fica mais evidente. O espectador da tevê

recebe um nome específico — telespectador. O aparelho de TV está presente em vários ambientes de uma casa hoje, não só na sala de estar, seu antigo posto. Há televisões em locais específicos para elas — sala de TV —, mas também em cômodos como cozinhas e até banheiros. Isso faz pensar que a tevê não é mais um eletrodoméstico, mas uma tela que aparece em diversas situações e locais. Outrossim, a TV desenvolveu-se e criou linguagem própria, o que fez com que a ideia de televisão se deslocasse para além do aparelho em si.

Para construir linguagem própria, a TV teve que se adaptar ao longo do tempo. No Brasil, ela seguiu uma tradição do rádio — e também do teatro —, mas acabou por tornar-se algo autônomo, com características específicas. O próprio formato da tela, sua resolução, entre outros fatores, levaram a esta definição. Porém, assim como tem sua linguagem, a TV de hoje está sofrendo interferências de outras áreas — notadamente do cinema e da Internet.

Em seu desenvolvimento, houve TV 1.0, 1.5, 2.0 e 2.5, todas com forte ligação com o modelo tradicional e o conceito de radiodifusão. A primeira seria a dos aparelhos analógicos ainda em preto e branco, com baixa definição de imagem e apenas escolhas de canais e poucos ajustes. A segunda traz a cor como novidade e maior possibilidade de ajustes. A terceira trata da entrada do padrão digital de TV, com mudanças no formato da tela, na qualidade de sinal para áudio e vídeo, na maior quantidade de ajustes e de canais e em possibilidades de interatividade e de mobilidade/portabilidade. Já a última traz uma primeira ligação entre transmissão digital via radiodifusão e banda larga, sendo possíveis alguns novos padrões de som e imagem. Deixa-se a radiodifusão como a única opção de transmissão, mas ainda com poucas opções de integração com a Internet. Agora, parte-se para uma nova etapa, a 3.0, com integração maior com a banda larga e tudo o que isso representa (https://forumsbtvd.org.br/tv3_0/).

A Internet trouxe muitas mudanças na comunicação, mas afetou pouco os meios massivos, inicialmente. Novas possibilidades de integração entre *broadcast* e *broadband*, contudo, devem mudar radicalmente este cenário.

Há claramente uma nova maneira de se ver TV e de se pensar o que é o próprio veículo, num momento em que as telas tomam ainda mais espaços. Isso indica que há convergências e divergências na concepção do meio televisivo. Os modelos de *design* e arquitetura estão sendo repensados na medida que interfaces estão sendo reconstruídas e a informação a ser passada sofre alterações. É preciso lembrar que Internet e veículos de massa eram antônimos, não conversavam entre si.

Pelo que está sendo exposto, o telespectador também vai ser impactado pelas novas maneiras de se pensar a TV. Seus modos de ligar o aparelho, fazer uma primeira varredura nas opções disponíveis, escolher determinadas aparências e perfis, além de ajustes, navegar pelas telas do dispositivo e desligá-lo e religá-lo não serão os mesmos quando do modelo analógico e mesmo das primeiras televisões digitais.

Referências

Bolter, J. D., & Grusin, R. (2000). *Remediation: Understanding New Media*. MIT Press.

Murray, J. H. (2003). *Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço*. Itaú Cultural/Unesp.

A carnavalização e o grotesco na minissérie Capitu

Beatriz Coelho

Produzida em celebração ao centenário de falecimento do escritor Machado de Assis, a minissérie *Capitu* é uma adaptação do clássico literário *Dom Casmurro* (1899). Escrita por Euclydes Marinho, dirigida por Luiz Fernando Carvalho e exibida pela TV Globo em dezembro de 2008, a série traz uma nova leitura da obra machadiana sob uma estética que mescla elementos das artes visuais, literatura, teatro, dança, música, cinema, moda, cultura pop e anacronismos entre os séculos XIX e XXI. Tal adaptação faz parte do Projeto Quadrante, idealizado por Luiz Fernando Carvalho, cujo objetivo é percorrer o país traduzindo obras da Literatura Brasileira para a TV na forma de séries curtas. O presente artigo, por sua vez, objetiva investigar de que forma a minissérie *Capitu* se apropria do conceito de carnavalização proposto por Bakhtin e da estética do grotesco para compor sua narrativa teleficcional. Bakhtin define o carnaval como a segunda vida do povo. É a manifestação da cultura popular baseada no princípio do riso (irreverente, sarcástico e irônico). A carnavalização se contrapõe à lógica original das coisas e destaca o princípio da ambivalência, ou seja, das relações entre opostos como: o oficial

e o subversivo, o sério e o cômico, o antigo e o novo, o princípio e o fim, o sagrado e o profano. A vida festiva do carnaval também marcava a suspensão, ainda que provisória, das relações hierárquicas, privilégios, regras e tabus. O grotesco, por sua vez, é definido por Bakhtin como inseparável da cultura cômica e da visão carnavalesca do mundo. Ele diz respeito à estética do disforme, do hiperbólico, do elemento material e corporal marcado e exagerado, e está sempre associado ao riso. Nesse contexto, analisaremos a minissérie *Capitu* buscando elucidar sua apropriação da linguagem carnavalesca e da estética do grotesco como forma de narrativa teleficcional. É possível identificar, já em *Dom Casmurro*, a presença da linguagem carnavalesca. O tom irônico e sarcástico utilizado pelo autor remete ao grotesco romântico, onde o riso carnavalesco, antes alegre e jocoso, se atenua e toma a forma de humor. Dom Casmurro narra sua história revestindo de escárnio até mesmo os fatos mais obscuros de sua trajetória. Enquanto lamenta a solidão da velhice e rememora com pesar a perda de seus entes e queridos amigos, debocha da situação ao dizer que estes foram "estudar a geologia dos campos-santos". Machado de Assis nos fornece, ao longo da obra, algumas dezenas de exemplos como este, onde a ironia se sobressai à tragicidade dos acontecimentos e provoca o riso, ainda que pouco positivo ou regenerador. Importante considerar que, embora o enfoque específico de Bakhtin seja a carnavalização na literatura, suas ideias podem elucidar a análise de outros produtos culturais. Dessa forma, *Capitu* parece não somente preservar uma estética carnavalesca da literatura machadiana, como também apresenta recursos carnavalescos novos e somente possíveis em seu suporte, o audiovisual. O uso de tais recursos na teledramaturgia, por sua vez, remonta à década de 1970, período em que houve um processo de modernização da televisão, quando o realismo carnavalizado e grotesco também contribuiu para a renovação estética da TV. Nesta década,

obras como *O Bem-Amado* (1973) e *Saramandaia* (1976) inovaram a narrativa teleficcional ao se apropriar dos princípios estéticos do realismo grotesco e da carnavalização, onde predominavam o fantástico e o absurdo. Em um contexto mais recente, as próprias produções dirigidas por Luiz Fernando Carvalho anteriores à *Capitu*, como *Hoje é Dia de Maria* (2005) e *A Pedra do Reino* (2007), já apresentavam o discurso carnavalesco intrincado em sua estética anti-naturalista e não-convencional. Isso denota que os processos de carnavalização não se deram apenas na literatura.

Da tela da TV ao Instagram: um estudo sobre convergência digital no Balanço Geral da NDTV de Itajaí

Elaíse Cidral de Oliveira
Fabiana Piccinin

O universo midiático televisivo, e nele o telejornal, vem passando por uma série de transformações fruto da convergência e da digitalização. O programa, que antes era um produto exclusivo da TV, também está em outros lugares.

Neste sentido, o telejornal expandido, que é distribuído em outras redes e plataformas (Silva, Rocha & Silva, 2018), tende a levar para além da TV aberta, a marca de prestígio e credibilidade do telejornal, especialmente nas redes sociais, que são fonte importante de consumo de notícias. Uma tentativa constante de fazer o que Jenkins (2009) chama de convergência, onde as velhas e as novas mídias convivem.

Conforme Becker (2014), além de o telejornal agora poder ser acessado em diferentes locais, graças às possibilidades interativas o público pode participar também fazendo comentários, compartilhando mensagens,

interagindo com vídeos, etc, o que impõe mudanças relevantes ao modelo tradicional dos telejornais.

Vale ressaltar que segundo o levantamento do Digital News Report 2023 do Reuters Institute as redes sociais, como fonte primária de acesso às notícias, são a preferência de 57% das pessoas no Brasil contra 51% que acessam a televisão para se informar.

Neste sentido, tendo em vista o uso mais comum de redes sociais e possíveis mudanças no modelo de telejornalismo, busca-se compreender a seguinte questão: como se dá a convergência entre o telejornal e as redes sociais? Graças à proximidade que as redes oferecem entre a produção jornalística e seus públicos, conforme Ramos (2021), existe uma reconfiguração na forma em que a sociedade contemporânea consome as notícias devido as redes sociais e os dispositivos móveis como *smartphones* e *tablets*. A autora ainda afirma que a incorporação das redes sociais na rotina de trabalho dos jornalistas já é uma realidade, tanto para grandes veículos como para os pequenos, e que as grandes plataformas como *Facebook* e *Twitter*, por exemplo, acabam se tornando os novos *gatekeepers*. (Ramos, 2021, p. 16).

O telejornal Balanço Geral (BG) da NDTV Record de Itajaí[1], foi escolhido por se tratar do telejornal local, líder em audiência na cidade de Itajaí. Hoje, O BG que inicia na tela da televisão, se expande para a rede social *Instagram* que possui 32,9 mil seguidores, divulgando reportagens, ações, bastidores, dentre outros, compartilhando os conteúdos em novos formatos (Silva & Alves, 2016).

1. A última pesquisa de audiência divulgada pela emissora, que foi realizada pelo Instituto Mapa e Neokemp, entre 8 e 12 de maio de 2023, entrevistou 1.200 pessoas em 46 bairros de Itajaí, apontou um índice de audiência de 41,5% entre 12h e 13h, horário do Balanço Geral, contra 23,1% da segunda colocada. A pesquisa ainda mostra a liderança durante todo o dia, das 6h às 23h de segunda a sexta-feira com 32,8% contra 29,3%.https://www.instagram.com/p/CtWJFIWuHm5/

Assim, o objetivo geral é entender como os conteúdos do telejornal de Tv aberta vão sendo distribuídos, reeditados e ou produzidos exclusivamente para as redes sociais. Nesse caso em específico, busca-se saber como isso se dá a partir do telejornal Balanço Geral e na página do *Instagram* e sua relação com a exploração dos conteúdos desde a perspectiva do jornalismo local.

Como objetivos específicos, pretendemos: **a)** estudar como se dá o processo de convergência digital do telejornal Balanço Geral da NDTV Record de Itajaí na rede social *Instagram*, **b)** analisar quais notícias do telejornal são compartilhadas na rede social *Instagram*, partindo do critério local, **c)** estudar que formatos são utilizados nas publicações na rede social.

Como método de análise do objeto empírico proposto, serão utilizadas as metodologias consorciadas quali e quantitativa. Na fase quantitativa, o telejornal será analisado em comparação à rede social Instagram, onde são compartilhados conteúdos da emissora. A análise será feita a partir das postagens em relação ao intervalo de publicação, temas eleitos e a recorrência dos assuntos locais. Já na fase qualitativa busca-se analisar o padrão de repetição em termos de formato e de temática associada a elas, atentando para as questões locais, em direção ao estabelecimento de critérios para tal. E que assim possam contribuir para elucidar as práticas e rotinas associadas ao processo editorial em condições convergentes a partir do que o telejornal está compartilhando na rede social.

REFERÊNCIAS

Becker, B. (2014). Televisão e novas mídias: repensando o papel das audiências nos telejornais. *E-Compós, 17*(2). https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/1072

Jenkins, H. (2009). *Cultura da Convergência* (2a ed). Aleph.

Ramos, M. P. (2021). *Métodos quantitativos e pesquisa em ciências sociais: lógica e utilidade do uso da quantificação nas explicações dos fenômenos sociais.* Recuperado em março de 2023, de https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/132102

Reuters Institute. *Digital News Report 2023.* Recuperado em junho de 2023, de https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf

Silva, E. M., Rocha, L. V., & Silva, S. R. S. F. (2018). Telejornalismo expandido: o jornalismo televisivo nas redes sociais e aplicativos. *Revista Comunicação Midiática, 13*(2), 21-36. https://www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/CM/article/view/418/369

Silva, E. M., & Alves, Y. M. (2016). *Telejornalismo Expandido: A Apropriação de Redes Sociais e Aplicativos pelo Jornalismo Televisivo* [Trabalho apresentado]. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, São Paulo, SP, Brasil. https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2503-1.pdf

Fé (web)televisionada: expansão da televisão, manutenção dos laços sociais e uma perspectiva evangelizadora em Juazeiro do Norte (CE)

Ligia Coeli Silva Rodrigues
José Jullian Gomes de Souza

As discussões sobre um possível fim da televisão (Carlón & Fechine, 2014) levantam reflexões sobre transformações e modos de sobrevivência no atual cenário da ecologia midiática audiovisual, a partir das novas possibilidades de produção, difusão e compartilhamento nos ambientes digitais. As formas que a televisão assume extrapolam o modelo tradicional broadcast e adentram no cenário da contemporaneidade a partir de novas e múltiplas telas (no contexto da expansão da linguagem), como é o caso das webTVs e de outras janelas audiovisuais ofertadas por plataformas como Facebook, Instagram, Twitter e TikTok. Num contexto de superávit audiovisual (Guardiola, 2019) e de uma nova liturgia trazida pelas telas (Mondzain, 2017), interessa-nos pensar no tipo de imagem produzida pelas tecnologias digitais e quais as novas normalidades visuais (Steyerl, 2018) são adotadas por quem as consome.

A presença dessas novas possibilidades (web)televisivas funciona como uma forma de produção audiovisual sob o uso de ferramentas e plataformas

mais acessíveis, sobretudo para localidades que se encontram fora dos grandes centros urbanos e de empresas que possuem menos recursos financeiros e estruturais. É o caso da webTV Mãe das Dores, na cidade de Juazeiro do Norte (CE), na região do Cariri. Referenciada pela imagem icônica do Padre Cícero, a cidade mobiliza fiéis de todo o país para vivenciar a experiência das romarias e da religiosidade.

Partimos da perspectiva de que a criação dessa webTV dialoga com o fenômeno da expansão das linguagens e formas televisivas, a partir da produção de conteúdo para um nicho específico: o religioso (católico). A expansão das denominações religiosas no cenário brasileiro de televisão (Santos & Capparelli, 2004) já foi abordada por pesquisadores da área, mas faltam estudos que lançam olhar para a temática das webtvs na região do Cariri cearense. Deste modo, a pergunta de pesquisa é: como a webTV Mãe das Dores opera como uma forma de expansão da linguagem televisiva e a busca pela manutenção dos laços sociais com os fiéis na web em Juazeiro do Norte? Nossa hipótese é que, para além de uma perspectiva evangelizadora, as webtvs operam numa estratégia de manutenção de laços sociais entre romeiros e a cidade, especialmente quando estes sujeitos se encontram distantes de Juazeiro do Norte, não conseguem se locomover até a localidade ou a cidade não está em período de romaria.

De acordo com Wolton (1996), a força da TV como um laço social está presente no seu caráter lúdico, livre e especular. Logo, entendemos que esse laço social é mediado e expandido na webTV funcionando como uma estratégia de aproximação (para além do espectro geográfico) com o seu público. Considerando que os estudos da tecnologia e linguagem televisiva precisam acompanhar as condições sociais e culturais de onde elas operam, utilizaremos como metodologia a abordagem quanti-qualitativa, a pesquisa

exploratória, estudo de caso e entrevistas semi-estruturadas, que serão aplicadas tanto a espectadores(as)-fiéis quanto a produtores(as) e demais profissionais responsáveis pela programação da webTV Mãe das Dores.

Enquanto considerações iniciais, entendemos que a webTV Mãe das Dores funciona como uma nova forma de expansão da linguagem televisiva não somente pelo barateamento desse modelo de TV, mas funcionando como um possibilidade de manutenção e extensão do vínculo entre o território de Juazeiro do Norte, o viés religioso construído pelo ambiente digital a partir dos laços sociais e da manutenção de uma perspectiva evangelizado para além do contato presencial com os romeiros e o público católico.

Referências

Carlón, M., & Fechine, I. (2014). *O fim da televisão.* Ed. Confraria do Vento.

Guardiola, I. (2019). *El ojo y la navaja: Un ensayo sobre el mundo como interfaz.* Ed. Arcadia.

Mondzain, M.-J. (2017). *A imagem pode matar?* Ed. Nova Veja.

Santos; S., & Caparelli, S. (2004). Crescei e multiplicai-vos: a explosão religiosa na televisão brasileira. *Intexto, 11*(1), 14-38.

Steyerl, H. (2018). *Los condenados de la pantalla.* Ed. Caja Negra.

Wolton., D. (1996). *Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão.* Ed. Ática.

"You wanna a piece of me": a representação do jornalismo no videoclipe

Giselle Rafaela Clara
Jhonatan Alves Pereira Mata

Jornalismo e as músicas "populares" são por vezes considerados de baixa qualidade ou mesmo inadequados ao consumo da elite cultural. Ainda assim, imprensa e audiovisual se misturam na contemporaneidade, trazendo contraste e aproximação com o público. Nas incursões de pesquisa e treinamento profissional realizadas junto aos projetos "Sinestelas" e "Música para olhos e Ouvidos" (UFJF), percebemos que vários videoclipes trazem em seus enredos representantes do telejornalismo ou discorrem sobre a cobertura da mídia de uma forma geral.

Essa representação da figura do jornalista, fotógrafo ou *"paparazzi"* em outras vertentes audiovisuais reforça a consolidação dos "seres mídia" descrito por Dan Gilmor, visto que o autor considera que cada um de nós pode ser produtor e fonte de informação e com isso opinar e construir suas notícias. Pesquisa realizada pela Universidade Federal do Espírito Santo mostra que, durante a pandemia de Coronavírus, o jornalismo foi mais consumido entre a população. Paradoxalmente, veio também a perseguição e a dificuldade para os profissionais executarem, de forma segura, a profissão. Um relatório feito

pelo Centro Internacional para Jornalistas, com profissionais de 125 países, apontou que 70% dos profissionais classificaram o custo psicológico como o maior desafio da pandemia, com a desinformação se tornando um entrave na cobertura jornalística. Focamos nosso olhar sobre como a mídia vem sendo representada durante as últimas décadas, nos videoclipes nacionais e internacionais, com a intenção de observar as características representadas nas produções. Percebemos, nestes produtos, o resgate da estética de programas de auditório, o uso de manchetes e perfis típicos do jornalismo diário para que o enredo seja negociado com o público. Ancorados na análise da materialidade audiovisual (Coutinho, 2018) e na cultura da mídia (Kellner, 2001) buscamos compreender, como a representação da mídia e de seus profissionais nos videoclipes pode ser negociada com os espectadores. Baseados também na construção "estética do videoclipe" feita por Thiago Soares, mapeamos características pontuais dos videoclipes que são utilizadas na criação dos contextos informacionais das produções.

A mídia aparece representada de diferentes maneiras nos videoclipes de cantores pop, sendo muitas vezes evidenciada a partir de uma representação invasora e sensacionalista como na autobiogáfica "Piece of me"(2007) da cantora estadunidense Britney Spears.

A vida (pública e privada) de celebridades e artistas sempre despertou a atenção midiática. É o que já pontuou Edgar Morin, ao equiparar as celebridades aos deuses do Olimpo. Recentemente, pode-se perceber que a exposição da vida íntima de cantores virou tema de músicas lideraram rankings das plataformas de streaming e viraram notícia. É o caso da cantora Colombiana Shakira, que alcançou o primeiro lugar na lista de mais ouvidos do Spotify Global com "Music Sessions Vol 53" e aborda uma traição sofrida na "vida real" da artista. A mídia aparece nos videoclipes como meio de comunicação, linguagem e personagem. Este trabalho evidencia como jornalismo e

música, com ênfase num contexto audiovisual, estão se aproximando a partir das plataformas de streaming, mesmo resguardadas as distinções e muretas discursivas que separam a informação do entretenimento ou a própria música do telejornalismo. Também nos indagamos, sobre as recirculações possíveis entre os discursos dos "universos" da música e da imprensa. Como operam, direta ou indiretamente, esses movimentos que também são metalinguísticos na produção audiovisual e por que esses temas são reportados no telejornalismo, em diálogos e embates com os critérios de noticiabilidade? Vislumbramos que a produção informativa audiovisual e a música coexistem em uma relação de proximidade e são complementares, seja na produção da narrativa ou na divulgação e apresentação do material.

Na era do "*mainstreaming"* onde os conteúdos estão disponíveis em múltiplas telas para o público, sem a necessidade de esperar por um dia e horário de exibição na TV aberta, a imprensa "tradicional" ainda aparece, não raramente, nas produções audiovisuais e faz parte dela como personagem da narrativa, ajudando ao ouvinte/espectador a se envolver ainda mais com o produto em questão. A linguagem da imprensa e do videoclipe se entrelaçam e traçam uma rota própria, aproximando públicos com interesses, idades e preferências variadas. Mas que se (re) encontram diante das telas, seja de um aparelho de TV, um notebook ou um smartphone.

Referências

Coutinho, I. (2016). *O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: a análise da materialidade audiovisual como método possível* [Trabalho apresentado]. 39º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom, São Paulo, SP, Brasil.

Kellner, D. (2001). *Cultura da Mídia.* EDUSC.

Projeto EASIT: aplicação do programa de treinamento em audiodescrição Easy-to-Understand no Brasil

Daniela Cristina Carvalho Souza
Lucinéa Villela

A audiodescrição é um recurso de acessibilidade comunicacional existente há mais de 40 anos. Pensando em aprimorar essa prática, o grupo de pesquisadores europeus Transmedia Catalonia, financiado pelo programa *Erasmus+ Strategic Partnerships for Higher Education programs*, criou o projeto EASIT, uma plataforma de treinamento voltada para a especialização de audiodescritores, legendadores e profissionais do jornalismo, cujo trabalho contou com profissionais da Espanha e outros países europeus, especialistas na *Plain Language* (PL) e *Easy-to-Read* (E2R). *A Plain Language*, traduzida no Brasil como Linguagem Simples, é um movimento dos anos 1970 que, inicialmente, diante da burocracia dos documentos legais, tinha por objetivo tornar tais documentos mais claros e acessíveis a toda a população. Atualmente, é vista como um recurso de acessibilidade, pois, como afirma Mazur (2000, p. 205) a Linguagem Simples é um tipo de leitura acessível para as pessoas com dificuldade de leitura e/ou compreensão. Já o conceito *Easy-to-Read*,

ou Leitura Fácil em português, é definida pela IFLA (2010, p.6) como "uma adaptação que faz com que tanto a leitura quanto a compreensão sejam mais fáceis." Dessa fusão, originou-se o conceito *Easy-to-Understand language* (E2U), escolha terminológica do projeto EASIT para ser utilizada como ferramenta de acessibilidade em produções audiovisuais como na audiodescrição que, como afirma Bernabé Caro (2020, p. 12), pode tornar a AD mais informativa e menos descritiva que a AD padrão. Diante disso, este estudo tem como principal objetivo investigar a linguagem *Easy-to-Understand*, com enfoque na audiodescrição (AD E2U), assim como colaborar com a formação de profissionais da área de produção audiovisual por meio da aplicação do treinamento com os materiais desenvolvidos no projeto EASIT. A princípio, foram aprofundados os pressupostos teóricos que abordam a audiodescrição, a Linguagem Simples, a Leitura Fácil e, entre os estudos mais recentes, a linguagem *Easy-to-Understand*, termo que será traduzido para português como Linguagem de Fácil Compreensão. Também, foi realizada a análise minuciosa do conteúdo da plataforma EASIT que se referem ao assunto, tais como vídeos instrucionais e artigos publicados pelos estudiosos da área. Na sequência, foram oportunizadas capacitações aos graduandos do 1º ano do curso Comunicação: Rádio, TV e Internet da FAAC-UNESP de Bauru/SP, momentos em que se deu a aplicação do treinamento em audiodescrição com Linguagem de Fácil Compreensão, utilizando os materiais disponibilizados pela plataforma EASIT. Na ocasião, os estudantes puderam explorar o conteúdo dos vídeos envolvendo a audiodescrição e, então, aplicar o conhecimento adquirido produzindo audiodescrição em Linguagem de Fácil Compreensão para o curta-metragem intitulado Deadline. Ao finalizarem todo o trabalho de AD, os estudantes revelaram que o projeto EASIT é de grande importância para os profissionais da área do audiovisual e o projeto deve ser evidenciado,

pois os materiais oferecidos pela plataforma EASIT são capazes de levar o aprimoramento das habilidades desses profissionais de produzir a AD com linguagem simples e clara, ampliando o acesso à cultura e à informação aos deficientes visuais.

Jornalista: o novo influencer do mercado?

Iluska Maria da Silva Coutinho
Ana Luiza Tostes

A presença de jornalistas nas redes sociais está cada dia mais intensa, o que estimula novas formas de acesso do público aos profissionais da informação, com a potencialização de linguagens em um ambiente em fluxo e conectivo (Santaella, 2003). É por meio das redes que os jornalistas agora também apuram parte das notícias, publicam textos e vídeos compartilham informações. Seus perfis pessoais em redes como Instagram e Twitter (ou X) são agora um espaço informativo, mas também de constituição e reforço do vínculo entre jornalistas profissionais e audiência, em alguns casos reunida em fãs-clubes, um tipo de perfil também presente nas redes.

A facilidade de se comunicar em telas junto com os avanços das novas tecnologias em redes, contribuiu para que os jornalistas passassem a não utilizarem as redes somente como forma de informação e difusão do seu trabalho, mas também, de se comunicarem com o público de forma direta. Nesse sentido, e algumas vezes somando um (re)conhecimento nativo de outras telas, como as de emissoras de televisão aberta e por assinatura, esses profissionais se tornam pessoas influentes também no ambiente digital, contribuindo para debates e

formação de opinião nesse novo ecossistema midiático. Essa atividade por um lado poderia ser relacionada à uma das funções sociais do jornalismo; o jornalista cumpriria dessa forma seu papel de levar a informação correta e bem apurada, contribuindo para esclarecer o cidadão em sua tomada de decisão, ajudando-o a construir sua própria percepção acerca da realidade (Kovach & Rosenstiel, 2003). Por outro lado, porém o tipo de proximidade característico das relações nas redes sociais digitais, e a natureza da interação entre público e profissionais da informação, foi amplificada de forma potencial, e pode estar tensionando aspectos da objetividade jornalística como ritual estratégico (Tuchman, 1999). Esse tipo de ação ritualística, estratégica, seria possível em um ambiente digital marcado pela aproximação entre jornalista e audiência?

A partir dessa perspectiva propomos a reflexão acerca dos papéis assumidos pelo jornalista profissional na ambiência em redes digitais. Ao se aproximar do público, e do universo dos fãs, estariam repórteres, comentaristas e apresentadores, atuando como influenciadores digitais? No espaço digital e das redes, há uma profissionalização do chamado "influencer", atividade próxima do marketing. O influenciador digital seria uma persona/ perfil que se destacaria pela capacidade de influenciar potenciais compradores de um produto ou serviço. Essa influência ocorreria por meio de promoção e recomendação de produtos ou serviços, tendo como contrapartida o recebimento do item ou de cachês. De acordo com o Dicionário Oxford, o influenciador seria aquele "(...) que influencia a opinião e o comportamento de um número muito grande de seguidores por meio de criação e compartilhamento de conteúdo pelas redes sociais". Caberia a atuação do jornalista profissional nessa ambiência, com fronteira tão próxima do universo comercial e do marketing?

Se antes o Jornalismo como atividade fim é que deveria ser portadora de confiança, em processos contemporâneos de personalização da credibilidade

(Coutinho, 2022), haveria um deslocamento, com o/a profissional, nas redes sociais digitais, assumindo o papel de "figura de confiança". Em que medida essa aproximação do jornalista de um campo de práticas associados ao marketing de influência pode representar no limite riscos para a credibilidade do Jornalismo, como atividade relevante para a sociedade, e para a democracia em particular? O trabalho toma como referencial teórico a existência de uma "Dramaturgia do telejornalismo" (Coutinho, 2012), considerando a concepção ampliada de telejornalismo como aquele que é produzido/ experimentado por meio de telas, de televisores, computadores e celulares. Nessa perspectiva, buscamos compreender as tramas contemporâneas de circulação de informação em vídeo a partir do perfil de jornalistas profissionais. Que imagem do Jornalismo emerge a partir desses registros? Qual papel exercido pelo jornalista nas telas? Como se constrói, alimenta e compartilha a credibilidade do Jornalismo e dos jornalistas nessas circulações de material audiovisual em redes sociais digitais? Para responder a essa questão, o trabalho toma como objeto empírico perfis de jornalistas profissionais em atividade em emissoras de televisão brasileiras em redes sociais digitais, e especialmente, os registros em vídeo por eles compartilhados nesses espaços, investigados a partir do método da Análise da Materialidade Audiovisual.

Referências

Coutinho, I. (2012). *Dramaturgia do telejornalismo.* Mauad Editora Ltda.

Coutinho, I. (2022). *Credibilidade como valor personalizado no telejornalismo: Vínculos tecidos em rede entre audiência e jornalistas profissionais* [Trabalho apresentado]. 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom, João Pessoa, PB, Brasil.

Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2003). *Os Elementos do Jornalismo* (W. Dupont, Trad.). Geração Editorial.

Santaella, L. (2003). *Culturas e Artes do Pós-humano: da Cultura das Mídias à Cibercultura.* Paulus Editora.

Tuchman, G. (1999). A objetividade como ritual estratégico. In N. Traquina (Org.), J*ornalismo: Questões, Teorias e Histórias* (2ª ed., pp. 74-90). Vega.

A produção da BBC News Brasil para o Youtube: reflexões sobre a série de reportagens "O Brasil do olhar estrangeiro"

Leire Mara Bevilaqua

A BBC, British Broadcasting Corporation, é uma corporação pública de rádio e televisão do Reino Unido. Fundada em 1922, durante décadas se manteve como o único serviço de rádio e televisão da região. Atualmente, oferece um serviço global de notícias e toda a produção jornalística para rádio, televisão e internet está disponível em mais de 40 línguas diferentes.

Os brasileiros conheceram a emissora com o início das transmissões de rádio do Serviço Latino-Americano da BBC, em março de 1938. Cinco anos mais tarde, em 1943, surgiu o Serviço Brasileiro de Rádio da BBC que, apesar de estar vinculado ao latino-americano, transmitia quatro horas diárias de programas para o Brasil. A partir da década de 1990, a BBC precisou se adaptar aos novos desafios do mercado nacional, realizando convênios com emissoras de rádio de ondas médias e frequência modulada. Outra aposta foi o lançamento da página na internet em 1999, com a criação de um núcleo de produção experimental; a criação da marca BBC brasil.com no ano 2000 e uma parceria com a Rede Bandeirantes de Televisão em 2005 para veicular

reportagens diárias nos telejornais da Bandeirantes, Band News e Canal 21. Desde 2007, a BBC News Brasil também conta com um canal no Youtube para a produção jornalística audiovisual.

Diante de uma cobertura jornalística significativa destinada ao Brasil, este artigo tem como objetivo analisar especificamente a produção audiovisual da BBC News Brasil. O recorte é a série especial de cinco grande-reportagens com o tema: "O Brasil do olhar estrangeiro", veiculada no canal do Youtube da BBC News Brasil em *playlist* própria. E também disponibilizada no site BBC News Brasil com direcionamento para o Youtube.

A partir da conceituação do formato reportagem no gênero telejornalismo tendo como referência as obras de Souza (2004), Rezende (2000) e Siqueira & Vizeu (2014), passando pelo conceito de cultura da convergência de Jenkins (2008), em que os meios de comunicação relacionam-se uns com os outros, numa tendência à distribuição de conteúdos multiplataforma, o objetivo é entender como a linguagem audiovisual na produção jornalística da BBC News Brasil está em reconfiguração.

Becker & Teixeira (2009, pp. 44-45), por exemplo, já definem webjornalismo audiovisual como "projetos editoriais de informação e entretenimento produzidos e dirigidos exclusivamente para a internet". O que também é explicado por Castro & Freitas (2010) como um processo de experimentação de linguagens e formatos principalmente em decorrência da interação e comunicação multiplataforma.

Com isso, a proposta é elencar os principais elementos que compõem e dão unidade a esse formato de reportagem especial seriada desenvolvido pela BBC News para o canal do Youtube, como ele dialoga ou se distancia de formatos noticiosos consolidados em telejornais exibidos em televisão aberta, e quais elementos garantem engajamento com o usuário da plataforma.

A partir desse entendimento, podem surgir novas possibilidades de produção audiovisual de conteúdos jornalísticos.

Referências

Becker, B., & Teixeira, J. (2009) *Narrativas jornalísticas audiovisuais: um estudo dos efeitos da convergência no JN e no UOL. Revista Galáxia, 18,* 232-246.

Castro, C., & Freitas, C. (2010). Narrativa Audiovisual para Multiplataforma – Um Estudo Preliminar. *Revista da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Intercom.*

Jenkins, H. (2008) *Cultura da convergência*. Aleph.

O Brasil do Olhar Estrangeiro. (s.d.). *Home* [Vídeo]. Youtube. https://www.youtube.com/playlist?list=PLCX5XjxKTpTk2H0dAElYFd5HOuB1GfUwd

Rezende, G. J. de. (2000). *Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial.* Summus Editorial.

Siqueira, F. C. de, & Vizeu, A. (2014). Jornalismo em transformação: as escolhas dos formatos das notícias na TV. In A. Vizeu, E. Mello, F. Porcello, & I. Coutinho (Orgs.). *Telejornalismo em questão*. (pp. 53-76). Insular.

Souza, J. C. A. de. (2004). *Gêneros e formatos na televisão brasileira.* Summus Editorial.

Candidatos e jornalistas no segundo turno das eleições presidenciais brasileiras de 2018 pelas câmeras do Jornal Nacional

Marta Corrêa Machado

Desde que Marshall McLuhan (1969) afirmou que o meio é a própria mensagem, nós, os pesquisadores, tentamos entender as diversas facetas dessas mensagens. No caso da TV, uma delas é a imagem. O caráter audiovisual da televisão nos oferece duas dimensões igualmente significativas em termos de impacto sobre o espectador, que precisam ser estudadas e entendidas: a auditiva e a imagética (Banning & Coleman, 2009; Bock, 2020; Messaris, 1997). As pesquisas sobre campanhas eleitorais no Brasil, no entanto, têm majoritariamente avaliado em profundidade os aspectos textuais das coberturas jornalísticas televisivas, restringindo-se à dimensão auditiva dos conteúdos (Bretas, 2009; Carvalho, 2015; Fernandes et al., 2019; Souza, 2007).

No estudo longitudinal sobre a cobertura dos pleitos estadunidenses realizado por Grabe e Bucy (2009) encontrei boa parte das premissas metodológicas que norteiam esta pesquisa. Para os autores, é possível classificar as diversas possibilidades de posicionamento de câmera e de edição de voz/imagem em valências positivas, negativas e neutras, no que diz respeito ao

retorno para o candidato. Em sintonia com essa literatura, aferi as valências desses aspectos na cobertura do dia a dia dos candidatos pelo Jornal Nacional da Rede Globo de Televisão no segundo turno das eleições presidenciais brasileiras de 2018, quantificando planos e agrupando-os, de forma a estabelecer um saldo benéfico ou não para cada candidato.

Ao longo do artigo, fundamento e respondo a três hipóteses geradas a partir da literatura revisada sobre o tema. No que diz respeito à primeira hipótese levantada no artigo: *H1: Em termos de distribuição total de tempo de matérias sobre os candidatos, O Jornal Nacional não alcançou neutralidade na cobertura do segundo turno do pleito de 2018*.

Os dados demonstraram que o candidato Jair Bolsonaro (PSL) recebeu quase oito minutos a mais de cobertura que seu oponente, Fernando Haddad (PT). Os dados demonstraram que, com relação ao tempo total de matérias sobre os candidatos, há um desequilíbrio na distribuição do telejornal. Ainda que a diferença seja modesta, cerca de 12% de vantagem para o candidato Bolsonaro, e que não tenha sido encontrada significância estatística ao rodar o teste de Wilcoxon, é fato que o Jornal Nacional ofereceu um tempo maior de cobertura a Jair Bolsonaro (PSL), o que demonstra um desequilíbrio na exposição dos dois concorrentes na campanha presidencial de 2018. A primeira hipótese levantada, portanto, foi parcialmente confirmada pelos dados analisados, na medida em que a diferença demonstra que o JN não alcançou neutralidade na cobertura do segundo turno das eleições de 2018, ainda que esta parcialidade não tenha sido detectada por significância estatística.

Com relação à segunda hipótese: *H2: A medição de posicionamentos de câmera e da relação voz/imagem na cobertura veiculadas pelo Jornal Nacional sobre o dia a dia dos dois candidatos na cobertura do segundo turno das eleições 2018 indicam viés do telejornal por determinado candidato.* Quanto

aos aspectos de câmera e à relação entre voz e imagem analisadas na cobertura, Bolsonaro recebeu 5,15 pontos percentuais a mais de valências benéficas para sua campanha que seu concorrente. As diferenças desses aspectos são mais perceptíveis quando agregados, como no estudo aqui proposto. Neles, observa-se uma discrepância que indica o favorecimento do candidato do PSL – 16,4%. No entanto, nos testes de Wilcoxon, os números não apresentaram significância estatística. Mesmo assim entende-se que há uma leve vantagem na exposição de Bolsonaro sobre seu concorrente e, nesse sentido, a segunda hipótese foi parcialmente confirmada.

Com relação à terceira e última hipótese: *H3: Na cobertura de segundo turno da campanha de 2018 pelo Jornal Nacional, a presença de jornalistas em tela foi maior que a de candidatos.* Apesar de a literatura indicar uma tendência no telejornalismo estadunidense de uma presença maior de jornalistas em tela que de candidatos, os dados da cobertura do JN no segundo turno de 2018 indicam que o mesmo não se aplica ao caso brasileiro. Enquanto os candidatos estiveram presentes 66% do tempo da cobertura em tela, a imagem dos jornalistas ocupou apenas 15%. Também o tempo de voz dos jornalistas (42,7%) não superou o dos candidatos na cobertura do dia a dia dos concorrentes no segundo turno. Assim, a terceira hipótese levantada, com base nos estudos que se dedicam ao tema no contexto estadunidense, não se confirmou no caso brasileiro.

Referências

Banning, S., & Coleman, R. (2009). Louder than words: A content analysis of presidential candidates' televised nonverbal communication. *Visual Communication Quarterly*, *16*(1), 4-17. https://doi.org/10.1080/15551390802620464

Bock, M. A. (2020). Theorising visual framing: Contingency, materiality and ideology. *Visual Studies*, *00*(00), 1-12. https://doi.org/10.1080/1472586X.2020.1715244

Bretas, G. V. (2009). *Controvérsias interpretativas na atualidade mediática: Um estudo sobre os enquadramentos do Jornal Nacional*. Universidade de Brasília (UnB).

Carvalho, F. C. de. (2015). Mídia e eleições: As entrevistas do Jornal Nacional aos candidatos à presidência do Brasil em 2014. *Aurora. Revista de Arte, Mídia e Política*, *7*(21), 7–25.

Fernandes, C. M., Oliveira, L. A. de, Gomes, V. B., & Coimbra, M. R. (2019). *A política na bancada: confrontação e tensionamentos nas sabatinas do JN nas eleições de 2018* [Trabalho apresentado]. VIII Congresso Da Associação Brasileira de Pesquisadores Em Comunicação e Política (VIII COMPOLÍTICA), Brasília, DF, Brasil.

Grabe, M. E., & Bucy, E. P. (2009). *Image Bite Politics: News and the Visual Framing of Elections*. Oxford University Press, Inc.

McLuhan, M. (1969). *O Meio são as Massa-gens*. Distribuidora Record.

Messaris, P. (1997). *Visual persuasion: The role of images in advertising*. SAGE Publications, Inc.

Souza, F. das N. (2007). *O Jornal Nacional e as eleições presidenciais* [Tese de Doutorado, Universidade de São Paulo]. https://doi.org/10.11606/T.27.2007.tde-22072009-180558

Mesa 8: Estudos de gênero, democracia e justiça social

Mesa 8: Estudios de género, democracia y justicia social

Rosa Maria Araújo Simões
Maria Cristina Gobbi
Coordenadoras

Revolucionando o ciclo: explorando a dignidade menstrual e a sustentabilidade como caminhos para a paz social

Karine Nunes Tavares
Isadora da Silva Prestes
Caroline Kraus Luvizotto

Inúmeros são os contextos de desigualdade social no Brasil, incluindo aqueles relacionados à precariedade menstrual. Um estudo do Fundo de População das Nações Unidas (UNFPA) e do Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF) intitulado "Pobreza Menstrual no Brasil" revelou que 713 mil pessoas que menstruam não possuem acesso a banheiros e/ou chuveiros em suas residências, enquanto mais de 4 milhões não possuem acesso a produtos básicos de higiene menstrual. Neste sentido, é fundamental desenvolver estudos, políticas públicas e ações da sociedade civil que minimizem os impactos da precariedade menstrual para essas populações.

A UNICEF e a Organização das Nações Unidas (ONU), por exemplo, têm criado campanhas garantindo às mulheres a dignidade menstrual, o que significa ter acesso a produtos e condições de higiene adequados. No entanto, a forma como essas organizações abordam o problema é paliativa, baseada em ações não-duráveis e prejudiciais ao meio ambiente, pois utilizam

absorventes descartáveis que demoram milhares de anos para se decompor, poluindo solos e rios e, na perspectiva dos Estudos para Paz, essa prática não se encontra em equilíbrio. Diante deste contexto, apresentamos uma pesquisa diagnóstica a partir das teorias do ecofeminismo e dos Estudos para a Paz, a fim de discutir as ações das organizações ONU e UNICEF, e destacar formas eficazes e permanentes de garantir a dignidade menstrual e evitar ações danosas ao meio ambiente.

Metodologia

Com o propósito de alcançar o objetivo desta pesquisa, foi conduzida uma investigação diagnóstica com o intuito de identificar oportunidades de aprimoramento nas ações relacionadas à dignidade menstrual realizadas pela ONU e UNICEF. O foco da pesquisa foi encontrar abordagens efetivas e sustentáveis, ancoradas nos preceitos do ecofeminismo, para garantir a dignidade menstrual e evitar impactos ambientais adversos.

Resultados e Discussões

O ecofeminismo é uma corrente de pensamento que busca estabelecer uma interconexão entre a opressão de gênero e a degradação ambiental, com base na compreensão de paralelos existentes entre a exploração da natureza e a subordinação das mulheres na sociedade (Shiva, 1995, 2004; Siliprandi, 2000). Nessa perspectiva, reconhece-se que tanto as mulheres quanto o meio ambiente são submetidos a tratamentos similares por meio de estruturas de poder patriarcais e capitalistas. (Arruza et al., 2019). Além disso, o arranjo socioeconômico capitalista exerce violências sobre os indivíduos em situação de vulnerabilidade, haja vista que as disparidades econômicas e sociais latentes na estrutura social facultam a um reduzido segmento populacional o controle de uma significativa parcela de poder, ao passo que a esmagadora

maioria é relegada à periferia (Cavalcante, 2020). Nesse sentido, a pobreza menstrual é uma violência que acarreta corpos que menstruam que acabam à margem, impedidos de suas tarefas pela falta de acesso a itens básicos de higiene adequados.

Para além, é importante ressaltar que os absorventes descartáveis são geralmente compostos por plástico, algodão e gel, tendo um núcleo "constituído por uma tecnologia capaz de absorver o fluxo menstrual, prometendo segurança às pessoas que menstruam" com fortes impactos ao meio ambiente (Souza, 2022, p.17).

A utilização desses materiais é uma alternativa prejudicial ao meio ambiente (Weber, 2023; Souza, 2022). Visando soluções sustentáveis ao meio ambiente e produtos mais duráveis surgiram outras alternativas de absorventes como coletores menstruais, discos menstruais, calcinhas absorventes e absorventes de pano, por exemplo, alternativas essas consideradas mais ecológicas, duráveis e econômicas, enquadrando-se em uma perspectiva ecofeminista.

Conclusões

A troca de absorventes descartáveis por opções reutilizáveis é uma medida significativa para promover a sustentabilidade, reduzir a quantidade de resíduos plásticos descartados, preservar os recursos naturais e evitar que comunidades carentes voltem à situação de vulnerabilidade menstrual. Destaca-se ainda a importância de uma abordagem ecofeminista na busca pela diminuição das agressões ao meio ambiente e às pessoas que menstruam, especialmente aquelas pertencentes a comunidades mais vulneráveis, que sofrem maior impacto das desigualdades resultantes do sistema capitalista.

Além disso, é importante ressaltar que a substituição de absorventes descartáveis por opções reutilizáveis representa um passo pequeno, porém significativo, na conscientização, com o objetivo de reduzir os danos ao meio

ambiente e diminuir as desigualdades, especialmente em relação à pobreza menstrual. Essa mudança contribui para a construção de um futuro mais sustentável, em que a preservação ambiental assume um papel prioritário na garantia da qualidade de vida das atuais e futuras gerações.

Referências

Arruzza, C., Bhattacharya, T., & Fraser, N. (2019). *Feminismo para os 99%: um manifesto.* Boitempo.

Cavalcante, P. L. C. (2020) *A questão da desigualdade no Brasil: Como estamos, como a população pensa e o que precisamos fazer.* IPEA.

Shiva, V. (1995). *Abrazar la vida. Mujer, ecología y supervivencia.* Horas y Horas.

Shiva, V. (2004). La mirada del ecofeminismo. *Revista Latino-americana, 9*, 1-10.

Siliprandi, E. (2000). Ecofeminismo: contribuições e limites para a abordagem de políticas ambientais. *Agroecologia e Desenvolvimento Rural Sustentável, 1*, 61-71.

Souza, M. G. M. (2022). *Percepções acerca do uso dos absorventes convencionais descartáveis e absorventes ecológicos de pano* [Trabalho de Conclusão de Curso, Licenciatura em Ciências Biológicas].

Weber, J. (2023, 03 de fevereiro). Os impactos dos absorventes descartáveis para o meio ambiente. *UFSM.* https://www.ufsm.br/unidades-universitarias/ccne/2023/02/03/os-impactos-dos-absorventes-descartaveis-para-o-meio-ambiente.

Modos de produção jornalística e prática ativista nos portais com perspectiva de gênero Azmina, Catarinas e Think Olga

Karina Janz Woitowicz

Ao refletir sobre as interfaces entre a produção jornalística e as práticas de ativismo feminista no ambiente digital, o presente trabalho apresenta uma análise dos portais *Azmina* (http://azmina.com.br/), *Catarinas* (http://catarinas.info/) e *Think Olga* (https://thinkolga.com/) que coloca em pauta os parâmetros hegemônicos e heteronormativos do jornalismo (Silva, 2014), de modo a repensar os valores-notícia, as fontes predominantes na cobertura jornalística, o uso de uma linguagem não sexista, entre outros aspectos (Chaher & Santoro, 2007; Mano, 2017). Trata-se de investigar, a partir das experiências de veículos feministas, algumas características do jornalismo com perspectiva de gênero, que ganhou força sobretudo na última década com a expansão de veículos nativos digitais no Brasil e em toda América Latina (Woitowicz, 2019; Natansohn, 2013).

A escolha dos portais deve-se ao caráter de suas propostas editoriais, comprometidas com a oferta de informações qualificadas em torno de temáticas de gênero em uma perspectiva interseccional (Akotirene, 2019) e com

a inserção de demandas das mulheres no debate público. A pesquisa aborda os seguintes eixos: 1) processos de organização e estrutura de produção, em que são levantadas informações sobre equipe, regularidade de atualização e modos de sustentação econômica e profissional dos veículos; 2) perfil do conteúdo publicado nos três portais, em que são observados, a partir de uma pesquisa exploratória, aspectos como o uso de fontes, a presença da perspectiva interseccional, o tratamento de temas relativos aos direitos das mulheres e às questões de gênero e o uso da linguagem inclusiva.

A análise do segundo eixo compreende uma seleção de reportagens publicadas entre os anos de 2020 e 2021 nos portais *Azmina*, *Catarinas* e *Think Olga* e baseia-se em parâmetros metodológicos oriundos da prática do jornalismo com perspectiva de gênero, que considera, entre outras coisas, a ênfase nos processos, a diversidade dos sujeitos representados e o equilíbrio das fontes de informação (Cimac, 2009; Alberti et al., 2010), assim como a preocupação em garantir o acesso e a participação igualitária das mulheres nos meios de comunicação (Montiel, 2014).

Um dos destaques do estudo situa-se no período da pandemia de Covid-19, o que justifica o recorte temporal estabelecido (2020 e 2021). A cobertura jornalística realizada pelos portais que compreendem a pesquisa enfocou as desigualdades de gênero no período de crise e revelou também o impacto maior da pandemia junto a mulheres negras e pobres, contemplando uma abordagem interseccional. Para ilustrar os critérios de análise, serão selecionadas algumas produções que se mostram representativas da prática do jornalismo com perspectiva de gênero e que demonstram o papel ativista assumido pelos veículos na defesa dos direitos das mulheres e dos grupos minorizados.

O principal resultado do trabalho consiste na sistematização de informações em torno do jornalismo praticado pelos portais feministas, que se situam à margem do sistema hegemônico de mídia, contribuindo para o conhecimento acerca das experiências de jornalismo alternativo e independente no Brasil e para a reflexão sobre os limites e as potencialidades encontradas para inserir temáticas de gênero na agenda pública.

Referências

Akotirene, C. (2019). Interseccionalidade. São Paulo: Sueli Carneiro; Pólen.

Alberti G., G., Lagos L., C., Maluenda M., M. T., & Uranga H., V. (2010). *Por un periodismo no sexista: pautas para comunicar desde una perspectiva de género en Chile.* OREALC/UNESCO Santiago; Cátedra UNESCO-UDP "Medios de comunicación y participación ciudadana"; Programa de Libertad de Expresión de la Universidad de Chile; Colegio de Periodistas de Chile.

Chaher, S.; Santoro, S. (Org.). (2007). Las palabras tienen sexo: introducción a un periodismo con perspectiva de género. Buenos Aires: Artemisa Comunicación Ediciones. p. 111-124.

Cimac. (2009). Hacia la construcción de un periodismo no sexista. Edición Comunicación e Información de la Mujer. Ciudad de México: CIMAC.

Mano, M. K. T. (2017). De um jornalismo sexista a um jornalismo com perspectiva de gênero. *Lutas Sociais, 21*(39), 9-20. https://revistas.pucsp.br/index.php/ls/article/view/35874

Montiel, A. V. (2014). Igualdad de género, poder y comunicación: las mujeres en la propiedad, dirección y puestos de toma de decisión. *La Ventana,* (40), 186-212.

Natansohn, G. (2013). *Internet em código feminino: teorias e práticas.* La Crujia.

Silva, M. V. (2014). *Masculino, o gênero do jornalismo: modos de produção das notícias.* Insular.

Woitowicz, K. J. (2019). *Periodismo alternativo y militancia feminista: experiencias de portales digitales con enfoque de género en Ecuador.* CIESPAL.

Oficina de webjornalismo: uma disciplina envolvendo midiativismo, plataformização e inteligência artificial

Ingrid Pereira Assis
Marco Túlio Pena Câmara

As modificações nas tecnologias de informação e comunicação tensionam o ensino do jornalismo para que se mantenha atual e condizente com o contexto no qual os futuros profissionais da área vão atuar. Atualmente, características do webjornalismo, como interatividade e ubiquidade, têm sido elevadas à potência máxima (Canavilhas, 2014). O processo de plataformização vigora, tanto nas tecnologias quanto nos arranjos trabalhistas (Grohmann, 2022), firma-se a produção de conteúdo que discuta mudanças sociais por meio das mídias (Mattoni, 2013). Visando atender a uma demanda de atualização para este contexto, foi ofertada a disciplina optativa de Oficina de Webjornalismo, em fevereiro de 2023, enquanto disciplina de férias, no bacharelado de Jornalismo da Universidade Federal do Tocantins (UFT). Este resumo expandido versa sobre um relato de experiência analisando a disciplina. Para isso, propõe-se uma revisão narrativa acerca dos conteúdos ministrados, contextualizando de que modo os conhecimentos da área de webjornalismo foram amalgamados

ao conteúdo midiativista, transformando a disciplina em um espaço no qual é estimulada a prática de um jornalismo mais engajado e condizente com o atual contexto social. Outro aparato metodológico é a aplicação de um questionário semiestruturado com os estudantes (Combessie, 2004), aplicado via Google Forms, para coletar a avaliação deles acerca das atividades desenvolvidas e ferramentas trabalhadas. A disciplina tem uma carga horária de 30h e, por ter sido ofertada nas férias, as aulas foram condensadas no mês de fevereiro, em três dias à noite, e tem como ementa: "Abordagem prática visando à produção de conteúdos jornalísticos para a internet aprofundando determinados gêneros e formatos" (Resolução N.^{0} 05 de 25 de fevereiro de 2015). Considerando esse ementário e as expertises dos docentes, autores deste artigo, foram definidos como conteúdos programáticos: inovação digital, necessidades dos usuários e experiência do usuário, UX Design, inovação digital voltada ao midiativismo, métodos ágeis (Scrum) vs métodos tradicionais, arquitetura da informação em ambientes digitais, tipos de conteúdos de mídias sociais, midiativismo on-line e Jornalismo independente, alternativas de práticas jornalísticas e de conteúdo on-line. Sendo assim, o artigo final que sintetiza os resultados desta investigação se organiza da seguinte forma: contextualização da disciplina e da proposta do artigo; aspectos do midiativismo trabalhados em sala de aula; fundamentos do conteúdo acerca do processo de plataformização e seu entre-cruzamento com a Inteligência Artificial (IA), que foi base conceitual para os trabalhos práticos desenvolvidos pelos discentes na disciplina; e, por fim, a descrição das atividades aplicadas na disciplina, os trabalhos desenvolvidos pelos estudantes e uma síntese da percepção deles acerca dos conteúdos, das ferramentas trabalhadas e do processo de ensino e aprendizagem. Avalia-se que esta produção científica se coaduna com a proposta do 6º Congresso Internacional Media Ecology and Image Studies – MEISTUDIES, sobretudo

no Grupo 8: Estudos de gênero, democracia e justiça social, tendo em vista o midiativismo desenvolvido durante a disciplina e que permeou os trabalhos práticos dos discentes, vinculados às discussões de gênero e defesa da democracia e justiça social. Por fim, sintetiza-se alguns dos resultados alcançados, abordados no artigo final: dos 14 estudantes matriculados, nove responderam ao questionário. Destes, oito apontaram que nunca tinham trabalhado com ferramentas de IA. O único que já tinha essa experiência foi por meio do ChatGPT. Todos os estudantes que responderam ao questionário apontaram que acreditam na compatibilidade das ferramentas trabalhadas na disciplina com a prática do jornalismo. 66,7% avaliaram que, de 1 a 10, a disciplina atualizou a formação enquanto Jornalista, ao máximo. 33, 3% atribuiram nota 9 nesse aspecto. Durante a disciplina, os estudantes ainda aprenderam a desenhar um aplicativo com proposta midiativista. Acerca dessa atividade, avaliando de 1 a 10, 11,1% apontaram nota 9, com relação à segurança em realizar um trabalho desse tipo no mercado após a disciplina; 55,6% apontaram nota 8 e 11,1% apontaram notas 7, 6 e 5, respectivamente. Acerca dos conhecimentos de midiativismo e sua interrelação com o webjornalismo, sete alunos apontaram que os assuntos foram bem conectados durante as aulas e trabalhados de forma interdisciplinar. Um avaliou que não foram e um apontou que não conseguiria avaliar. Por fim, nas perguntas abertas, os alunos se mostraram interessados nos conteúdos, avaliaram a oferta da disciplina como proveitosa, mas ressaltaram que deveria ser aumentada a carga horária, para que o conteúdo fosse trabalhado de forma mais aprofundada.

Referências

Canavilhas, J. (2014). *Webjornalismo: 7 caraterísticas que marcam a diferença*. LabCom. http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf

Combessie, J.-C. (2004). *O método em Sociologia – Como é, como faz*. Ed. Loyola.

Grohmann, R. (2022). Plataformização do trabalho: entre a dataficação, a financeirização e a racionalidade neoliberal. *Revista Eptic, 22*(1), 106-122. https://informe.ensp.fiocruz.br/assets/anexos/f7a335720964ca1ef9ead6eb4e8dfaf8.PDF

Mattoni, A. (2013). *Media activism. The Wiley-Blackwell encyclopedia of social and political movements.* Blackwell Publishing.

Resolução N.º 05 de 25 de fevereiro de 2015. Dispõe sobre a reformulação curricular do Projeto Pedagógico do Curso (PPC) de Bacharelado em Jornalismo (Câmpus de Palmas).

Vozes radiofônicas: a possibilidade de uma expressiva comunicação

Thiers Gomes da Silva

A mídia sonora pode estimular a comunicação entre os indivíduos. A adequada elaboração da transmissão e permuta de informações relevantes pode contribuir para o desenvolvimento da sociedade.

São tempos de muitas ofertas no que se refere à transmissão de conteúdos sonoros de empresas radiofônicas e a distância física entre a emissora e o ouvinte já não é mais um problema ou um fator que impeça o acesso ouvir o rádio. O sinal digital da rádio pode ser acessado pela Internet ou por algum tipo específico de aplicativo. Pode-se acessar através de um telefone celular, por exemplo, qualquer emissora de rádio independente do espaço de transmissão. Hoje em dia, uma emissora local, com transmissão online, pode ser ouvida em qualquer parte do mundo. Por intermédio da tecnologia, a distante comunidade imaginada do ouvinte torna-se próxima (Vianna, 2005, p. 09).

Mas, anteriormente à revolução da tecnologia digital, o ouvinte podia ser considerado assíduo da programação apenas de uma emissora e quanto às outras a audição podia ser ocasional. Isso porque a distância geográfica era considerável na sintonia com uma determinada emissora de rádio. Era muito

comum o ouvinte ter uma preferência específica para uma única emissora. As demais até podiam ser ouvidas. Todavia, nesta situação, à prática da audição era algo ocasional.

A tecnologia digital permite que o ouvinte, ao buscar atender a sua necessidade sonora, tenha uma ampla possibilidade de escolha. Atualmente, neste procedimento, pode ser identificado o paradoxo da escolha que acentua a instabilidade da audiência. Logo, manter a atenção assídua do ouvinte na programação é algo desafiador na produção do som radiofônico. Vargas (2006, p. 65) explica que:

> O consumidor, muitas vezes, encontra-se confuso diante de tantas opções e o sentimento de arrependimento é recorrente no seu dia-a--dia. As empresas, por sua vez, disputam cada vez mais, umas com as outras, qual vai conseguir ser percebida e que produtos/serviços serão comprados/usados pelo consumidor.

Na elaboração do som radiofônico, a proposta de comunicação deve ser bem expressiva o que garante algo interessante de ouvir. Silva (2023, p.71) destaca que:

> A qualidade expressiva da comunicação por meio do rádio poderá determinar o comportamento do indivíduo em prestar atenção ao som radiofônico. A sensação do som radiofônico deve impulsionar a percepção do ouvinte. O que significa mobilizar a sua atenção.

Independente da diferença do campo visual da informação entre o ouvinte e a emissora, o devido planejamento profissional da performance vocal no exercício da locução (o principal elemento da radiofonia) pode sugerir um diálogo com o ouvinte, algo que o faz sentir-se um interlocutor no empreendimento da comunicação proposta pelo rádio e, consequentemente, garante a

sua atenção assídua na programação. Para operacionalizar as atividades desta pesquisa (pesquisa bibliográfica, pesquisa de campo e coleta de dados), os procedimentos metodológicos foram realizados conforme princípios e técnicas de Gil (2002, 2009), Marconi e Lakatos (2015), Michel (2005), Yin (2010) e Bardin (2009).

Referências

Bardin, L. (2009). *Análise de conteúdo*. Edições 70.

Gil, A. C. (2009). *Estudos de caso - Fundamentação científica - Subsídios para coleta e análise de dados - Como redigir o relatório*. Atlas Editora.

Lakatos, E. M., & Marconi, M. A. (2015). *Metodologia Científica*. Atlas Editora.

Michel, M. H. (2005). *Metodologia da pesquisa em ciências sociais: um guia prático para acompanhamento da disciplina e elaboração de trabalhos monográficos*. Atlas.

Silva, T. G. (2023). *Procedimentos interdisciplinares para guiar a produção de programas radiofônicos do gênero ficção científica com a meta de melhorar a comunicação com a audiência* [Tese de doutorado, Universidade Estadual Paulista - UNESP).

Vargas, C. A. (2006). Da diversidade ao caos: como o paradoxo da escolha interfere nas decisões do consumidor. https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/248558

Vianna, G.V. G. de M. (2005). *Saudades da minha terra: reafirmação dos laços de pertencimento por meio da recepção de rádios locais via internet por brasileiros fora do país*. https://www.revistas.usp.br/novosolhares/article/view/51408/55475

Yin, R. K. (2010). *Estudo de Caso, Planejamento e Métodos*. Bookman.

Reflexões sobre os paralelos entre Design e Estudos Queer

Guilherme Cardoso Contini
Fernanda Henriques
Leonardo Alvarez Franco

Porque se escondem e onde ficam os designers projetando para as temáticas de gênero e sexualidade? Ao analisar a inexistência do "Mundo Real" de Papanek e as transformação na materialização dos objetos, Rafael Cardoso identifica o quanto isso impacta diretamente o Design. A fim de sustentar conexões entre Estudos Queer e Design é indispensável realizar uma análise aprofundada dessa interface, que considere o potencial transdisciplinar frente aos artefatos contemporâneos. Artefatos estes que podem ser exemplificados pelos bens eróticos produzidos em função do sexo e do prazer, os quais Gregori (2010) apontou como sendo potencializadores de diferenças e transgressões. Para avançar nessa argumentação são elaboradas estratégias de aplicação dessa interface, além da construção dos estudos do Sex Design em diálogo direto com o desenvolvimento de um olhar antropológico e a "queerização" dos espaços criativos. É preciso "queerizar" o Design com forma de sensibilizar a área aos aspectos políticos e subjetivos, além de gerar problematizações sobre a (re) produção e materialização de estratégias da normatividade (Portinari, 2017).

Dessa forma, pretende-se refletir sobre os paralelos teóricos que sustentam a interface os Estudos Queer e o Design.

Discussões

Pode-se observar a correlação entre o potencial transdisciplinar do Design e os Estudos Queer, começando pelo conceito da terminologia proposta por Portinari, a "Queerização do Design", que nada mais é do que a sensibilização do campo para os aspectos políticos, éticos, estéticos e subjetivos.

Por meio desta nova abordagem, percebe-se constatações essenciais para a base de uma pesquisa de interface Design Inclusivo e Estudos Queer. Essa aproximação não tem o viés de transformar o campo em algo totalizante e imutável, o que vai, inclusive, contra os preceitos da Teoria Queer.

Assim, o designer pode desenvolver um olhar antropológico necessário, independentemente do projeto executado ou do objeto de pesquisa, atuando sob a perspectiva de gênero e sexualidade, com as respectivas ressignificações.

Estas ressignificações tornam efetivas as aproximações de um "olhar antropológico". Além do olhar, o "pensar antropológico" resulta em inúmeros questionamentos sobre a própria realidade, a "antropologia do cotidiano" (Rodrigues, 2005) e o Design centrado no ser humano, no corpo, nos objetos. O designer torna-se, portanto, colaborador do futuro social em vez de somente cidadão, torna-se um "agente construtor cultural" (Rodrigues, 2005).

Quando ocorre uma aproximação destes conceitos é indispensável analisar atentamente o livro Manifesto Contrassexual, de Paul Preciado, e observar o ponto estratégico da conduta do designer que se aproxima da antropologia: a relação dos objetos com um corpo que é político, que é um espaço que carrega consigo potencial de resistência diante da opressão, um "local" biopolítico (Bourcier, 2014).

O Design pode identificar as questões de gênero e sexualidade como um campo transversal e ilimitado. A fim de validar ainda mais as pesquisas no campo projetual, é de extrema necessidade o real entendimento do que é gênero e as questões que o permeiam.

Um olhar desnaturalizado para projetos é resultado do diálogo, do debate e do pleno entendimento da profundidade alcançada pelas sistematizações de gênero que vêm sendo debatidas ao longo dos anos, alavancado depois da década de 1980. Muitos autores contemporâneos enriquecem os diálogos sobre as questões de gênero por meio de textos, reportagens, livros e artigos que escrevem ao desmitificar questões como, por exemplo, substantivos que são usados erroneamente em alguns momentos, tanto em contexto projetual quanto prático do que eles estão analisando.

Estes e os demais conceitos serão desenvolvidos no artigo final, assim como a argumentação e análise comparativa entre eles.

Referências

Bourcier, M. H. (2014). *Manifesto contrassexual: práticas subversivas de identidade sexual.* Editora N-1 edições.

Cardoso, R. (2013) *Design para um mundo complexo* (1a ed.). Cosac Naify.

Gregori, M. F. (2010) *Prazeres Perigosos: Erotismo, Gênero e Limites da Sexualidade* [Tese de livre-docência, Universidade Estadual de Campinas.]

Papanek, V. (2016) *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change.* Thames & Hudson.

Portinari, D. (2017) Queerizar o Design. *Revista Arcos Design*, *10*(1). https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/arcosdesign/article/view/30937

Preciado, B. (2014) *Manifesto Contrassexual: práticas subversivas de identidade sexual.* Editora N-1 edições.

Rodrigues, I. G. (2005) *Antropologia e Design: o olhar antropológico do designer*. https://pdfcoffee.com/o-olhar-antropologico-do-designer1-pdf-free.html

Violência de gênero no ciberespaço: uma análise do caso Livia La Gatto e Thiago Schutz

Isadora da Silva Prestes
Francisco Arrais Nascimento

A *internet* promoveu mudanças profundas, significativas e irreversíveis na sociedade. Sua ascensão e popularização foi responsável por "conectar" atores sociais (comunidades discursivas) em redes *online* promovendo a interação tanto entre os pares, quanto com outros atores (Recuero, 2011). Neste interim, impulsionado pelo avanço das tecnologias de informação e comunicação (TIC), os debates acerca das possibilidades democráticas no ambiente digital têm auferido espaço (Penteado et al. 2014). No entanto, cabe ressaltar que, além das possibilidades democráticas e de acesso, tensionamentos, problemáticas e violências insurgem e são disseminadas por meio de canais que se utilizam das mesmas ferramentas (Silva, 2022).

Assim, ao imergir no domínio dos estudos culturais, utilizando-se da comunicação enquanto meio e balizando-se sob a égide dos estudos de gênero, pode-se vislumbrar toda uma complexa tessitura social reproduzida e perpetuada em meio digital, exemplos disso são registrados nas redes sociais e

nos canais *online*, onde a "violência contra a mulher ganhou uma implacável ferramenta" (Monteiro, 2019, p. 21), uma vez que, determinados sujeitos se valem do anonimato e da falsa sensação de impunidade para violentar indivíduos em rede (Silveira, 2015).

Segundo dados divulgados pela SaferNet, as mulheres são as principais vítimas de violência no meio digital. Em 2022, os crimes de ódio *online* somaram 74 mil denúncias contra 44 mil em 2021. No entanto, o maior aumento foi o de violência contra as mulheres nas redes, subindo de 8 mil denúncias em 2021 para 28 mil denúncias em 2022. Tais crimes digitais podem acontecer principalmente devido a "existência de indivíduos que ainda lutam para a manutenção de uma sociedade de relações hierarquizadas, com a crença da superioridade masculina e sentimento de controle e posse sobre os corpos femininos" (Silva, 2022, p. 129). Um caso de destaque nacional envolvendo Thiago Schutz, *coach* de masculinidade, exemplifica esse contexto preocupante.

O recorte que ganhou repercussão foi produzido durante a participação do *coach* no *podcast* "Buteco Podcast". Nele, Thiago apresentou um exemplo o qual ressalta a importância do homem não se render aos desejos e escolhas da mulher, a qual sugere cerveja durante um encontro. Nesse contexto, Thiago fala que o homem deve ser responsável pela sua própria escolha (no caso dele, Campari) e ser inflexível em relação aos seus próprios gostos. Tal caso, apresenta de maneira sutil a "relação vertical, hierárquica e assimétrica entre dois agentes" (Garcia, 2018, p. 27) o qual "faz da submissão o destino natural das mulheres" (Garcia, 2018 p. 14). Este conceito é fortemente difundido pelo influenciador nas redes sociais, o qual dispõe também de livros a respeito da temática. Livia La Gatto, atriz e roteirista, fez uma sátira a respeito dos comentários do *coach* e o divulgou também em suas redes. Thiago reagiu ao conteúdo com intimidações, exigindo que Lívia retirasse o material das

plataformas digitais, caso contrário, ela receberia "processo ou bala". Thiago Schutz responde judicialmente sobre sua ameaça a Livia La Gatto.[1]

Diante disso, objetivou-se compreender de que maneira Thiago Schutz difundiu mensagens de ódio contra mulheres perpetuando proselitismos acerca do papel feminino na sociedade e promovendo uma noção de supremacia masculina (Garcia, 2018; Lopes & Souza, 2019; Saffioti, 2015). Compreende-se que, "a estrutura patriarcal se sustenta por meio da fraternidade entre homens, que se encontram em uma relação de hierarquia entre eles, mas se tornam coletivamente opressores no sentido de que cada um deles é capaz de exercer poder sob ao menos uma mulher" (Nunes, 2016, p. 22). Não obstante, se pode adensar tal entendimento, ao compreender que, o sistema patriarcal em que se alicerça a sociedade ocidental, utiliza-se do sexismo enquanto método/estratégia de dominação, estimulando a prática machista enquanto comportamento (Oliveira & Maia, 2016; Saffioti, 2015; Silva, 2017).

Assim, o estudo analisou, de modo específico, o recorte de Thiago no *podcast* "Buteco Podcast", publicado no Instagram de divulgação do *streaming*, bem como a sátira elaborada por Lívia La Gatto sobre o tema, cujo desfecho culminou em violência psicológica e motivou um processo legal contra Thiago. Com o intuito de alcançar os objetivos propostos, este estudo mescla a revisão bibliográfica (Gil, 2009) ancorando-se em uma cartografia de documentos e de sentimentos (Rolnik, 1987, 2016), mineração de termos (Aranha, 2007) e a Análise de Conteúdo (Bardin, 2011).

Referências

Aranha, C. N. (2007). *Uma abordagem de pré-processamento automático para mineração de textos em português: sob o enfoque da inteligência*

1. Inquérito Policial número: 13.0005.0001981/2023-4.

computacional [Tese de Doutorado, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro].

Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo.* Edições 70.

Garcia, M. (2018). *Não nascemos submissas, nos tornamos.* Subta.

Gil, A. C. (2009) *Como elaborar projetos de pesquisa.* Atlas.

Lopes, Y., & Souza, R. B. R. de. (2019). Violência contra a mulher, machismo e patriarcado no enquadramento jornalístico. *Pauta Geral - Estudos Em Jornalismo*, *6*(2), 19-34.

Monteiro, E. P. (2019). *A violência contra as mulheres no ambiente digital* [Dissertação Mestrado, Escola Superior de Ciências da Santa Casa de Misericórdia de Vitória].

Nunes, D. M. (2016). *O pensamento feminista na economia: revisão teórica e crítica a partir de uma perspectiva marxista* [Dissertação Mestrado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul].

Oliveira, M. de, & Maia, E. R. (2016). "Você Tentou Fechar as Pernas?" – A Cultura Machista Impregnada Nas Práticas Sociais. *Polêm!ca, 16*(3), 1-18.

Penteado, C. L de C.. Santos, M. B. P.. & Araújo, R. de P. A. (2014). Democracia, Sociedade Civil Organizada e internet: estratégias de articulação online da Rede Nossa São Paulo. *Sociologias, 16*(36), 206-235.

Recuero, R. (2011). *Redes sociais na internet.* Sulina.

Rolnik, S. (1987). Cartografia ou de como pensar com o corpo vibrátil. *Núcleo de Estudos de Subjetividade da PUC*. http://www.pucsp.br/nucleodesubjetividade/suely%20rolnik.htm

Rolnik, S. (2016). *Cartografia sentimental: transformações contemporâneas do desejo.* Sulina/Editora da UFRGS.

Saffioti, H. (2015) *Gênero, Patriarcado, Violência.* Expressão Popular, Fundação Perseu Abramo.

Silva, G. S. (2017). *A dominação masculina, o patriarcado e a apropriação estatal de conflitos: contribuições da justiça restaurativa aos casos de violência doméstica e familiar contra a mulher.* [Dissertação Mestrado, Faculdade de Direito de Vitória].

Silva, M. A. da. (2022). A internet como ambiente facilitador à violência de gênero: cyberstalking, sextorsão e revenge porn. *Revista do Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro. 86*, 109-131.

Silveira, B. de O. (2015). *A Violência na Prática de Crimes no Ciberespaço* [Dissertação Mestrado, Universidade Federal do Pará].

Pode uma diva envelhecer? Intersecções entre gênero e idade na cultura pop

Maurício João Vieira Filho
Laryssa Gabellini

Madonna, Xuxa, Kylie Minogue, Cher… Artistas reconhecidas no cenário pop pelas carreiras e produções musicais e midiáticas, com trajetórias de sucesso, mas que, em razão da idade e por terem mais de 50 anos, sofrem com tentativas de apagamento do prestígio que detêm. Na cultura ocidental, os marcadores sociais das diferenças estabelecem discursivamente distinções entre indivíduos e grupos em razão da idade, sexualidade, identidade de gênero, classe social, entre tantas maneiras de definição e classificação na matriz social (Louro, 2020). Neste sentido, o objetivo deste artigo é refletir como gênero e idade se interseccionam na cultura ocidental e, de tal forma, como esse fenômeno cruza e constitui o cenário pop, impactando a vida de mulheres artistas. Metodologicamente, articula-se ao paradigma indiciário (Braga, 2008) para tensionar indícios de divas pop que emergem no contexto midiático ao repertório teórico-conceitual mobilizado dos estudos de gênero e idade. O texto se subdivide em três seções. Primeiramente, como aproximação com a cultura pop, articulam-se discussões sobre divas pop e corpo-som das

cantoras, juntamente ao relacionamento entre fãs e artistas. Conforme Soares (2020), as divas pop são performáticas, em que seus corpos se amalgamam em elementos estéticos, sonoros, midiáticos, provocando experiências e afetações em seus fãs. Salienta-se que a diva pop, no cenário midiático da cultura pop, tem um recorte de gênero, pontuado por Almeida (2020), em que está intrinsecamente relacionada ao corpo, às danças, à estética, à aparência. Diferentemente de artistas homens, a pressão sofrida pelas mulheres se reverbera em suas carreiras, ao passo que a indústria pop tenta limitá-las ao envelhecimento. As artistas que destacamos sempre são apresentadas nas produções jornalísticas e nas mídias com a marcação da idade em destaque junto aos seus nomes como se fosse um fator designador que lhes impedissem de alcançar o sucesso. Seja pelos relacionamentos afetivo-amorosos com pessoas mais jovens, como foi o caso de Cher e Alexander Edwards e o destaque para a diferença de idade (Cher Fala Sobre Diferença De 40 Anos Entre Ela E Namorado, 2022); seja por Kylie Minogue emplacar uma música viral como Padam, Padam, em 2023, após cinco décadas atingindo os ranqueamentos das principais paradas musicais (Valle, 2023); seja Madonna e a coação pela aparência ao pisar no palco do Grammy Awards em 2023 (Sampaio, 2023). A cobrança sobre as mulheres na sociedade — e pensando especificamente aqui na cultura pop — está correlacionada à idade e às marcas do envelhecimento em uma cultura ocidental que preza pelos atributos da jovialidade como estatuto a ser alcançado. O corpo que envelhece é restringido a não produtividade, às limitações físicas e motoras, ao descarte. A discussão sobre etarismo ainda é recente no campo social, assim como o reconhecimento da palavra na língua portuguesa ter se dado recententemente com a significação de uma forma de preconceito relacionada à idade (Etarismo | Academia Brasileira De Letras, n.d.). A segunda seção deste artigo se volta às construções de gênero,

apreendendo-o como um conceito atravessado pelas desigualdades e pelos binarismos, em que associações ao feminino se interseccionam com idade e constituem os sujeitos, as apreensões de mundo e as relações que estabelecem. Louro (2014) propõe notar a fabricação dos sujeitos a partir das práticas, das instituições e dos discursos generificados que se unem às relações de outros marcadores sociais das diferenças. Por fim, na terceira seção, encadeiam-se indícios em ebulição na cultura pop para compreender a intersecção de gênero e idade na vida das artistas. Portanto, a cultura pop frequentemente reflete e reforça construções sociais de gênero, tanto representações quanto público-alvo, fundamentalmente com uma tendência histórica de segmentação do mercado embasada no binarismo de gênero. Pensar nas artistas mencionadas é desprender dessas amarras sociais impostas pela mídia e pelo mercado em geral. Enquanto as questões de gênero impactam, a idade também é um termômetro de sucesso ou decadência. Os produtos culturais são, muitas vezes, direcionados a um público mais jovem frente ao grande apelo mercadológico. Contudo, a narrativa passa a ser alterada com o envelhecimento, em especial de mulheres. Notam-se depreciações, como se experiências, trajetórias e subjetividades não importassem diante de uma aparência que denota exatamente a vida em sua totalidade.

Referências

Almeida, G. (2020). Por uma gramática feminina da música pop. In T. Soares, M. Lins, & A. Mangabeira (Orgs.), *Divas Pop: o corpo-som das cantoras na cultura midiática* (pp. 11-14). Selo PPGCOM/UFMG.

Braga, J. L. (2008). Comunicação, disciplina indiciária. *MATRIZes, 1*(2), 73-88. https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v1i2p73-88

Cher fala sobre diferença de 40 anos entre ela e namorado. (2022, Novembro 25). L'Officiel Brasil. https://www.revistalofficiel.com.br/pop-culture/cher-rebate-criticas-por-diferenca-de-idade-entre-namorado

etarismo | Academia Brasileira de Letras. (n.d.). Academia Brasileira de Letras |. Recuperado em Julho 8, 2023, de https://www.academia.org.br/nossa-lingua/nova-palavra/etarismo

Louro, G. L. (2014). *Gênero, sexualidade e educação: uma perspectiva pós-estruturalista* (16ª ed.). Vozes.

Louro, G. L. (2020). *Um corpo estranho: ensaios sobre sexualidade e teoria queer* (3ª ed.). Autêntica.

Sampaio, S. (2023, Fevereiro 8). Madonna responde comentários sobre "rosto deformado" no Grammy Awards *CNN Brasil.* https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/madonna-responde-comentarios-sobre-rosto-deformado-no-grammy-awards/

Soares, T. (2020). *Divas pop: o corpo-som das cantoras na cultura midiática. In Divas Pop: o corpo-som das cantoras na cultura midiática* (pp. 25-42). Selo PPGCOM/UFMG.

Valle, E. do. (2023, Junho 7). Kylie Minogue e a conspiração que ligou "Padam Padam" ao satanismo *Rolling Stone*. https://rollingstone.uol.com.br/musica/kylie-minogue-e-alvo-de-conspiracao-por-padam-padam-satanica/

Protagonismo Feminino e Etnomídia Indígena no Brasil

Maysa Leal de Oliveira

Os povos indígenas do Brasil, de numerosas etnias, apropriando-se das novas tecnologias de comunicação e informação, sobretudo através do uso de drones e celulares com câmeras e gravadores, internet, aplicativos de mensagens e de redes sociais, têm promovido o surgimento de uma etnomídia indígena potente, com um crescente protagonismo feminino e com imagens e vozes cada vez mais difusas e soantes no cenário nacional e internacional.

Nunca antes a pauta indígena esteve em tanta evidência no Brasil, associada à pauta climática e ambiental e com lideranças femininas indígenas compondo espaços estratégicos nas mais altas esferas de poder. Como exemplos, o recém criado Ministério dos Povos Indígenas, liderado pela ministra Sônia Bone Guajajara; a presidência da Fundação Nacional Indígena ocupada pela primeira vez na história, por uma mulher indígena, Joênia Wapichana; e no Congresso Nacional, Célia Xakriabá, uma mulher indígena representando a "Bancada do Cocar".

Essas conquistas políticas recentíssimas do movimento indígena brasileiro se ligam à apropriação e ao uso estratégico das novas tecnologias

de comunicação e informação. Tecnologias que têm sido utilizadas por esses povos, não apenas como recurso de articulação política, na luta pela proteção dos seus direitos, territórios e biomas, mas também para criar, no ambiente tecnomidiático, novas territorialidades, espaços virtuais de representação das coisas da vida, por onde podem expressar suas subjetividades e sentidos no mundo.

Focalizando tais práticas socioculturais de produção etnocomunicativa fomos a campo para uma pesquisa de caráter exploratório, etnográfico e descritivo durante a 19ª edição do Acampamento Terra Livre (ATL), a maior mobilização indígena do Brasil. Empreendemos uma viagem de mil quilômetros e, por uma semana, permanecemos acampados com cerca de seis mil indígenas de 200 povos diferentes, na Praça da Cidadania em Brasília/DF, vivenciando a rotina do acampamento, acompanhando e gravando a programação das plenárias, participando das marchas e realizando entrevistas audiovisuais. O presente trabalho resulta dessa experiência, do encontro, da convivência, observação e transcrição das gravações e diálogos realizados com diversos sujeitos indígenas comunicantes.

O estudo coloca em evidência o protagonismo das mulheres dentro do movimento indígena e revela um alto grau de habilidades desses povos para estabelecer conexões, numa ampla rede informacional e de organização política. Também demonstra um esforço organizado para a capacitação de jovens comunicadores indígenas e uma compreensão clara, mesmo entre os anciões, da importância do domínio dos meios tecnológicos de comunicação e informação, tanto como ferramenta de luta, segurança e resistência, quanto como memória, conservação, resgate e difusão de suas tradições culturais.

A produção etnomidiática dos povos indígenas do Brasil e a rede de relações que mobiliza subvertem o fluxo de comunicação e os sentidos

homogeneizantes da tecnologia digital, porque intervêm em seus canais de difusão processando fluxos comunicativos contra as regras do seu jogo de códigos pré-existentes. Introduz no discurso tecnomidiático circulante, novos olhares, imagens e imaginários, novos temas e problemas, enfoques e discursos, a partir de novas estruturas e processos comunicativos, orientados pelas visões de mundo daqueles/daquelas que os realizam.

Uma força que atravessa toda comunicação indígena é a potência da autorrepresentação e das imagens que evocam sobre si mesmos e sobre o mundo a sua volta. Etnomídia indígena compreende as particularidades do compromisso com os saberes tradicionais e a memória dos povos, com a defesa de seus territórios e biomas, com suas formas próprias de se organizar politicamente e sobreviver ao genocídio do Estado e do agronegócio.

A SUBVERSÃO DO RISO: ALEGORIAS DE GÊNERO NA SUPERFÍCIE DOS MEMES

André Luis Barbosa de Oliveira Junior

A pesquisa analisou os memes como instâncias agenciadoras de múltiplos discursos no intuito de compreender os condicionamentos sociais de gênero (Butler, 2015; Louro, 2010) disseminados no WhatsApp. Foi confirmada a hipótese de que não configuram apenas ferramentas interativas de humor para a conexão entre as pessoas, uma vez que reverberam intencionalidades narrativas pela via das representações humorísticas. De modo recorrente, e sob o pretexto da comicidade, tais suportes tendem a refletir posições, hierarquias e diferenças entre os sexos impostas pela historicidade. Foi realizada uma Análise Temática (Motta, 2010) dos memes que circulam nesses dispositivos midiáticos, a fim de identificar os efeitos de sentidos das narrativas. À luz dos Estudos Culturais (Hall, 2016) e da vertente educomunicativa (Citelli, 2021) o movimento analítico privilegiou as categorias gênero e representação em suas mediações sociais (Martin-Barbero, 2014). Os resultados apontam que a apropriação dos memes se interpõe enquanto mecanismo de leitura assertiva das questões de gênero, contribuindo com os campos da comunicação e da educação no espaço heterogêneo de formação das culturas. O movimento

interpretativo dos memes favorece uma aprendizagem cultural de gênero à medida que as concepções depreciativas sobre as mulheres são submetidas à criticidade revelando os estereótipos sobre o feminino. Portanto, a questão norteadora do estudo foi assim formulada: Qual será o papel dos memes na reprodução social das questões de gênero?

Material e métodos

A pesquisa teve como objetivo geral desenvolver uma Análise Temática de memes que circulam no Whatsapp, a fim de identificar os sentidos acerca do feminino. Nessa perspectiva, o percurso metodológico apresentou um cunho qualitativo, cujo fio condutor explorou e intercruzou saberes pertencentes aos campos da comunicação e da educação (Braga & Calazans, 2001; Citelli, 2021) com as questões de gênero. O propósito foi observar as representações, apologias ou preconceitos sugeridos pelas imagens e/ou textos dos memes. Para tanto, a revisão de literatura partiu do conceito-chave da pesquisa, que é gênero (Louro, 2010) aliado à análise da concepção de comicidade (Possenti, 2014). Essas estratégias tornaram possível explicitar os efeitos discursivos do humor e as suas intencionalidades na verificação de estereótipos sobre o feminino.

Conclusão

Os memes, assim como outras manifestações midiáticas, são poderosos instrumentos de mediação sociocultural. Para a compreensão de gênero há necessidade de avaliação do contexto representado e da descrição do que dizem e como dizem as narrativas, bem como da observação dos interditos e intercruzamentos que são insinuados através dos recursos do humor. Cada leitura e/ou análise das piadas dos memes carrega vários significados, dependendo do repertório interpretativo dos receptores. Por isso, cada meme sugere

uma polissemia de sentidos e "sempre será capaz de extrapolar categorizações restringentes criando novos dispositivos interacionais a partir das mensagens apresentadas" (Braga, 2017, p. 10). Nesse sentido, os resultados apontam que a apropriação dos memes para veiculação midiática e compartilhamentos na internet se interpõe enquanto mecanismo de leitura assertiva das questões de gênero, contribuindo com os campos da comunicação e da educação no espaço heterogêneo de formação das culturas, uma vez que representam a desigualdade entre os gêneros que prevalece na sociedade. Portanto, o movimento interpretativo dos memes favorece uma aprendizagem cultural de gênero à medida que as concepções depreciativas sobre as mulheres são submetidas à criticidade revelando os estereótipos sobre o feminino, que passam a ser questionados, na expectativa de uma sociedade menos excludente que valorize o protagonismo feminino nos avanços da cultura.

Referências

Braga, J. L. (2001). *Dispositivos Interacionais*. Ed. USP.

Butler, J. (2015). *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade.* Editora Civilização Brasileira.

Calazans, R. (2017) *A comunicação constrói a sociedade.* EDUEPB.

Citelli, A. (2021). *Faces e interfaces educomunicativas.* Comunicação, Cultura e Mídia.

Hall, S. (2016). *Cultura e representação.* Ed. PUC-Rio de Janeiro.

Louro, G. L. (2010). *Gênero, sexualidade e educação: uma perspectiva pós-estruturalista.* Vozes.

Martín-Barbero, J. (2014). *A comunicação na educação.* Contexto.

Motta, L. G. (2013). *Análise crítica da narrativa.* Editora UNB.

Possenti, S. (2014). *Humor, língua e discurso.* Contexto.

Dilema: Ideais e violências de um projeto moderno em reportagem do UOL sobre Atrofia Muscular Espinhal

Adriana Helena de Almeida Freitas

A Atrofia Muscular Espinhal (AME) é uma doença neuromuscular genética e progressiva, que acarreta na degeneração dos neurônios motores inferiores (Chrun et al. 2017) desencadeando sintomas precoces desde a diminuição dos movimentos ainda no útero até a evolução de quadros de paralisia muscular. As crianças afetadas pela AME possuem pouco controle da coluna, além de perderem a capacidade de deglutição e alimentação antes de completarem um ano de vida e, geralmente, passam por uma morte precoce em decorrência de complicações respiratórias. Tal diagnóstico confere às crianças e suas famílias uma condição de vida marcada por vulnerabilidades físicas, emocionais e materiais, na medida em que interrompe as noções idealizadas de futuro que estabelecemos em contextos de gravidez e de nascimento.

O medicamento Zolgensma (Novartis, n.d), do grupo farmacêutico Novartis, atua diretamente na deficiência genética afetada pela AME, contudo, o medicamento atua somente em neurônios motores ainda viáveis e não tem poder para resgatar aqueles que já estão mortos. Assim, o Zolgensma é

indicado para crianças de até dois anos com sintomas menos graves da AME, que ainda possuam neurônios motores suficientes para que o tratamento tenha efeito. Atualmente, o medicamento custa 6,5 milhões de reais.

Em 27 de junho de 2022, o portal de notícias Uol publicou a reportagem especial 'O remédio de R$ 6 mi e o dilema: salvar uma vida ou a saúde pública?' (Sobrinho, 2022) que pauta a discussão em torno da compra do Zolgensma pelo estado brasileiro pela ótica de um dilema. Ainda que a reportagem não apresente qualquer conclusão sobre o tema, deixando a discussão em aberto, a tematização da vida dessas criança e de suas famílias por uma relação de custo-benefício do ponto de vista orçamentário nos chama atenção e provoca reflexões acerca da forma como nos relacionamos com nós mesmos, com os outros e com nosso entorno em um contemporâneo marcado por ideais modernos. Assim, estruturamos a discussão reflexiva do presente artigo em torno de dois eixos teóricos e um eixo analítico.

Inicialmente, discutimos a perspectiva de Charles Taylor (2011) e Jessé Souza (2012) a respeito da instauração de um projeto de modernidade, bem como suas fontes morais que passam a orientar múltiplas instâncias de nossas vidas. Tais movimentos estão relacionados à confiança em um progresso interminável que acaba por nunca chegar. Em seguida, as perspectivas de Benjamin (1987) e Gumbrecht (2010, 2015) nos permitem compreender os atravessamentos da modernidade que permanecem, mesmo após sua crise, afetando nossos cotidianos e tonalizando nossas relações.

Metodologicamente, a análise construída se vale da perspectiva indiciária (Braga, 2008; Ginzburg, 1991), em que, a partir da leitura do texto, buscamos elencar possíveis indícios que nos permitem observar marcas desse um projeto moderno que ainda se mantém presentes na contemporaneidade. No último eixo, portanto, buscamos tecer comentários acerca dessas relações

enquanto apresentamos trechos textuais e imagéticos retirados da matéria, visando argumentar que a reportagem opera para a manutenção de tais ideais ao tematizar a vida das crianças diagnosticadas com a AME em um viés objetificador.

REFERÊNCIAS:

Benjamin, W. (1987). *Magia e técnica, arte e politica: Ensaios sobre literatura e historia da cultura* (3a ed.). Brasiliense.

Bessa, B. de S. (2015). As experiências de Walter Benjamin. *Revista Morpheus - Estudos Interdisciplinares Em Memória Social, 5*(9). Recuperado de http://seer.unirio.br/morpheus/article/view/4778

Braga, J. L. (2008). Comunicação, disciplina indiciária. *Matrizes, 1*(2), 73-88.

Chrun, L. R., et al. (2017). Atrofia muscular espinhal tipo I: aspectos clínicos e fisiopatológicos / Spinal muscular atrophy type I: clinical and pathophysiological aspect. *Rev Med, 96*(4), 281–286.

Ginzburg, C. (1991). *Sinais: raízes de um paradigma indiciário. In Mitos, emblemas, sinais: morfologia e história* (4a ed., p. 143–179). Companhia Das Letras.

Gumbrecht, H. U. (2010). *Produção de presença.* Contracampo.

Gumbrecht, H. U. (2015). *Nosso Amplo Presente: O tempo e a cultura contemporânea.* Editora Unesp.

Novartis. (s.d). ZOLGENSMA® onasemnogeno abeparvoveque [bula de remédio]. Recuperado em 18 julho, 2023, de https://portal.novartis.com.br/medicamentos/wp-content/uploads/2021/10/Bula-ZOLGENSMA-Suspensao-para-injecao-intravenosa-Paciente.pdf

Sobrinho, W. (2022, Junho 28). O remédio de R$ 6 mi e o dilema: salvar uma vida ou a saúde pública? *Uol.* https://noticias.uol.com.br/reportagens-especiais/dilema/?utm_source=twitter#cover

Souza, J. (2012). *A construção social da subcidadania: Para uma sociologia política da modernidade periférica* (2a ed.). Editora UFMG.

Taylor, C. (2011). *As Fontes do Self: a construção da identidade moderna* (3a ed.). Editora Loyola.

Mulheres comunicativo-midiáticas na América Latina. Produção de conhecimento

Maria Cristina Gobbi

Há uma discussão protagonizada por pesquisadoras como Joan Scott (1990), que afirmam que gênero é uma construção bem recente quando se refere à "organização social da relação entre sexos", surgindo inicialmente entre as feministas americanas. Para a autora, "as pesquisadoras feministas assinalaram desde o início que o estudo das mulheres não acrescentaria somente novos temas, mas que iria igualmente impor um reexame crítico das premissas e dos critérios do trabalho científico existente" (Scott, 1990, pp. 72-73). Na linha de investigação que temos trabalhado, inserida nos estudos comunicativos e midiático-tecnológicos, é importante mencionar que não somente a produção, mas o protagonismo feminino têm sido sistematicamente invisibilizado e, portanto, pouco referenciados nos quadros da produção de conhecimento, em especial no cenário da América Latina. Assim, esta pesquisa, de caráter exploratório, resgatou, sistematizou e analisou as contribuições das mulheres para os estudos comunicativos latino-americanos. Além de pouco estudada e significativamente fragmentada, as produções das mulheres na área estão diluídas em temas e/ou períodos específicos. Um exemplo muito oportuno

no conhecimento a respeito da produção das mulheres no Brasil é o projeto da Editora Mulheres[1] realizado por Zahidé Lupinacci Muzart, que evidencia que essa problemática não é recente. Para a pesquisadora foi somente no século XX e a partir dos anos de 1940 que algumas mudanças começaram a ser notadas. Dentre essas altercações, estão demanda mais acentuada no âmbito da esfera pública, como a formação de diversos coletivos feministas, denúncias de violência, e nas ampliações das pautas, incluindo alguns temas tabus, como sexualidade, formas de opressão, condição feminina, mulher como sujeita central, a luta e a participação política, as discussões sobre raça e classe social, entre outras pendências. Nesses espaços de produção podem ser incluídas Rose Marie Muraro, que em parceria com outras mulheres funda o Centro da Mulher Brasileira (1975) e Nélida Piñon, primeira mulher a tomar posse na Academia Brasileira de Letras, em 1989. Mas há muito por conhecer, pesquisar e visibilizar com referência a produção das mulheres na área. Como resultados da pesquisa empreendida podem ser apontados que a densidade e a diversidade de pesquisadoras-região podem (re)configurar o quadro de referência dos estudos na área. Porém, é necessário não somente visibilizar, mas tomá-las como referências acadêmico-profissionais. O significativo número de resultados obtidos se constituiu em estimulo para a proposição de continuidade do projeto. Com o título **Enciclopédia Digital do Pensamento Comunicacional Latino-Americano (PCLA) -** *Seção: MULHERES na Comunicação* objetiva a recuperação e a disseminação da informação produzida. A proposta é a criação de um espaço digital (web) para que pesquisadoras/es, professoras/es, estudante de graduação, de pós-graduação e demais interessados na área possam ter conhecimento dos trabalhos (livros, textos, entrevistas, sites,

1. Fundada em 1995 pelas professoras Zahidé Lupinacci Muzart, Elvira Sponholz e Susana Bornéo Funck.

blogs, imagens, áudios etc.) produzidos pelas pesquisadoras, formando uma grande base de dados, de acesso público e gratuito. Tal aporte, desenvolvido através de verbetes comunicacionais, possibilitará a interação mais ágil com a bibliografia (facilitando, principalmente, a pesquisa acadêmica).

Referências

Muzart, Z. L. Uma espiada na imprensa das mulheres no século XIX. *Revista de Estudos Feministas, 11*(1), 336. https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/S0104-026X2003000100013/8720

Scott, J. (1990). Gênero: uma categoria útil de análise histórica. [Gender: a useful category of historical analyses, 1989]. *Educação & Realidade, 20*(2), 71-99.

Visibilidade das mulheres na sociedade acadêmica: o meio online como forma de propagação das pesquisas e publicações científicas

Sueli Gomes da Costa Sitta

A ciência e os espaços acadêmicos de produção de conhecimento foram historicamente estruturados para os homens, desconsiderando assim, a participação e a contribuição das mulheres. Este fator determinante reflete diretamente na dificuldade de inserção, reconhecimento e na produtividade de mulheres pesquisadoras e cientistas. Adendo a isto, está o fato de que estas lidaram e lidam sempre simultaneamente com suas carreiras profissionais e os papéis de gênero a que estão sujeitas (Schiebinger, 2001).

Considerado um tema atual e uma discussão mundial, o patriarcado e a discriminação das mulheres na ciência busca problematizar o impacto negativo na vida das cientistas sob os aspectos econômico, social e emocional (Ascom Ufal, 2023). De acordo com um estudo publicado pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento [PNUD], que aborda as perspectivas de desenvolvimento humano baseado nas necessidades de transformações para a desigualdade de gênero, afirma que cerca de 90% da população mundial

tem algum tipo de preconceito contra mulheres. Ressalta-se que esta análise foi feita tanto com homens quanto com mulheres e em 75 países que correspondem a 81% da população mundial (UNDP, 2020).

Porque essa desigualdade na ciência e na pesquisa? Baseando-se sempre em uma mudança social voltada para o rompimento da ideia de invisibilidade e hierarquia entre os gêneros, os papéis destes baseiam-se acerca dos problemas e limites na educação e reprodução do sexismo (Silva, 2015).

De acordo com a Universidade Federal do Rio Grande do Sul [UFRGS] (Benites & Giordani 2022, par. 1) "apesar do avanço em relação à participação feminina, as mulheres ainda enfrentam dificuldades para entrar e permanecer na área científica", destacando-se que essa falta de representatividade feminina é ainda maior quando se eleva o grau de carreira. A redução das desigualdades entre mulheres e homens é um dos 17 objetivos de desenvolvimento sustentável [ODS] presentes na Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas [ONU]. Segundo o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada [IPEA] (2019), a ODS 5 tem como meta principal a de alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres. Dentre os indicadores para isso inclui-se a promoção do acesso à ciência, o tratamento igualitário e a participação de mulheres e meninas no desenvolvimento científico.

Apesar de cada vez mais mulheres fazerem pesquisa no país, elas ainda enfrentam desafios como conciliação de vida doméstica, profissional e ameaça do estereótipo. Segundo a ONU, 33,3% é a porcentagem média global de pesquisadoras United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization [UNESCO] (2023). Mesmo tendo expandido o circuito de comunicações, as publicações científicas que levam a autoria de mulheres permanecem em maior grau de desigualdade na distribuição nada equânime do capital científico (Said, 2021).

Também há desigualdade quando os dados revelam as citações de trabalhos publicados. Elas conseguem fazer parte de publicações como colaboradoras, mas muito pouco como tutoras intelectuais nesses trabalhos. Apesar dos dados serem desanimadores, pesquisas mostram que, no Brasil, as mulheres já são responsáveis pela produção de metade dos artigos científicos que são produzidos no país (Ascom Ufal, 2023).

"Um artigo publicado na Nature Magazine há alguns anos descobriu que as mulheres eram responsáveis por quase 70% do total de publicações de cientistas brasileiros entre 2008 e 2012, um dos maiores índices do mundo." (De Negri, 2020, par. 4). Mesmo sendo países que alcançaram a paridade de gênero entre pesquisadores, estes ainda enfrentam grandes desafios para alcançá-la em todos os aspectos, pois persiste a segregação vertical e horizontal.

No âmbito das universidades, devido às próprias práticas e culturas do ambiente acadêmico, competitividade acirrada e a busca intensa pela produtividade, prazos e pressão (frequentemente realizados de forma exacerbada), têm ocasionado deterioração nas condições de trabalho e pesquisa, adoecimento e distúrbios ou transtornos psicológicos (Nunes, 2020). De acordo com Peixoto et al. (2022, p. 13) "o ambiente acadêmico apresenta cobranças que podem ser tornar excessivas a depender do indivíduo submetido a elas".

Pensar em termos de pluralidade e diversidade é rediscutir as relações, é entender a necessidade de se ampliar os espaços de participação e os debates em torno das diferenças, que criem condições para uma participação autônoma. São necessárias práticas sociais reais que impliquem no desenvolvimento de uma ação democrática concreta em torno dos espaços de interação social de educação, pesquisa e ciência.

REFERÊNCIAS

Ascom Ufal. (2023, março 17). *UFAL debate implantação de Política de Igualdade, Equidade e Diversidade*. Universidade Federal de Alagoas. https://eenf.ufal.br/principal/v1/ufal/noticias/2023/3/ufal-debate-implantacao-de-politica-de-igualdade-equidade-e-diversidade-de-genero

Benites, F., & Giordani, G. (2022, junho 13). (2022). Desigualdade de gênero na área científica ainda é realidade no cenário atual. *Jornal da Universidade.* https://www.ufrgs.br/jornal/elas-nas-ciencias-desigualdade-de-genero-na-area-cientifica-ainda-e-realidade-no-cenario-atual/?print=pdf

De Negri, F. (2020, março 05). *Mulheres na ciência no Brasil: ainda invisíveis?* Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada https://www.ipea.gov.br/cts/pt/central-de-conteudo/artigos/artigos/177-mulheres-na-ciencia-no-brasil-ainda-invisiveis

Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. (2019). Igualdade de gênero. https://www.ipea.gov.br/ods/ods5.html

Nunes, T. S. (2020). Vivências de assédio moral na pós-graduação: relatos de docentes e discentes. *Revista Gestão e Secretariado (GeSec), 11*(3), 212-237.

Peixoto, M. T., Soares, T. C. M., & Bezerra, S. T. F. (2022). A produção acadêmica suscita adoecimento? *Revisão sistemática integrativa sobre a saúde discente na pós-graduação stricto sensu. Revista Brasileira de Pós-Graduação (RBPG), 18*(39), 1-17.

Said, T. (2021, fevereiro 10). Pesquisadoras revelam os desafios das mulheres para fazer ciência. *Jornal da USP.* https://jornal.usp.br/universidade/pesquisadoras-revelam-os-desafios-das-mulheres-para-fazer-ciencia

Schiebinger, L. (2001). *O Feminismo mudou a ciência?* EDUSC.

Silva, E. A. I. (2015). *Ciência no feminino: um estudo sobre a presença da mulher docente na pós-graduação da UFPE* [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Pernambuco].

UNDP. (2020). *TACKLING SOCIAL NORMS – A game changer for gender inequalities 2020*. United Nations Development Programme.

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2023, fevereiro 11). *Dia Internacional de Mulheres e Meninas na Ciência*. https://www.unesco.org/pt/days/women-girls-science

Trolls sonham com mulheres no poder? Uma abordagem do trolling de gênero como violência política

Teresa Piñeiro Otero
Xabier Martínez-Rolán
Laura M. Castro Souto

Nesta sociedade pós-pandemia as redes sociais desempenham um papel essencial. O alto volume de acesso e interações nas plataformas online, juntamente com sua intensidade, torna-as os principais espaços de socialização, conferindo a seus conteúdos e relações um caráter performativo. Segundo Molpeceras e Filardo-Lamas (2020), as mídias sociais são reflexo e construção das percepções sociais, o que tem gerado novos mecanismos de transmissão com diversas funções sociais e comunicativas.

Um exemplo representativo desse fenômeno é o chamado "feminismo hashtag" (Dixon, 2014) que se apropria dessas etiquetas ressemantizadas, características da linguagem-forma do Twitter, para visibilizar a discriminação e o abuso baseados em sexo-gênero.

No entanto, apesar desse potencial transformador das redes sociais e suas oportunidades de interconexão e influência transnacional, o ambiente

online é um produto que resulta das relações sociais que o produzem e utilizam, e, portanto, uma projeção da ordem patriarcal (Wajcman 2006).

No ambiente virtual, as mulheres frequentemente enfrentam experiências negativas impensáveis no caso dos no caso dos homens. Em uma pesquisa sobre discurso de ódio contra mulheres no Twitter (Piñeiro-Otero & Martínez-Rolán, 2021) concluímos que um 15% das interações incluíam termos odiosos, com maior incidência no caso de mulheres jornalistas e políticas pela sua projeção pública e seu papel essencial nas sociedades contemporâneas.

Nesse sentido, o ódio sexista e misógino nas redes sociais possui um componente coercitivo que se manifesta por meio de estratégias de assédio ou intimidação, algumas extremamente prejudiciais, como o chamado "gender trolling" (Mantilla, 2013).

e-Violência contra mulheres em política

A hostilidade contra as mulheres políticas nas redes sociais tem aumentado, afetando suas práticas e experiências nessas plataformas (Espósito, 2021).

Estudos, como os de Tromble e Koole (2020), destacaram o sexismo diário que as políticas enfrentam na esfera digital, um sexismo que geralmente se manifesta de forma hostil, por meio de comportamentos agressivos, incivilizados, de misoginia e discurso de ódio contra as mulheres representantes e líderes políticas, inclusive como alvo do ódio direcionado ao partido, ideologia e governo aos quais pertencem. Essa hostilidade contra as mulheres políticas tem sido analisada como parte de um *backlash* antifeminista, caracterizado por sua extrema misoginia e reatividade, além de ser mais propenso a ataques pessoais (Bonet-Martí, 2020).

Nesse sentido, as assimetrias na comunicação das mulheres políticas devem ser entendidas dentro do contexto da luta pelo poder, na qual convergem

ideologias de ódio, misoginia e narrativas falsas com o objetivo de intimidar, silenciar e até mesmo expulsar as mulheres políticas do ambiente virtual.

Esses ataques também representam uma diminuição do pluralismo de vozes e o silenciamento de determinados temas e abordagens necessários nas sociedades democráticas, especialmente considerando que as redes sociais permitem que essas líderes-representantes contornem as limitações impostas pelos meios tradicionais.

Objeto

Se, como menciona Hanhardt (2013), a busca por segurança coletiva requer uma análise aprofundada sobre quem ou o quê constitui uma ameaça e por quê. Nesse sentido, identificar as práticas que transformam a esfera do Twitter em um ambiente tóxico para as mulheres no âmbito político é o primeiro passo para revertê-las. Nesse sentido, a comunicação aqui apresentada busca afundar nas práticas comuns de violência digital contra mulheres na política, a fim de desvendar os mecanismos, as relações de poder e os perpetradores envolvidos. Para isso, foi selecionada uma amostra de políticos e políticas espanholas com grande presença no Twitter.

Este texto faz parte do projeto 'Asimetrías de género en la comunicación política digital. Prácticas, estructuras de poder y violencias en la tuitesfera española", financiado pelo Instituto de las Mujeres, Ministerio de Igualdad, Gobierno de España.

Referências

Bonet-Martí, J. (2020). Análisis de las estrategias discursivas empleadas en la construcción de discurso antifeminista en redes sociales. *Psicoperspectivas. Individuo y sociedad, 19*(3), 52-63.

Dixon, K. (2014). Feminist online identity: Analyzing the presence of hashtag feminism. *Journal of Arts and Humanities, 3*(7), 34-40.

Esposito, E. (2021). Introduction: Critical Perspectives on Gender, Politics and Violence. *Journal of Language Aggression and Conflict, 9*(1), 1-20.

Hanhardt, C. (2013). *Safe Space: Gay Neighborhood History and the Politics of Violence*. Duke University.

Mantilla, K. (2013). Gendertrolling: Misogyny Adapts to New Media. *Feminist Studies, 39*(2). https://www.jstor.org/stable/23719068

Molpeceras, S. & Filardo-Lamas, L. (2020). Llamamientos feministas en Twitter: ideología, identidad colectiva y reenmarcado de símbolos en la huelga del 8M y la manifestación contra la sentencia de 'La Manada'. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital, 6,* 55-78

Piñeiro-Otero, T., & Martínez-Rolán, X. (2021). Eso no me lo dices en la calle. Análisis del discurso del odio contra las mujeres en Twitter. *Profesional de la información, 30*(5). https://doi.org/10.3145/epi.2021.sep.02

Tromble, R., & Koole, K. (2020). *She belongs in the kitchen, not in Congress? Political engagement and sexism on Twitter. Journal of Applied Journalism & Media Studies, 9*(2)*,* 191-214.

Wajcman, J. (2006). *Tecnofeminismo.* Ediciones Cátedra.

Mesa 9: Ativismo midiático, inclusão, cultura e cidadania

Mesa 9: Activismo mediático, inclusión, cultura y ciudadanía

Cláudia Assis
Caroline Luvizotto
Catalina Mier
Coordenadoras

Vidas femininas midiatizadas: manifestação da cidadania ou espetáculo colonial?

Isadora da Silva Prestes
Cássia Amélia Gomes
Luiza Campos Mendonça

A cidadania traz em seu bojo o poder da dialética, funcionando como alicerce para a inserção dos atores sociais em seu lugar de direito, por meio de reivindicações, fazendo-se valer direitos e deveres. A cidadania é construída por meio de um processo, um vir a ser, resultado da construção social, a qual, na atualidade conta com a participação das mídias sociais.

As mídias sociais se configuram como ambientes online destinados à publicação de conteúdos sobre sua rotina e dia a dia. No entanto, existe uma grande pressão estética dentro dessas plataformas, onde muitos usuários divulgam corpos padronizados e estereotipados que simbolizam o "modelo ideal" de beleza predominante.

Contudo, o processo de construção da cidadania requer, além de tudo, o rompimento com a epistemologia colonial. Por isso, ao compreendermos como a midiatização influencia a sociedade na atualidade é possível contribuir para a construção da cidadania da mulher ao entendermos o papel dos

usuários e influenciadores nas mídias sociais buscando a transformação social e a construção de uma sociedade mais inclusiva e igualitária.

Metodologia

O presente estudo mostra o quão relevante é o conhecimento dos impactos da midiatização para a mulher na atualidade, uma vez que as exigências sociais podem oprimir e sujeitar a mulher na busca por padrões estabelecidos pelo colonial. Diante disso, vem discorrer acerca das contradições da midiatização de vidas femininas, sua influência na formação da cidadania na atualidade, bem como a sujeição a padrões coloniais.

Para alcançar os objetivos e chegar aos resultados, utilizou-se como estratégia metodológica a pesquisa bibliográfica, pois de acordo com Minayo (2010) traz a oportunidade de análise para ações com base em uma realidade plural, como também o vasto acesso a fenômenos, sendo possível estabelecer relações entre estes e a realidade social (Gil, 2010).

Foi realizada pesquisa nas bases de dados SciELO e PePSIC, repositórios online de teses e dissertações e em livros a respeito da midiatização da mulher na atualidade, formação da cidadania da mulher, padrões coloniais estabelecidos pela mídia.

Resultados e Discussões

Gohn (2019) mostra que o século XX vem se estabelecer como um marco para a mulher em termos de lutas pela igualdade e participação na sociedade, com vistas à construção de uma nova realidade social, através do movimento feminista, que por meio de diferentes mobilizações trouxe à tona a luta pela emancipação (Magnoli & Barbosa, 2011).

Na atualidade, as tecnologias de informação e comunicação trazem para a mulher a oportunidade de inclusão social ao proporcionar espaços de reivindicação. Assim, a *internet* tem se mostrado uma ferramenta que oportuniza a resistência, a emancipação e o empoderamento, proporcionando visibilidade e estratégias para a construção da cidadania. (Teixeira & Sousa, 2016).

A midiatização vem contribuir para que a mulher, até então marginalizada e privada de gozar de seus direitos, possa socializar, pautar e reivindicar (Teixeira & Sousa, 2016). Contudo, ainda controversa, pois ao mesmo tempo em que as mídias digitais oportunizam voz à mulher, impõem padrões a serem seguidos. Mulheres se veem obrigadas a aderir a procedimentos estéticos, a se submeter a cirurgias plásticas, consumir determinadas marcas para se encaixar, onde influenciadores digitais ditam regras e impõe padrões de beleza.

Considerações Finais

É possível perceber nas redes sociais um imaginário voltado para a perfeição, o que se distancia do real, em diferentes aspectos. Portanto, o estudo vem mostrar que o processo de construção da cidadania requer liberdade e ressignificação identitária, de modo que a mulher possa ser fiel a sua essência, sem necessitar aderir às exigências sociais, a se submeter a procedimentos estéticos e cirúrgicos para se enquadrar em um padrão, sem precisar adoecer física e/ou mentalmente para alcançar um ideal inalcançável.

Referências

Gil, A. C. (2010). *Como Elaborar Projetos de Pesquisa.* Atlas.

Gohn. M. da. (1997). *Teoria dos Movimentos Sociais: paradigmas clássicos e contemporâneos.* Edições Loyola.

Magnoli, D., & Barbosa, E. S. (2011). *Liberdade versus Igualdade: o mundo em desordem (1914-1945)*. Record.

Minayo, M. C. de S. (org.). (2010). *Pesquisa social: teoria, método e criatividade* (29a ed). Vozes.

Teixeira, T. H. S., & Sousa, S. L. B. C. de. (2016). Ocupando Espaços: a busca pela cidadania feminina nos dispositivos midiáticos da internet. *Revista Cambiassu, 16*(19). https://periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/cambiassu/article/view/18958/10284

Cobertura jornalística sobre o genocídio indígena Yanomami pela agência de notícias digitais "Amazônia Real"

Ingrid Gomes Bassi
Antônio Luiz Ferreira Sousa Filho

O artigo propõe pesquisar o estilo de jornalismo praticado pelo site "Agência Amazônia Real" a partir da metodologia de análise de conteúdo as reportagens publicadas no veículo, no período de outubro de 2022 à março de 2023 sobre o contexto do genocídio indígena yanomami. A questão de pesquisa central é problematizar a cobertura da Agência como reportagens de investigação e denúncia no período anterior à cobertura nacional e internacional pelas mídias tradicionais que se concentraram entre janeiro e fevereiro de 2023. Dentre algumas técnicas jornalísticas, a investigação valida as categorias do uso de fontes primárias na apuração das notícias, fatores centrais que contribuem para refletir e analisar como a temática na Agência é desenvolvida e como pode ser observada ao leitor/internauta na prospecção crítica e na factualidade sobre o genocídio indígena yanomami, na região amazônica.

Para saber, a Agência de Notícias "Amazônia Real" é um veículo de comunicação independente, financeiramente mantida por recursos da Fundação

Ford e, recentemente, pela Aliança pelo Clima e Uso da Terra (CLUA), além de outros parceiros. Pela característica de independência e da temática central ligar-se à crítica social e à investigação sobre o descaso com o meio ambiente na região amazônica, o artigo justifica-se pela abordagem jornalística pioneira sobre a Agência Amazônia Real, além da fundamentação teórica diferenciada que se pretende construir, a partir do jornalismo especializado em Meio Ambiente e Mudança Social na Amazônia brasileira.

Neste artigo, a amostragem foi analisar as reportagens entre os meses de outubro de 2022 à março de 2023. Os conceitos da análise de conteúdo (AC) foram embasados nas teorias de Klaus Krippendorff (1990) e Fonseca Júnior (2015). Para o referencial teórico foram utilizados os autores: Ailton Krenak (2020), Ana Flávia Feldmann (2015), Ingrid Gomes Bassi (2019, 2020), João Carlos Correia (2012) e Pierre Clastres (2014).

Para Klaus Krippendorff (1990) o método da análise de conteúdo se divide em cinco procedimentos básicos:

> os dados, tal como se comunicam o analista; o contexto dos dados; a forma pela qual o conhecimento do analista o obriga a dividir e explicar sua realidade; o objetivo da análise de conteúdo; a inferência como tarefa intelectual básica e a validez como critério de eficiência". (Krippendorff, 1990, p. 36)

Das regras da AC ressalta-se para o presente estudo expor: o corpus como o conteúdo jornalístico no período dos seis meses (outubro de 2022 à março de 2023); as unidades de registro – são partes importantes de uma unidade de amostragem – no caso, as reportagens sobre o genocídio indígena yanomami. Nessa lógica de codificação foram definidas as categorias de análise (Fonseca Júnior, 2015, pp. 294-295).

Dessas categorias levam-se em conta as características de produtividade, pertinência, exclusão mútua, homogeneidade e objetividade (Fonseca Júnior, 2015, p. 298), portanto se definiu em: Fontes de pesquisa – que se subdivide em fontes primárias, fontes testemunhais, fontes secundárias, fontes de especialistas, fontes de dados e outras; Natureza do texto: narrativo, descritivo, interpretativo e dissertativo; Investigação: Denúncia, Explicativa e Informativa; Temas: Meio Ambiente, Política, Questão Agrária, Povos Indígenas e Cultura. Além de outras categorias a serem desenvolvidas na demanda das análises.

Contudo foi verificado que diante às notícias e reportagens trazidas pela Agência Amazônia Real a investigação jornalística já indicava problemas de invasão pelo garimpo ilegal no território yanomami na Amazônia Legal, e denúncias de estupros, e outros crimes e violências contra o povo indígena, mesmo antes do marco de relevância pelos meios de comunicação tradicional no país, entre os meses de janeiro e fevereiro de 2013. Além do aprofundamento do texto jornalístico por meio de reportagens e notícias interpretativas em que foram entrevistas fontes primárias e oficiais referentes aos líderes comunitários de associações locais e indígenas.

Universidades por la tierra y ciudadanía verde

Claritza Arlenet Peña Zerpa
Mixzaida Yelitza Peña Zerpa

Escuelas y universidades por la tierra (Fundación Educa CA) desde el año 2020 cuenta con una convocatoria pública a instituciones de educación en países Latinoamericanos (México, Argentina, Colombia y Venezuela), la cual estimula la producción y desarrollo de proyectos ambientales con un impacto significativo en las localidades. A través de dicha participación, la educación ambiental se muestra como una alternativa para construir y promover: saberes, valores y prácticas.

Específicamente las instituciones de educación superior con mayor participación en la convocatoria 2023 se concentró en nueve estados mexicanos: Puebla, Querétano, Estado de México, Oaxaca, Hidalgo, Colima, Veracruz, Chiapas y Durango. Cada uno formuló acciones relacionadas con la universidad: docencia, investigación, extensión y/o gestión.

Diecisiete proyectos de la convocatoria 2023 fueron revisados por las autoras quienes desarrollaron reflexiones en torno a la construcción de la *ciudadanía verde.* Este concepto debatido, mutante y en crisis, devela la vinculación

de la persona con su entorno. Más allá de esto, vale destacar la construcción de las narrativas de esa ciudadanía y sus significaciones emergentes.

La formación en las universidades recae en la forja de un ciudadano responsable con su ambiente. Ya desde la misión, el diseño curricular y el perfil del egresado se observa el grado de importancia en materia ambiental. Ahora bien, la formulación e implementación de proyectos ambientales, aún cuando están presentes en las acciones de enseñanza, investigación y extensión, no siempre contiene la idea de continuidad e integración efectiva de las comunidades. Entonces, los proyectos presentados en el concurso Escuelas y Universidades por la Tierra 2023 ¿serán productos de nuevas búsquedas para el financiamiento o visibilización de acciones, entes y actores?

Las autoras se concentraron en seis acciones (nacidas del tipo de proyecto presentado): alianzas, infraestructuras sostenibles, tecnologías limpias, capacitación para la sustentabilidad, producción verde, industrialización de alimentos, artes y ambiente; las cuales tienen como base la comunicación digital (páginas oficiales, redes sociales, correos electrónicos, etc).

La información empleada en el estudio fue extraída de las encuestas del concurso Escuelas y Universidades de la Tierra 2023 donde los jurados tenían acceso directo a través de un drive compartido, a través del cual era posible revisar las encuestas y evidencias (fotografías, videos y materiales didácticos).

Entre las reflexiones se señalan las siguientes: 1.Los proyectos ambientales universitarios se formulan bajo la misión y la visión de las instituciones educativas. 2. Se busca el desarrollo de una temática específica: agua, energía eléctrica, áreas verdes y residuos. 3. Búsqueda y construcción de un campus universitario sustentable. 4. Desarticulación entre las facultades y dependencias de una misma institución.

Diversidade e mobilização: posicionamento no site institucional do Movimento de Mulheres Camponesas

Mariana Alarcon Datrino
Carla Negrim Fernandes de Paiva
Isadora da Silva Prestes

Pensar a centralidade da comunicação nas estruturas sociais e nas dinâmicas de trocas entre indivíduos, perpassa, inevitavelmente, por uma visão complexa sobre os atores sociais e como esses se organizam diante dos diferentes cenários de confrontação. Mais do que isso, faz-se necessária a compreensão dos lugares que esses atores ocupam, as lógicas de poder envolvidas e a importância da cidadania — e da própria comunicação — para balizar as ações coletivas.

Ao encontro disso, destaca-se a importância da diversidade, uma vez que, de acordo com Hanashiro e Carvalho (2005), é permeada por grupos majoritários e minoritários em termos de representatividade no sistema social, formados por membros e indivíduos que, historicamente possuem mais poder (político, econômico...) comparado a membros da sociedade que não possuem tais recursos e representatividade. Em busca da consolidação do reconhecimento da diversidade (fruto de preconceitos, estigmas e estereótipos socialmente

construídos), indivíduos assumem uma posição participativa perante às questões públicas e ao Estado para que direitos de cunho civil, político, social e cultural que compõem a cidadania sejam garantidos a membros historicamente menos representados nessas esferas.

Essa participação, enquanto uma ação social coletiva, pode se constituir com uma série de características, envolvendo estratégias de ação, sua organização, os laços e identidades compartilhadas e um projeto de sociedade que levam os atores sociais a atuarem ativamente (Luvizotto, 2016). Entre esses atores, têm-se os movimentos sociais que podem ser definidos como "ações sociais coletivas de caráter sociopolítico e cultural que viabilizam formas distintas de a população se organizar e expressar suas demandas" (Gohn, 2011, p. 335).

Assim, a efetivação de movimentos sociais está intimamente ligada à comunicação e a divulgação de seus ideais e pensamentos, estando, intrinsecamente, relacionados com fenômenos de comunicação. Além disso, envolve a construção de um posicionamento diante do cenário social que "indica uma opção por determinadas associações e não por outras" (Telles, 2004, pp. 134-135).

Afinal, um posicionamento claro pode ajudar a mobilizar outras pessoas em torno de uma causa e a construir alianças estratégicas entre diferentes grupos, ampliando a visibilidade de ações de mobilização e até mesmo de participação ativa em ações de movimentos sociais, contribuindo para o exercício da cidadania buscando constituir ou modificar a sociedade (Bordenave, 1983).

Deste modo, esse estudo tem por objetivo compreender o posicionamento de movimentos sociais nas dinâmicas de mobilização em prol da diversidade. Especificamente, espera-se compreender o posicionamento e as pautas acerca da diversidade sinalizadas pelo Movimento de Mulheres

Camponesas (MMC) através de seu site institucional e como sua comunicação volta-se para propor a mobilização enquanto uma forma de participação.

É relevante destacar que a escolha deste movimento foi pautada em quatro critérios identificados e que vão ao encontro do que se espera investigar neste artigo. Sendo eles:

- Construção histórica com base em outros movimentos sociais.
- Amplitude nacional
- Longo tempo de existência

Embora direcione seus esforços para a luta das mulheres, entende-se que esse é um grupo heterogêneo, sendo, justamente, essa diversidade a direcionadora da militância, segundo o site oficial.

Para atingir os objetivos propostos, foram realizados levantamentos bibliográficos e de pesquisa exploratória. São destacados nesta etapa os elementos que compõem o ambiente digital institucional e que demonstram como o sujeito de pesquisa se guia e deseja ser visto. Além disso, as discussões perpassam por temas relativos à diversidade e dinâmicas de mobilização envolvidas neste processo, posicionamento institucional e a apresentação do objeto de estudo.

Quanto à análise do site institucional do Movimento de Mulheres Camponesas, o foco foi apontar os processos comunicacionais envolvidos, como se posicionam e como se organizam no espaço digital. Percebeu-se, desta maneira, o quanto a militância proposta está associada à busca de uma sociedade mais diversa, igualitária e segura para as mulheres — no seu aspecto mais plural — inserindo nessas pautas discussões que vão além das questões de gênero, articulando uma visão complexa da realidade vivenciada.

Deste modo, através da abordagem proposta, espera-se contribuir para o conhecimento sobre a importância do posicionamento institucional de movimentos sociais e a centralidade dos espaços digitais para reunir interesses e mobilizar pautas coletivas e, consequentemente, para a transformação da sociedade. Desta maneira, a reflexão espera impactar não somente a área da comunicação, mas também o próprio fazer comunicacional da sociedade civil organizada.

Referências

Bordenave, J. E. D. (1983). *O que é participação?* Brasiliense.

Gohn, M. G. (2011) Movimentos sociais na contemporaneidade. *Revista Brasileira de Educação, 16*(47), 333-361.

Hanashiro, D. M. M.; Carvalho, S. G. (2005). Diversidade cultural: panorama atual e reflexões para a realidade brasileira. *REAd - Revista Eletrônica de Administração, 11*(5), 1-21.

Luvizotto, C. K. (2016). Cidadania, ativismo e participação na internet: experiências brasileiras. *Comunicação e Sociedade, 30,* 297-312.

Telles, R. (2004). *Posicionamento e reposicionamento de marca: uma perspectiva estratégica e operacional dos desafios e riscos* [Tese de Doutorado, Universidade de São Paulo].

Las políticas de comunicación ante la violencia directa

Claudia Cecilia Flores Pérez

Hoy en día, la trascendencia de la comunicación es tal, que sin ella no habría ningún tipo de entendimiento, ya que ésta se requiere en todos los ámbitos de la vida y es fundamental para el buen desempeño institucional, porque debe emplearse, sobre todo, en beneficio de la propia ciudadanía (Flores-Pérez, 2019). Por ello, hoy más que nunca se vuelve indispensable una comunicación integral por parte de los diferentes órdenes de gobierno, debiendo estos comunicar de forma veraz y oportuna el acontecer económico, político y social de su entorno mediante la correcta gestión de la comunicación, cuidando de que ésta no sea selectiva –como suele serlo-, dando a conocer solamente los "logros" del gobernante en turno, sino toda aquella información de interés común.

En este sentido, la comunicación gubernamental no solo se vuelve relevante y necesaria, sino indispensable en contextos violentos, convirtiéndose incluso en exigencia social, en virtud de que los acontecimientos de inseguridad se intensifican cada día más, comprometiendo la integridad de las y los ciudadanos. Para el caso del estado de Zacatecas, que es donde se llevó a cabo la presente investigación, la información se ha vuelto una

necesidad básica desde que los índices delictivos comenzaron a elevarse, a partir del año 2007. Al vivir en un entorno de crisis recurrentes, la ausencia de información puede traducirse incluso en un riesgo para la vida misma, ya que, en algunos casos, la difusión de información oportuna se convierte en un verdadero método de prevención.

Al respecto, Amadeo (2016) sostiene que los gobiernos tienen la obligación de propiciar una clara comunicación con sus ciudadanos, de forma que ésta sea coherente y planificada. Por su parte, Canel (2008) señala que cuando las instituciones gubernamentales -sobre todo las encargadas de la seguridad ciudadana- no mantienen informada a la población respecto a los acontecimientos relacionados a la seguridad del entorno, el vínculo entre ambas se fragmenta, por lo que los ciudadanos buscan la información en fuentes alternativas y expeditas, como lo son las redes sociales. Ante la ocurrencia de hechos violentos, las personas necesitan recibir información, y la buscan sin razonar en la calidad de los datos que están obteniendo o cómo y quién les está informando.

En este contexto, Peña et al. (2016), destacan que:

> El funcionamiento correcto de ciudadanos y sociedades, depende necesariamente de un relato fidedigno y exacto de lo que acontece. Historiadores y sociólogos concluyen que las noticias satisfacen un impulso básico del hombre. Conocer lo que no podemos ver con nuestros propios ojos nos proporciona seguridad, poder y confianza. Ese instinto de estar informados nos altera cuando sentimos que las vías de la transmisión de noticias se interrumpen, sin información reina la sensación de oscuridad y crece la angustia. El ser humano necesita información para vivir la vida, para protegerse, para identificar amigos y enemigos. (p. 152)

Derivado de lo anterior, es que tiene lugar la presente investigación, cuyo objetivo descansa en el análisis de la comunicación gubernamental digital

de la autoridad en turno, respecto a hechos violentos que tanto asustan a la población y que, por lo tanto, le han restado total popularidad y credibilidad al gobernador de Zacatecas, David Monreal Ávila. El marco teórico versa en primer lugar, respecto a los postulados que sobre la violencia propone Johan Galtung, estudioso pionero en estos temas. Adicionalmente, se conceptualiza sobre las aportaciones que en materia de comunicación han realizado McLuhan, Dominique Wolton y María José Canel; además de las aportaciones teóricas que sobre Internet realiza el maestro Manuel Castells. La metodología se centra en el análisis de contenido de las *Fanpage* del Gobernador, del Gobierno del Estado de Zacateca, de la Fiscalía del Estado y de la Vocería de Seguridad Pública de Zacatecas. Asimismo, se analizan *AccesoZac* y *Zacatecas zona de peligro*, para llevar a cabo un análisis comparativo de contenido entre las fuentes oficiales y las no oficiales.

Los resultados sugieren que no existe un modelo de comunicación digital por parte del gobierno del estado de Zacatecas y que, por tanto, este se encuentra totalmente basado en la *Fanpage* que ha proliferado ante la ausencia de comunicación oficial, dejándolo con autoridad y credibilidad gobierno y al gobernador. En las conclusiones se establece la urgente necesidad de implementar, por parte del gobierno del estado de Zacatecas, políticas de comunicación en general y políticas de comunicación digital en particular, para cumplir con su función social de informar a la ciudadanía sobre hechos violentos, brindando seguridad. y certificado.

Referencias

Amadeo, B. (2016). El estudio de comunicación gubernamental: líneas de investigación y retos de futuro. *Austral Comunicación*, *5*(2), 155-181.

Canel, M. J. (2008). *Comunicación política.* Tecnos.

Flores-Pérez, CC (2019). *La comunicación social en México y la lucha caída por la transparencia: del imperio azteca a la Ley Chayote.* Universidad Autónoma de Zacatecas.

Peña, C., Herrera, L., & Salazar, J. (2016). La participación ciudadana a través de los medios de comunicación como legitimación de la democracia participativa en Colombia. *Advocatus,* (26), 145-153.

"Minha história eu mesma requadro". Auto-representação na biografia em quadrinhos de Marielle Franco

Suzana Rosa Ataide da Conceição

De cria da Maré a símbolo internacional de lutas identitárias, Marielle Franco também foi alvo dos piores memes e fake news. Sua morte precoce deu mais visibilidade para as lutas contra o racismo, misoginia e LGBTfobia. Para reconstruir e reafirmar uma imagem mais representativa dessa mulher negra, periférica e bissexual, o Instituto Marielle Franco, lançou em 2021 a biografia em quadrinhos Marielle Franco Raízes, que conta a história da ativista desde seu nascimento até a graduação como socióloga pela PUC do Rio em 2006.

O artigo, em formato de quadrinhos, utiliza o método da roleta interseccional (Carrera, 2021) para a análise da HQ biográfica. A partir dele identificamos os eixos de opressão que se cruzam em Marielle: gênero, raça, classe e geolocalização. Tomar consciência desses eixos é importante para desenvolver estratégias de conscientização. Dentro desta perspectiva questionamos: como os quadrinhos podem ajudar a reconstruir imagens de mulheres negras e quebrar estereótipos dentro da sociedade?

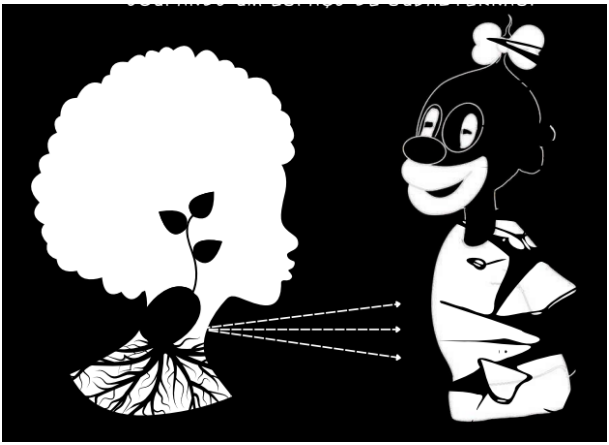
Quadrinhos e imagens de controle

As imagens de controle são produzidas por grupos dominantes com o objetivo de estabelecer e reproduzir um padrão de violência para que permaneçam sempre no poder. “Isso se dá porque as imagens de controle estão articuladas no interior da histórica matriz de dominação que caracteriza a dinâmica intersectada na qual as opressões se manifestam” (Bueno, 2020, p. 73).

Os quadrinhos têm sido usados historicamente como ferramenta midiativista. Jackie Ormes, por exemplo, foi pioneira ao desenhar uma mulher negra independente e sem estereótipos, quase uma auto-representação (Nogueira, 2013), no projeto Torchy Brown, publicado entre 1937 e 1954. Segundo Neto (2015), a representação desenhada da mulher negra nos quadrinhos brasileiros nessa época variava entre o animalesco, o grotesco e o risível, a exemplo da personagem Maria Fumaça, de Luiz Sá (1950).

Quadrinho 1

Desconstrução das imagens de controle.

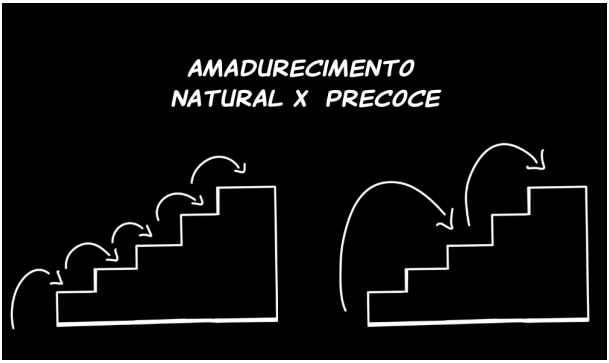


Nota. Produção autoral e uma reprodução da personagem Maria Fumaça.

Quadrinhos reimaginando

Marielle Franco Raízes é uma produção de objetivo educativo, representativo e biográfico a partir da escrita afetiva em primeira pessoa. Usando a roleta interseccional observamos os eixos sociais e de opressão que estiveram presentes na sua vida. Mas a obra traz também superações e momentos de alegria. A imagem de Marielle não cai no estereótipo de que a mulher negra se resume a desafios, dificuldades e tristezas. Ela reconhece e sente orgulho de suas raízes, de ter nascido em uma família periférica, pobre, negra e nordestina.

Quadrinho 2



Nota. Produção autoral.

Conforme a roleta gira, as opressões vão ficando mais evidentes, se conectam e intercalam simultaneamente. Ela assumiu muito cedo algumas responsabilidades, teve uma gravidez inesperada, adiou sonhos e encarou o desafio de estudar, trabalhar e ser mãe solo. Mesmo assim, Marielle conseguiu realizar o seu sonho: “mulher, negra, mãe e moradora da Maré, estudar em um lugar onde na época pouquíssimas pessoas como eu conseguiam acessar” (Marielle, 2021, p. 25). E assim ressignificou esse espaço historicamente elitista.

Considerações finais

Os debates e discursos sobre raça, gênero, geolocalização e classe estiveram presentes em produções históricas dos quadrinhos e ganham força com uma nova geração de midiativistas. Marielle Franco Raízes, uma HQ biográfica realizada por pessoas majoritariamente negras, contando a história de uma mulher negra sem reproduzir estereótipos, é um um avanço significativo para os quadrinhos, mas não é o bastante. Grupos historicamente minorizados ainda precisam resistir, conquistar e falar por si mesmos.

Quadrinho 3

Colação de grau graduação.

Nota. Produção autoral.

Na obra, observamos que a imagem que Marielle tem de si é da mulher forte, resistente e proativa. Dentro da estrutura social a mulher, neste caso a mulher negra, não escapa da figura sobrecarregada da família e, mesmo assim, encara essa situação com coragem e altivez. A forma que Marielle encontrou de negociar a imagem de si e os eixos que lhe atravessam foi inspirar outras meninas negras a conhecer suas raízes, resistir e ocupar espaços sociais. Sua luta, ativismo e resistência se tornaram uma maneira de inspiração em requadros para meninas negras se espelharem.

Referências

Carrera, F. (2021). Roleta interseccional: proposta metodológica para análises em Comunicação. *E-Compós, 24*. https://doi.org/10.30962/ec.2198

Bueno, W. (2020). I*magens de Controle: Um conceito de pensamento de Patricia Hill Collins.* Editora Zouk.

Nogueira, N. A. S. (2013). Jackie Ormes: A ousadia e o talento da mulher negra nos quadrinhos norte-americanos (1937- 1954). *Revista Identidade!, 18*(1), 21-38. http://periodicos.est.edu.br/index.php/identidade/article/view/649

Neto, M. G. de O. (2015). Entre o Grotesco e o risível: o lugar da mulher negra na história dos quadrinhos no Brasil. *Rev. Brasileira de Ciência e política - Dossiê Feminismo e Antirracismo,* (16). https://doi.org/10.1590/0103-335220151604

Marielle Franco Raízes. (2021). Instituto Marielle Franco. https://www.institutomariellefranco.org/hq

Fala.BR: interfaces entre Comunicação Pública, Tecnologia e Inovação

Kárita Emanuelle Ribeiro Sena
Tainah Schuindt Ferrari Veras

O artigo utiliza a Plataforma digital Fala.BR, desenvolvida pela Controladoria-Geral da União, enquanto foco de estudo para pensar interfaces entre Comunicação Pública, Tecnologia e Inovação de forma crítica.

O trabalho tem como pano de fundo o contexto de expansão de redes de interação ponto a ponto no ciberespaço.

Entende-se que, por um lado, essas redes - que vão além dos modelos midiáticos massificados do século XX - contribuem para a existência de processos comunicacionais públicos mais inclusivos, participativos e democráticos.

Contudo, ao mesmo tempo em que o ciberespaço pode viabilizar a propulsão de práticas de cidadania com potencial inovativo e capacidade de mobilização social para a realização de transformações, ele também é utilizado para ampliar práticas de vigilância, possibilitar extrações de dados para fins corporativos, aumentar a disseminação de posturas antidemocráticas e fortalecer uma racionalidade neoliberal.

Tal racionalidade neoliberal opera estendendo a lógica do capital a diversas esferas da vida e ao âmbito das relações sociais para além de uma

sistemática meramente econômica e/ou política, estimulando o consumo e a manutenção de desigualdades por meio de um discurso de meritocracia, individualização e aparente liberdade.

Diante do exposto, compreende-se a necessidade de evidenciar, a partir do prisma de um Projeto inserido no contexto da Comunicação Pública – o Fala.BR – contradições entre apostas e decepções na utilização de recursos tecnológicos em experiências públicas interativas que envolvem os cidadãos em níveis diversos e com finalidades distintas no ambiente digital.

O Projeto Fala.BR surgiu como plataforma digital de comunicação da sociedade com a Administração Pública em 1º de agosto de 2019, e permite fazer solicitações de atendimento e de acesso a informações, realizar denúncias, elogios e reclamações, contribuir com sugestões para processos de desburocratização e indicar outras melhorias.

A iniciativa foi selecionada para a realização do estudo de caso proposto nesse artigo a partir de uma pesquisa exploratória sobre projetos de tecnologia para a cidadania citados em produções científicas, guias de aplicativos do Governo Federal, notícias e motores de busca do Google. Nesse contexto, tal iniciativa despontou especialmente pelo objetivo que possui e pela utilização do recurso de inteligência artificial CIDA (Chatbot Interativo de Atendimento Cidadão).

Sabendo da importância de considerar as condições de acesso à iniciativa implementadas pela Administração Pública para poder vislumbrar potencialidades e problemáticas cidadãs, o artigo analisa o Fala.BR tendo em vista a compreensão sobre diferentes dimensões: as funcionalidades técnicas da plataforma no uso mobile, como aspectos de sensibilidade ao toque, adaptações do conteúdo conforme o posicionamento das telas e questões de acessibilidade; a sinergia com as características englobadas na Comunicação

em Rede, como interatividade e hipertextualidade; além das Políticas institucionais formuladas e atualizadas envolvendo o Projeto.

Utilizando como inspiração o nome do próprio Projeto analisado – Fala.BR – os resultados destacam a importância de reconhecer diferentes lugares de fala dos cidadãos, considerando que existem dificuldades, possibilidades, necessidades, entraves e potencialidades inovativas distintas e complexas no acesso e na utilização de recursos tecnológicos no âmbito da Comunicação Pública.

Interação política e tecnologia: vieses para as conquistas cidadãs

Paulo Henrique Ferreira Nascimento
Osvando José De Morais

A interação política mediada pelas redes sociais é um fenômeno em constante crescimento na sociedade contemporânea. Esse tipo de interação redefine a forma como os cidadãos se engajam na política, ampliando o espaço público, fortalecendo a comunicação pública e reconfigurando o conceito de cidadania. A rápida evolução das tecnologias digitais trouxe consigo o advento das redes sociais, proporcionando novas formas de interação e comunicação entre os indivíduos. A política, como importante esfera da sociedade, não ficou imune a essa transformação. Atualmente, a interação política mediada pelas redes sociais tem se destacado como uma ferramenta fundamental para a participação cidadã e a democracia. Este trabalho tem como objetivo explorar os conceitos e as expressões dessa interação política, discutindo sua relação com a comunicação pública, a comunicação política, a cidadania e a democracia.

Discussões

A interação política mediada pelas redes sociais pode ser compreendida como o processo de troca de informações, opiniões e ideias relacionadas à

política, que ocorre por meio das plataformas digitais. Essa forma de interação tem se tornado cada vez mais frequente e influente na sociedade contemporânea. De acordo com Castells (2012), as redes sociais digitais proporcionaram uma acomodação do espaço público, permitindo que diferentes grupos e indivíduos se conectassem e se engajassem em discussões políticas. Segundo Habermas (1987), a comunicação pública é aquela que acontece nos espaços em que os cidadãos podem discutir assuntos de interesse comum e formar opiniões coletivas. A partir dessa perspectiva, as redes sociais se tornam um meio de comunicação pública, uma vez que oferece um espaço para discussão política aberta a todos os usuários. Na esfera política, a comunicação é fundamental para o exercício da democracia e têm se mostrado um importante meio para disseminar essas mensagens políticas e mobilizar os cidadãos para a participação política. Autores como Cardoso (2015) argumentam que o uso das redes sociais na política é uma forma democrática de envolver os cidadãos na discussão e na tomada de decisões, permitindo a participação de diferentes vozes.

A interação política mediada pelas redes sociais também desafia uma concepção tradicional de cidadania, que tem sido ampliada pelo meio das redes sociais digitais. Os cidadãos se tornam mais participativos e ativos, exercendo seu papel político não apenas por meio do voto, mas também por meio da discussão e da interação política nas redes sociais.

Conclusão

A interação política mediada pelas redes sociais representa um avanço significativo na esfera política contemporânea. Essa forma de interação pública contribui para a expansão do espaço, fortalece a comunicação pública, possibilita a participação cidadã e reconfigura o conceito de cidadania. No entanto,

é preciso lidar com os desafios impostos a fim de garantir uma participação política qualificada e ética nas redes sociais.

Referências

Castells, M. (2013). *Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet* (C. A. Medeiros, trad.). Zahar.

Habermas, J. (1987). *Teoria de la acción comunicativa II - Crítica de la razón funcionalista*. Taurus.

Cardoso, G. (2015). *Mídia digital e engajamento político em todo o mundo: um estudo comparativo.* Cambridge University Press.

Jornalismo nas redes digitais ribeirinhas no Amazonas: A experiência do Canal Educativo Amazônia Ribeirinha na produção de vídeos na plataforma do Youtube

Soriany Simas Neves

A produção de conteúdo sobre Amazônia em plataformas digitais a partir da perspectiva dos seus moradores em seus diversos territórios ainda é muito incipiente. A falta de informações e notícias contribui para obscurecer e fortalecer estereótipos acerca de suas populações, enfraquecendo o conhecimento da própria sociodiversidade existente. Dessa forma, a criação de um canal educativo mais próximo das realidades que se destaque em primeiro plano as histórias, os protagonismos e resistências de suas populações tradicionais (indígenas, quilombolas, ribeirinhos) e do que chamamos de Amazônia profunda, é a tônica do projeto, pois a Amazônia contempla uma multiplicidade de populações indígenas, ribeirinhas e quilombolas. Diante das multiplicidades de compreender a Amazônia, bem como os modos de vidas e as culturas existentes, tomemos o conceito de cultura pela ótica do plural, porque se trata de falar de culturas, e não somente de uma cultura, quando levamos em consideração a formação social da Amazônia desde a sua

colonização. Dados do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (cetic.br, 2019), revelam, a partir da Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos Domicílios Brasileiros, que é através de dispositivos móveis que os amazônidas mais conseguem se conectar à internet, com apenas 46% dos acessos na região do Amazonas. Os municípios próximos a Manaus possuem melhor conexão, mas os demais, sem estrada e com acesso apenas pelos rios, no interior do Amazonas, não têm internet ou têm uma conexão de baixíssima qualidade. Há um cabo de fibra ótica que possibilita maior velocidade e estabilidade na conexão de internet que chega até Coari e Tefé, mas é um trecho muito pequeno, em alguns locais as conexões são por antenas de rádios e satélite. Nesse sentido, o canal na plataforma do YouTube Amazônia Ribeirinha – que nasceu em 2020 com o objetivo de os alunos do curso Comunicação Social/ Jornalismo da Universidade Federal do Amazonas, Campus ICSEZ, Parintins, terem uma perspectiva de produção alternativa, colaborativa e em rede durante a pandemia da Covid 19 – tem como principais editorias a produção de notícias, webséries, documentários e vídeos educativos. Apresentadores, produtores e editores, discentes e docentes do curso e colaboradores criaram pautas em torno da cultura ribeirinha amazônica, os problemas da região e o cotidiano dessas populações. O Canal Educativo Amazônia Ribeirinha, mais próximo das realidades locais, destaca as histórias, os protagonismos e resistências das populações tradicionais (indígenas, quilombolas, ribeirinhos) e do que chamamos de Amazônia profunda, pois a Amazônia contempla uma multiplicidade de populações indígenas, ribeirinhas e quilombolas. Diante da escassez de notícias na região, principalmente no interior do Amazônas, no qual o acesso é muito difícil, tendo o rio como único caminho às populações da região; e observando as multiplicidades de compreensão da Amazônia, os

modos de vida e culturas existentes, este trabalho pretende mostrar as narrativas da realidade e da cultura pela ótica do plural, levando em consideração a formação social dos povos da Amazônia desde a sua colonização. O objetivo é revelar as estratégias para aumentar o engajamento do canal, considerando a circulação das produções via celular em um contexto de internet com dados móveis limitados, impedindo o download de vídeos em altas resoluções.

As ações políticas de Bolsonaro para minar a força da cultural brasileira no audiovisual

Vivianne Lindsay Cardoso

Entre 2019 e 2022, período do governo do presidente eleito Jair Messias Bolsonaro (Partido Liberal - PL), o Brasil viveu um dos períodos mais ameaçadores das últimas décadas para a manutenção e a manifestação da cultural por meio do audiovisual. Propondo projetos de leis, assinando vetos presidenciais na tentativa de extinguir as leis de incentivo e subsídio existentes, bem como adiando implantações de leis emergenciais de apoio e incentivo pós pandemia de Covid-19, o então presidente e seu governo, apresentam atitudes que reforçam o reconhecimento da relevância e da força da manifestação da cultura brasileira no audiovisual e o quanto seu enfraquecimentos seria estratégico para a manutenção da postura política e econômica adotada em seu governo.

A partir de levantamento exploratório de documentos e normatizações dos anos de 2019 e 2022, período de governo de Bolsonaro (PL), e aplicada a metodologia dialética, por meio de bases marxistas, busca-se compreender, a partir das proposições políticas do presidente no período, como a cultura e

a diversidade cultural manifestas no audiovisual alcançam reconhecimento estratégico social no Brasil.

Uma das estruturas legais mais atacadas pelo governo de Bolsonaro foi o Recine – Regime Especial de Tributação ao Desenvolvimento da Atividade de Exibição Cinematográfica, iniciativa criada em 2014, visando gerar investimentos no parque exibidor cinematográfico, por meio de manutenção, construção e abertura de novas salas de cinema. A primeira tentativa de extinguir a Recine aconteceu com o veto do Projeto de Lei - PL nº 5.815/2019, mas foi derrubado pela Câmara dos Deputados Federais, em agosto de 2020. Outra tentativa aconteceu em 2021, quando o Projeto de Lei 3.203/2021 propunha a extinção da Recine, como parte do Plano de Redução de Incentivos e Benefícios Federais de Natureza Tributária. Por meio das ações da Câmara dos Deputados, o Recine foi garantido até 2024.

Outro exemplo de estrutura legal como propósito de extinção foi a Condecine – Contribuição para o desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional, que é uma das principais responsáveis pela manutenção do cinema do país nas duas últimas décadas. A iniciativa implicaria não apenas em uma supressão em torno de R$ 1,2 bilhão de recursos para o cinema do país em 2023, mas colocaria em risco o próprio funcionamento da Ancine – Agência Nacional de Cinema, bem como toda a estrutura mantida a partir do FSA - Fundo Setorial do Audiovisual, já que a Condecine é a principal fonte de renda do fundo. Por meio de Projeto de Lei de Diretrizes Orçamentárias (PLDO) de 2021, a proposição do então presidente também foi vetada pela Câmara dos Deputados.

Diante de uma política de extrema direita, fortemente ligada a manutenção de valores conservadores, ao contrário de uma aparente secundarização da cultura, ao rebaixar o Ministério da Cultura para Secretaria Especial da

Cultura, em 2019, o governo de Bolsonaro atuou, durante os quatro anos, atacando a cultura e suas manifestações sem qualquer descrição no sentido de minar a força da manifestação cultural audiovisual no Brasil.

Em análise, é possível afirmar que a cultura se torna uma ameaça e, ao mesmo tempo, uma força combativa e de resistência ao governo conservador da época do Brasil. Como aponta Martín-Barbero (1997), quando inserida na formação social capitalista em meio a campos econômicos e terrenos simbólicos, a cultura no escopo das políticas se torna uma alternativa para a constituição de sujeitos e identidades coletivas. Para o autor, é por meio da cultura, um elemento determinante nas relações sociais, que vão sendo ocupados espaços, inclusive, institucionalizados que não conseguem ser alcançados oficialmente pela política. Além das demandas econômicas, envolvem questões simbólicas determinantes que alteram a vida social.

O autor identifica que quando não há capacidade de se fazer frente a uma crise que envolve as instituições e os partidos "se faz cultura enquanto não se pode fazer política" (Martín-Barbero, 1997, p. 285). A manifestação cultural, nas suas mais diversas formas, propicia para o autor um processo de redefinição de cultura com as mudanças ocorridas e passa a ser abarcado uma outra compreensão que envolve diretamente a própria comunicação e reflexos diretos na dinâmica política. É por este fim que a cultura passa a ser fortemente combatida por aqueles que pretendem garantir a manutenção da esfera social instaurada, como ocorreu no Brasil nesse período.

Referências

Martín-Barbero, J. (1997). *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia***.** Editora UFRJ.

Projeto de Lei - PL nº 5.815/2019. (2019, 31 de outubro). Obtido em https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2227917

Projeto de Lei 3.203/2021. (2021, 16 de outubro). Obtido em https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2299134

A inclusão digital e a presença das novas tecnologias da comunicação em comunidades

Tatiane Eulália Mendes de Carvalho
Vicente Gosciola

O geógrafo Milton Santos (2021, p. 35) diz que na história da humanidade nunca houve tanta tecnologia e técnica que proporcionasse possibilidades de tempo e espaço de forma instantânea, simultânea e real como a convergência promove na sociedade. Porém, ressalva que a informação rápida e globalizada não é disseminada e veraz "porque atualmente é intermediada pelas grandes empresas da informação" (Santos, 2021, p. 36). A aldeia global, em tempo real, é localizada nos centros sociais, excluindo aqueles que estão nas periferias. E convergência das mídias acontece de acordo com a realidade de cada região e a técnica é isolada devido a limitação geográfica, pois nem tudo é acessível e consegue chegar de forma igualitária. A convergência cultural e midiática permitiu o nascer de novas comunidades sociais, dando espaço e lugar para novos atores sociais para apresentar culturas regionais e locais que poderiam até estar escondidas, dando visibilidade ao invisível e permitindo o compartilhamento de músicas, áudios, vídeos, textos e fotos. Jesús Martín-Barbero (2014), neste contexto, destaca que a falta de política pública na América Latina

faz com que o acesso a tecnologias e técnicas esteja disponível somente aos centros urbanos, onde se concentram as pessoas com (mais) poder aquisitivo de consumo tornando, assim, a inclusão digital excludente aos que vivem fora do espaço central e do poder econômico. E muitos contam com apoio de entidades e projetos sociais para que possam ter acesso a conhecimento e ferramentas. De acordo com a TIC Domicílios (2022), 20% da população brasileira não tem acesso a internet, sendo que 40% são das Classes C, D e E. A presente pesquisa tem como objetivo compreender a dimensão da inclusão ou da exclusão digital de comunidades periféricas do Vale do Paraíba Paulista e a presença das novas tecnologias da comunicação naquele espaço social. O estudo tem como recorte as cidades de São José dos Campos, Taubaté e Guaratinguetá, que são as três maiores cidades da região, localizada no estado de São Paulo. A pesquisa parte da hipótese de que, mesmo sendo uma região desenvolvida economicamente e socialmente, ainda há exclusões de acesso à tecnologia, informação, comunicação, cultura e educação, principalmente em bairros periféricos. Trata-se de uma pesquisa atenta a inclusão digital, as novas tecnologias da comunicação e mobilidade dos espaços urbanos. A investigação tem como metodologia um estudo de caso sobre a presença digital e das novas tecnologias da comunicação nas comunidades periféricas do Vale do Paraíba Paulista, com as técnicas de pesquisa bibliográfica prescrutando os conceitos de Tecnologia (Pinto, 2005), de Comunicação na América Latina, de Inclusão Social e Digital, de Globalização Urbana (Santos, 2013, 2021), de Periferia e Subcidadania (Kowarick, 2009), de Convergência (Jenkins 2009; Pool, 2013), e documentação e entrevista em profundidade com os moradores das comunidades para compreender a realidade local. Com a investigação, entendeu-se que a inclusão digital acontece, principalmente com o avanço tecnológico, porém as regiões periféricas ainda sofrem com o isolamento

social, econômico, cultural e educacional, o que impacta negativamente a todo e qualquer tipo de inclusão. Compreendeu-se, também, que há falta de políticas públicas e incentivos aos cidadãos à margem da sociedade, vivendo e trabalhando em comunidades periféricas.

Referências

Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência*. Editora Aleph.

Kowarick, L. (2009). *Escritos urbanos* (2ª ed.). Editora 34.

Martín-Barbero, J. (2014). Diversidade em convergência. *MATRIZes, 8*(2), 15-33.

Pinto, A. V. (2005). *O conceito de Tecnologia*. Editora Contraponto.

Pool, I. S. (2013). *Technologies of Freedom*. Harvard University.

Santos, M. (2013). *Pobreza urbana*. Editora da Universidade de São Paulo.

Santos, M. (2021). *Por uma outra globalização.* Record.

Desafios para consolidação da população negra como seres media: perspectivas contemporâneas da inserção da negritude nos ambientes midiáticos por intermediação da tecnologia

Alan Tomaz de Andrade
Osvando José de Morais

As pesquisas geradas sobre o monopólio midiático, em sua grande maioria, trazem a questão econômica como centro. Ou seja, estudamos prioritariamente o poder de influência do capital e das classes sociais no processo de emissão de mensagem e produção de discursos, deixando o marcador racial com um papel de coadjuvante. Angela Davis, ao realizar seus estudos sobre as construções sociais em sua obra *Mulheres, raça e classe* (2016), apresenta uma ruptura epistemológica no campo de análise, trazendo a interseccionalidade como um ponto de atenção para entender as relações desiguais nas estruturas da sociedade e seus instrumentos. A partir desta reflexão, é possível entender que a legitimação do *ser* tanto nas relações como na mídia, é construída pelo discurso da hegemonia branca, masculina, cisgênero e das classes econômicas mais altas. Este processo ocorre como um colonialismo,

ou seja, uma relação de poder que está centralizada nas mãos de um único grupo e que estabelece uma dominação de corpos e de discursos na realidade social. O presente estudo, apresenta como problema de pesquisa, as formas como o colonialismo midiático e tecnológico brasileiro interferem no processo de reconhecimento da população negra enquanto *seres media* e contribui na manutenção de violências. A hipótese elaborada, parte da reflexão de que o racismo estrutural brasileiro, sempre garantiu para população branca, o controle de espaços de poder, sendo a mídia e a tecnologia, os lócus de maior atenção na contemporaneidade. Esta relação desigual, que é histórica, é responsável por contribuir com o processo de silenciamento de vozes negras e discursos preconceituosos que desconsideram a existência de corpos negros enquanto *seres media*. Apresento como tese, que a população negra brasileira, historicamente encontrou dificuldades no estabelecimento da sua condição de ser humano e lida com o mesmo desafio para seu pleno desenvolvimento no ambiente midiático e tecnológico. O estudo tem como justificativa a necessidade de um aprofundamento nos estudos sobre a gênese das desigualdades sociais brasileira com a população negra e como esse fenômeno contribui no aprofundamento das violências contra essa população. O artigo será construído por meio de pesquisa exploratória, considerando autoras e autores no campo da história e das teorias da comunicação e tecnologias. Passará por uma revisão bibliográfica, contemplando literaturas atuais sobre o tema, incorporando uma categorização de dados. Seu objetivo geral, é apresentar que não existe uma efetiva consideração da população negra enquanto *seres media*, uma vez que ainda constatamos dificuldades na consolidação da humanidade desses sujeitos na própria estrutura da sociedade. Já os objetivos específicos, irão relacionar as violências do processo de colonização das terras com o colonialismo identificado na mídia e na tecnologia e como eles intensificam

as violências contra população negra brasileira e conceituar de que forma esse processo de colonialismo e valorização do discurso único, produzem desinformação e intoxicação social contra populações subalternizadas, no caso, a população negra.

Sociedade narrativa audiovisual: por uma teoria de seu narrativismo, colaborativismo e ativismo

Vicente Gosciola

Num mundo imerso em histórias contadas através dos mais diversos modos de comunicação audiovisual, é inevitável nos depararmos com questões que perpassam a ideia de contemporaneidade, seu conceito e sua teoria. Primeiramente, é fundamental um olhar detalhado sobre os movimentos sociais, como arenas importantes para a mudança social, unindo os indivíduos (que coletivamente podem transformar valores ou normas sociais, estabelecer identidades coletivas, mudar leis). Em se tratando de estudos dos movimentos sociais, destacamos os estereótipos de movimentos sociais, a mobilização de recursos e teoria do processo político, o papel da mídia, a participação do movimento social na construção da identidade coletiva entremeada de emoções, coalizões e movimentos transnacionais e seus ciclos de protesto. Um segundo importante registro é o conceito de ativismo, com foco nos desafios e oportunidades que os ativistas enfrentam na atualidade, perpassando por temas como o movimento *occupy*, a internet livre, o trabalho em plataformas *on line*, os direitos humanos, o meio ambiente, a justiça global, a luta contra

os preconceitos de gênero, raça, credo, as ferramentas de ativismo nas redes sociais, o hacktivismo, as greves, os boicotes, as manifestações pela *web*. Uma terceira mirada importante neste contexto é o papel da mídia e da comunicação nos processos políticos, nas comunicações mediadas por atores politizados, nas organizações de mídia, seja a mídia tradicional analógica ou a digital, nas práticas e processos de comunicação política, sob seus efeitos no desenvolvimento da opinião pública, reconfigurando imagens e percepções de figuras públicas e políticas, das notícias do cotidiano ao processo comunicacional em eleições e em ações de política externa. É um conjunto de fatores que influenciam a produção de notícias e divulgação de papéis desempenhados pelos próprios meios de comunicação em vários procedimentos políticos nacionais e internacionais que merece uma avaliação crítica do papel da mídia e da comunicação em relação à política e à sociedade. Também nos chama a atenção na cultura contemporânea a inserção e o papel da comunicação audiovisual. Tal evolução nos leva a uma discussão sobre as estratégias operacionais de que se valem de processos midiáticos, mais especificamente os audiovisuais, dentro do universo da cultura hodierna. Tal movimento nos impulsiona ainda mais além, quando nos saltam aos olhos as configurações expressivas observadas em produtos audiovisuais dentro deste universo cultural. E, por fim, nos envolve em debates sobre as condições atuais de produções em imagem e som nos ambientes das redes sociais nas margens das grandes cidades, nas bordas do *mainstream*. Sendo assim, este texto se propõe a desenvolver reflexões sobre as teorias e as produções e experiências acerca das respostas audiovisuais, institucionais ou não, às atuais questões e condições sociais que tanto aparecem para as populações menos favorecidas da contemporaneidade. A intenção é compreender como a sociedade explora e é explorada pela narrativa audiovisual, lembrando o seu passado e analisando

seus aspectos principais no contemporâneo, até compreender ou minimamente vislumbrar uma perspectiva de como poderia se dar a sua superação. Parte do estudo da roteirização em todos os seus processos, desde o criar narrativas para quem a consome, até para quem a produz, considerando especialmente aquele que tanto produz quanto consome. Adentra as teorias sobre a cultura da colaboração em uma sociedade narrativa, até se concentrar no ativismo, do pensamento hegemônico como um estilo ou movimento das classes dominantes, propalado pelos grandes meios de comunicação e de poder político, ao ativismo periférico e totalmente independente. Assim, o estudo percorre uma trilha em três níveis. Um nível trata da narrativa audiovisual, discutindo o roteiro audiovisual e a tecnologia e materialidade do audiovisual. O outro nível trata da contemporaneidade, inquirindo sobre a atual consciência da mobilidade e da urbanidade. E o outro nível trata do ativismo, questionando o seu autonomismo e o seu colaborativismo.

A voz negra no jornalismo: uma análise do protagonismo das jornalistas no podcast 'Angu de Grilo'

Giovanna Tito de Fuccio
Mayra Regina Coimbra

Muito se fala sobre representatividade e lugar de fala, entretanto, com frequência esses dois conceitos são confundidos. O lugar de fala refere-se exclusivamente à posição social ocupada por alguém e não a permissão ou proibição dessa pessoa em abordar determinado tema. E a representatividade, especificamente negra e no jornalismo, diz respeito a garantir que profissionais negros estejam presentes nas redações, assumindo papéis de liderança, assegurar que as vozes e histórias da comunidade negra sejam valorizadas, ajudando a evitar estereótipos, preconceitos e desequilíbrios na cobertura de questões relacionadas à comunidade negra.

No entanto, frequentemente ocorre uma confusão entre a representatividade negra no jornalismo e a percepção equivocada de que os negros devem abordar exclusivamente questões relacionadas à sua negritude. Adotar a lógica de que apenas os negros possuem o "lugar de fala" para discutir a negritude não é, de fato, uma expressão genuína de representatividade, mas

sim um ato de silenciamento. Inclusive, resulta na desresponsabilização da hegemonia representada pelo homem cisgênero branco, que sequer se envolve nas vicissitudes sociais enfrentadas por quem está fora do privilégio.

A partir desta problemática, será analisado o podcast 'Angu de Grilo', da jornalista Flávia Oliveira e sua filha, a também jornalista Isabela Reis. Nesse contexto, almeja-se compreender como, em espaços que propiciam autonomia de criação e produção como uma mídia alternativa, jornalistas negras têm liberdade para abordar temas abrangentes a partir de sua própria perspectiva, transcendendo as diretrizes editoriais tradicionais que tendem a reforçar estereótipos. Com o poder de decisão em relação a pautas e encaminhamentos, a amplitude de tópicos abordados no podcast é de proporções monumentais, rompendo com a concepção restritiva de que pessoas negras devem se limitar à discussão da negritude. É nesse momento que se concretiza a verdadeira representatividade social.

O propósito da pesquisa consiste então em examinar minuciosamente como as mulheres negras, com destaque para Flávia Oliveira e Isabela Reis, desenvolvem um jornalismo que vai na contramão dessa falsa ideia de representatividade e sim de transformação social, trazendo o protagonismo para as vozes negras. A pesquisa busca analisar o conteúdo trazido durante três episódios - 'Glória Maria e terremoto na Turquia #172'; 'É Carnaval, Lula nos EUA e Rihanna #173'; 'Golpe, indígenas, quilombolas #191'; - e compreender como o lugar de fala e a representatividade são definidos no podcast, situando este estudo na interseção entre o jornalismo e a questão racial. Recorrendo à utilização de dados qualitativos, pela análise de conteúdo de Bardin (2011, p.15), será possível empreender uma observação aprofundada do conteúdo disseminado por essas vozes.

Como base teórica dessa discussão, será utilizado os estudos de Bell Hooks (2019), uma autora norte-americana, feminista e ativista antirracista. No âmbito desses escritos, Hooks (2019) aborda de forma recorrente as temáticas de raça, gênero e classe, trazendo à tona a pertinente discussão acerca da representatividade da comunidade negra nos meios de comunicação. Apesar de ser uma obra oriunda de uma perspectiva norte-americana, o conteúdo reflexivo de Hooks transcende fronteiras e encontra eco na realidade brasileira. A autora destaca de forma contundente a necessidade premente de romper com a hegemonia do patriarcado supremacista branco capitalista, com o intuito de descolonizar mentes e concepções arraigadas no imaginário social. Por meio de sua escrita, ela instiga a contemplar uma comunicação antirracista, na qual a representação digna da população negra ocupe um lugar de destaque e dignidade nos meios midiáticos.

Outra vertente teórica de discussão será os estudos de Stuart Hall acerca das questões étnico-raciais. O autor entende as questões étnico-raciais como construções sociais e culturais dinâmicas, influenciadas por relações de poder e discursos dominantes, história e contexto social. Em relação a mídia, Hall enfatiza que as representações midiáticas não são simples reflexos da realidade, mas sim construções simbólicas que são influenciadas por uma variedade de fatores, como valores culturais, interesses políticos e históricos, bem como relações de poder. Ele critica a tendência das mídias em perpetuar estereótipos e narrativas simplistas em relação a grupos étnico-raciais, o que pode reforçar preconceitos e desigualdades sociais.

Referências

Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo.* Edições 70.

Hall, S. (2015). Raça, Cultura e Comunicações: olhando para trás e para frente dos Estudos Culturais. *Revista Projeto História,* (31), 6.

hooks, b. (2019). *Olhares Negros: raça e representação*. Elefante

Visita guiada com audiodescrição em uma fábrica: o caso da Ambev Agudos

Guilherme Ferreira de Oliveira
Leila Maria Gumushian Felipini
Suely Maciel

A Cervejaria Ambev realiza visitas abertas ao público em suas unidades. Em seu website, a empresa informa: "abrimos as portas para vocês conhecerem a paixão pelo que fazemos!" (Ambev, s.d.). Dessa forma, a Ambev objetiva expor seu processo de produção da cerveja com transparência. Embora elas não possuam uma limitação quanto ao público acima de 18 anos, todo um leque de pessoas não pode acessá-las totalmente: as pessoas com deficiência visual. Existem diversas barreiras no acesso à informação em uma sociedade que prioriza a visualidade do mundo (von der Weid, 2014). Deve-se questionar a visão como princípio organizador das experiências (von der Weid, 2014) a partir do reconhecimento de outras formas de organização de sentidos, como pela audição. Para isso, existem recursos como a audiodescrição - processo de tradução de signos visuais para verbais (Jakobson, 1995).

Este trabalho objetiva apresentar o caso da produção de audiodescrição e da realização de uma visita guiada para pessoas com deficiência visual na fábrica da Ambev de Agudos. A iniciativa partiu de duas frentes: 1) a empresa

procurou o Laboratório de Ensino, Pesquisa e Extensão em Mídia e Acessibilidade "Biblioteca Falada" (BF) para a realização de um projeto conjunto alinhado às suas iniciativas de Diversidade e Inclusão; 2) a consulta quanto ao interesse dos alunos com deficiência visual do Lar Escola Santa Luzia para Cegos (LESL) em conhecer o processo de produção de cerveja. Como a Ambev já possuía uma visita técnica para exposição do seu processo de produção, optou-se pela construção de um roteiro de audiodescrição na modalidade "ao vivo" (Alves & Teles, 2017), que fosse integrado ao roteiro de visitas.

Procedimentos Metodológicos

Conforme experiências anteriores (Maciel et al., 2022), as etapas de construção do roteiro foram: 1) visita técnica para registros escritos e audiovisuais; 2) escrita de acordo com diretrizes existentes para audiodescrição (Naves et al., 2016); 3) visita técnica para ajustes e testagem do roteiro; 4) revisão por uma audiodescritora-consultora cega; 5) revisão final de linguagem e estilo.

Quatro pessoas elaboraram o roteiro e, após a escrita, foi testado por meio de uma visita técnica com a presença de 10 estudantes, os quais observaram possíveis lacunas e/ou inadequações e indicaram melhorias. Em seguida, a consultora, como parte integrante da validação e inclusão no processo (Mianes, 2016), trouxe seus apontamentos. Os ajustes foram feitos para se chegar à última versão do roteiro.

Resultados e Discussão

A visita foi realizada no dia 21 de junho de 2023, com a presença de 16 pessoas com deficiência visual e outros 14 voluntários do LESL, do BF e do Projeto Tradução e Acessibilidade na Comunicação (TraduSC). Os voluntários tinham como função auxiliar as pessoas com deficiência visual quanto

à mobilidade e complementar as descrições com audiodescrições simultâneas (Alves & Teles, 2017). O pré-roteiro contemplou fachadas, trajetos, artefatos antigos da inauguração da cervejaria, painéis artísticos, maquinários etc.. A visita durou cerca de duas horas e, ao final, a Ambev disponibilizou uma degustação dos produtos da produção da cerveja e da cerveja em si finalizada. Por fim, cada participante enviou um áudio por WhatsApp indicando suas percepções sobre a visita e a audiodescrição.

Em geral, o feedback do público foi positivo quanto à riqueza da experiência. Um dos visitantes com deficiência já havia realizado a visita e comentou que a audiodescrição possibilitou uma experiência completamente nova. Outro feedback indicou que o público gostaria de saber mais das dimensões do espaço.

Considerações

Este trabalho objetivou apresentar o caso da produção de audiodescrição e da realização de uma visita guiada para pessoas com deficiência visual em uma fábrica da cervejaria Ambev. A metodologia de trabalho somada a avaliação dada pelo público possibilitou uma reflexão sobre como a visita guiada foi conduzida e a importância da inclusão da audiodescrição. A ideia é que a audiodescrição torne-se um produto constituinte das visitas, não como uma visita à parte por capacidades funcionais homogêneas (Alves & Vigata, 2017).

As principais contribuições da experiência foram a ampliação do repertório informacional das pessoas com deficiência visual, a partir do acesso a algo que não seria possível no formato original (visualmente), e a vivência significativa para a formação dos estudantes envolvidos na realização da visita, a partir do desenvolvimento de competências em produção acessível na comunicação.

Referências

Alves, S. F., & Teles, V. C. (2017). Audiodescrição simultânea: propostas metodológicas e práticas. *Trabalhos em Linguística Aplicada, 56*(2), 417-441. https://doi.org/10.1590/010318138647486224481

Alves, S. F., & Vigata, H. S. (2017). A audiodescrição na Extensão Universitária: formação e prática cidadã. *Domínios De Lingu@gem, 11*(5), 1825–1849. https://doi.org/10.14393/DL32-v11n5a2017-23

Jakobson, R. (1995). Aspectos linguísticos da tradução. In I. Blikstein (Org.), *Linguística e Comunicação* (pp. 63-72). Cultrix.

Maciel, S., Oliveira, G. F., & Magalhães, G. M. (2022). *Proposta metodológica de visita guiada com Audiodescrição nos espaços físicos de uma rádio* [Trabalho apresentado]. XVI Congreso ALAIC, Buenos Aires, Argentina. https://alaic2022.ar/memorias/index.php/2022/article/view/415

Mianes, F. L. (2016). Consultoria em audiodescrição: alguns caminhos e possibilidades. In D. S. Carpes (Org.), *Audiodescrição: práticas e reflexões.* (pp. 10-21). Catarse.

Naves, S. B., Mauch, C., Alves, S. F., & Araújo, V. L. S. (2016). *Guia para produções audiovisuais acessíveis.* Secretaria do Audiovisual/Ministério da Cultura.

von der Weid, O. (2014). *Visual é só um dos suportes do sonho: práticas e conhecimentos de vidas com cegueira* [Tese de Doutorado, Universidade Federal do Rio de Janeiro].

Comunicação e refúgio: TikTok enquanto plataforma de informação sobre a guerra da Ucrânia

Mariana Marcela de Fátima Moraes
Cristóvão Domingos de Almeida

Com a declaração de guerra à Ucrânia por parte da Rússia em 24 de fevereiro de 2022 e com os inúmeros bombardeios e invasões ocorridas até o centésimo dia da guerra, em 03 de junho de 2022, a plataforma de mídia para compartilhamento de vídeos curtos, TikTok, tem se mostrado uma importante fonte de observação para a comunicação, a partir da articulação com diversos pontos como discurso, midiatização, registro e memória, diáspora e entre outros. Com a publicação de vídeos em meio à guerra por parte de refugiados ucranianos, a plataforma tem se apresentado enquanto fonte alternativa de informação sobre o conflito e passou a ser um espaço de discussões que também pode ser interpretado como um "campo de batalha" que tem fomentado narrativas durante o período do conflito. Ao registrar as marcas deixadas pela guerra e a situação de vulnerabilidade dos grupos sociais afetados pelo conflito em uma plataforma digital de vídeo de acesso quase universal com postagens instantâneas como o TikTok e com alto potencial de viralização, refugiados

conseguem catalogar suas vivências de uma forma nunca vista antes em uma guerra. No entanto, o registro da vulnerabilidade desses refugiados em uma plataforma de compartilhamento como o TikTok levanta alguns questionamentos de ordem social e comunicacional como: de que forma os compartilhamentos de vivências deixam de ser um conteúdo rotineiro postado em uma rede social, e passa a ser um conteúdo inquietante que molda narrativas de guerra, podendo se tornar uma arma a favor ou contra quem narra? O que surge de narrativas e engajamentos através dessas postagens? Ao visualizar as postagens na rede social de refugiados, o que é possível identificar de perdas de identidades e de memória em meio ao conflito armado? Ao considerar o TikTok enquanto arena dessas transformações e espaço de informação alternativo no contexto de uma forte mídia tradicional existente como é o caso do rádio e da televisão, pode-se compreender no aplicativo um campo contra-hegemônico que compreende os registros de refugiados enquanto um antagonismo midiático, dado que tal população é atravessada por diferentes minorias, além de possuírem pouco espaço de fala em meios de comunicação tradicionais. Em tempos de mídias digitais, os relatos de refugiados os transforma em mediadores social (Barbosa Filho & Castro, 2008, p. 88) e seus discursos e registros, inevitavelmente, colaboram para a construção coletiva e democrática da concepção sobre o conflito, configurando-os para além de simples tradutores de acontecimentos. Uma vez que a opinião pública sobre diversos eventos é, muitas vezes, induzida a pensar que apenas tem relevância o que grandes veículos tradicionais de comunicação (Moraes, 2010, p. 73), ao registrar os acontecimentos do conflito em uma plataforma de rede social mundial como o TikTok, refugiados trazem um ponto de vista inédito e raro em relação ao que foi e vem sendo veiculado na grande mídia sobre a guerra, visto que, atualmente, após um ano de conflito, as atualizações das notícias são cada

vez menos humanizadas e mais numéricas, focando em noticiar quantidades de mortos, novos bombardeios, falas e tomadas de decisões dos presidentes dos países envolvidos no conflito, sem que haja qualquer humanização em relação a refugiados ou indivíduos afetados pelo confronto. A pesquisa é de cunho qualitativo e se utiliza da netnografia enquanto método de coleta de dados, que está diretamente relacionada com a forma como o conteúdo a ser analisado se encontra disponível, ou seja, através de uma plataforma de rede social. Também será utilizada a observação participante e sistematizada enquanto instrumento metodológico, que tem o pesquisador como principal instrumento de observação, inserido no meio a ser analisado como é o caso do TikTok; a observação em relação às informações e aos registros se dará no perfil de Valéria Shashenok, fotógrafa ucraniana de 20 anos que teve seus vídeos viralizados no TikTok após documentar a invasão de seu país pela Rússia, possibilitando um contato pessoal e direto com o fenômeno. Após a coleta, organização e interpretação dos dados, as informações serão tratadas e interpretadas por meio da Análise Textual Discursiva, que combina a análise do discurso e a análise de conteúdo. A pesquisa se dará também por meio da natureza descritiva e bibliográfica com o objetivo de compreender os registros do conflito armado através dos paradigmas da comunicação.

Referências

Barbosa Filho, A., & Castro, C. (2008). *Comunicação digital: educação, tecnologias e novos comportamentos.* Paulinas.

Moraes, D. (2010). Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia: a contribuição teórica de Gramsci. *Revista Debates.*

Decolonialidade e empoderamento: vivência arquetípica do sagrado feminino

Cássia Amélia Gomes
Luís Guilherme Costa Berti
Nelson Russo de Moraes

O sagrado feminino vem elucidar, com base na construção simbólica que permeia a temática, a constelação de conteúdos do inconsciente coletivo da mulher a respeito do despertar, da libertação, da sua história, conhecedora da sua ancestralidade. A mulher ainda nos dias atuais é oprimida, violentada, subjugada e rejeitada pelo patriarcado, tendo seu poder invisibilizado e sua voz abafada. Diante disso, o sagrado feminino, tendo a mitologia como estratégia didática para a compreensão das vivências arquetípicas, surge como alicerce para a tomada de consciência, libertação, emancipação e decolonização do feminino.

A dinâmica do sagrado feminino converge para com a propositura do pensamento decolonial, visto ser um processo de desconstrução colonial oriunda do sul epistemológico, conforme advogara Santos (2010), sendo, terreno fértil para a produção de novos pensamentos, além de conceber a fruição da diversidade. Diante disso, o estudo vem mostrar que a vivência do sagrado feminino, por meio de arquétipos da mitologia grega, contribui para

que a mulher possa constelar conteúdos imersos no inconsciente coletivo, servindo de referência para a ressignificação da identidade.

Metodologia

O presente estudo vem mostrar o quão relevante é a dinâmica do sagrado feminino para a sociedade, uma vez que o patriarcado ainda invisibiliza e oprime a mulher. Diante disso, discorreu acerca da concepção e significação do sagrado feminino, bem como os seus arquétipos, visando a autonomia e a liberdade, com base na ancestralidade, na cultura, na identidade, de modo a ultrapassar valores tradicionais.

Para alcançar os objetivos e chegar aos resultados a pesquisa teve como estratégia metodológica a revisão de literatura, de forma qualitativa.

O levantamento dos artigos científicos foi realizado nas bases de dados Portal de Periódicos CAPES e Rede de Revistas Científicas da América Latina e Caribe, Espanha e Portugal – Redalyc, utilizando dos descritores "sagrado feminino"; feminino decolonial"; "empoderamento feminino"; emancipação feminino".

Resultados e Discussões

O feminino ainda padece em decorrência da estrutura patriarcal e colonial que a sociedade utiliza para referenciar pessoas. Faz-se relevante o estudo do sagrado feminino e suas práticas, de modo a responder à sociedade machista com a tomada de consciência, o resgate dos saberes sagrados, a ressignificação identitária e empoderamento.

A vivência do sagrado feminino oportuniza a mulher a constelação de conteúdos do inconsciente coletivo a respeito da libertação, da sua história e da sua ancestralidade. Ao oportunizar o contato da mulher com seus

conteúdos reprimidos no inconsciente, permite a compreensão da situação de opressão, sujeição e submissão a que o feminino é colocado na cultura patriarcal. A saga das deusas Afrodite, Atená, Ártemis, Héstia e Lilith traz em si o feminino decolonial, pois se constituíram como independentes das amarras do patriarcado, não se submetendo à fecundidade ou à maternidade (Narvaz, 2021). O feminino decolonial representa o despertar da mulher, a tomada de consciência, a libertação do patriarcado, com vistas à emancipação.

Portanto, a partir da tomada de consciência é possível compreender a sua história como mulher, a importância na sociedade, resgatar a identidade e ser agente da sua transformação (Machado, 2021).

Considerações Finais

A decolonialidade requer a desconstrução de padrões e a desobediência a regras impostas pelo patriarcado. Decolonizar é refazer caminhos, desconstruir saberes, gerando um movimento de insubmissão do feminino (Santos, 2010), sendo ilustrado pelo sagrado feminino.

O feminino precisa "curar-se" do colonial e do patriarcado, produzindo novas realidades, por meio da libertação, da emancipação e do empoderamento. Diante disso, o estudo visou o contribuir para o despertar da mulher, por meio do autoconhecimento e integração com seu feminino sagrado, utilizando-se da saga de deusas gregas como estratégia didática. O contato com esse movimento proporciona aproximação com seus conteúdos inconscientes, sendo possível se libertar das amarras coloniais, transgredindo padrões, resistindo à opressão, ressignificando sua identidade, se emancipando, se empoderando, se deolonizando.

Referências

Machado, R. (2020). O Sagrado Feminino: poder que vem de dentro - despertar, cura e empoderamento de mulheres. *Cadernos de Agroecologia – Anais do 3° Colóquio Internacional Feminismo e Agroecologia, 15*(3), 1-6. https://cadernos.aba-agroecologia.org.br/cadernos/article/view/6381/2426

Narvaz, M. G. (2021). De Lilith à Pombagira: literatura e arte para decolonizar corpos e mundos. *Revista Literatura em Debate, 15*(27), 35-46. https://revistas.fw.uri.br/index.php/literaturaemdebate/article/view/4042/3173

Santos, B. S. (2010). *Epistemologias do Sul.* Cortez.

Literacia Midiática no ambiente das Fake News: um estudo de caso com o público da terceira idade

Luciana Aparecida Janizello Augusto

Os processos de troca comunicacionais são vistos como base de toda experiência humana e social. O autor Wolton (2010) define como horizontes da comunicação o compartilhamento, a convicção, a sedução, a influência e a convivência. Segundo o autor (2010, pp. 22) "a aldeia global é uma realidade tecnológica, mas não apenas social, cultural e política". O universo de mensagens tanto de emissores, quanto de receptores, torna-se cada vez mais complexo com os avanços tecnológicos.

Wolton (2010) e Pierre Lévy (2009) asseveram que, embora a informação esteja cada vez mais acessível, abundante e universalizada, a comunicação tem sido cada vez mais rara, o que indica que o mundo digital transformou também as formas de circulação de signos e, portanto, de distintas formas de sociabilidade.

A web 2.0 inaugurou a possibilidade de os usuários participarem da construção da própria rede, instaurando uma nova dinâmica na vida social, aperfeiçoando as interações, as comunidades virtuais, permitindo que atividades,

antes relegadas apenas a especialistas, se tornassem disponíveis para qualquer cidadão, ampliando os espaços para a interação entre os participantes do processo. Contudo, esta descentralização dos discursos e do conhecimento potencializa a crise informacional, no sentido de interferir sobre a qualidade das informações disseminadas no que diz respeito à sua veracidade (Lévy, 2009), gerando uma crise informacional popularizada pelo termo "desinformação".

Wardle e Derakhshan (2017) apresentaram um quadro conceitual nomeado de "Information Disorder", estabelecendo distinções sobre o conteúdo da desinformação circulante. Na categoria (a) misinformation, ou informação incorreta/imprecisa, estão as mensagens falsas e incorretas que não possuem a intenção de causar um dano a terceiros; em (b) malinformation, ou má informação, estão informações com base na realidade, mas que se constituem através de assédios, vazamentos e discursos de ódio com a finalidade de causar algum dano; por fim, na categoria (c) disinformation, ou desinformação, estão informações totalmente falsas e produzidas deliberadamente para prejudicar um indivíduo ou grupo social.

É sob a perspectiva das informações falsas, popularmente nomeada de Fake News que se ocupa o presente estudo. Conteúdos falsos sempre circularam em formato de boatos e rumores, porém o que diferencia hoje é a facilidade que encontram de se espalharem para um grande público, num tempo curto e para diversos espaços, amparados pela escalada no mundo digital.

O volume de compartilhamento sem nenhum tipo de checagem sobre a veracidade da notícia é ponto importante nessa equação problemática. Quem compartilha Fake News e colabora para sua disseminação também é responsável pelos danos que ela certamente causará a todos os envolvidos. É nesse contexto, conforme aponta Ferrari (2008), que a literacia midiática abrangente e estendida a todos os públicos se torna fundamental.

Na percepção de Ferres (2007), a literacia midiática permite que cidadãos construam um pensamento crítico por meio do desenvolvimento de suas competências em relação à mídia. Com base nessa perspectiva, essa pesquisa traz como temática uma discussão sobre a importância da literacia midiática no combate das Fake News. Como forma de contribuir com o debate, o artigo tem como objetivo estudar a relação entre literacia midiática e a percepção crítica no reconhecimento e disseminação de conteúdos falsos, por meio do projeto de extensão Literamídia 50+, programa de educação para mídias, voltado ao público da terceira idade, compreendido a partir de 55 anos.

A escolha em priorizar os idosos considerou o estudo publicado em março de 2020, intitulado "Idosos, Fake News e letramento informacional", que identificou as pessoas acima de 60 anos como as mais propensas a receber conteúdos falsos. Nesse sentido, o trabalho traz uma discussão teórica sobre literacia midiática em contextos de Fake News e apresenta os resultados do projeto Literamidia 50+, com o intuito de demostrar como os idosos se relacionam com o conteúdo falso antes e após as atividades desenvolvidas.

Referências

Ferrés, J. (2007). Competence in media studies: its dimensions and indicators. La competencia en comunicación audiovisual: dimensiones e indicadores. *Comunicar*, *29*(15), 100-107. https://doi.org/10.3916/C29-2007-14

Lévy, P. (2009). *Cibercultura*. Editora 34.

Primo, A. (2007). *Interação mediada por computador*: comunicação, cibercultura, cognição. Editora Sulina.

Wardle, C.; Derakhshan, H. (2017). *Information disorder*: toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. Council of Europe.

Wolton, D. (2010). *Informar não é comunicar*. Editora Sulina.

Comunicação e Democracia: as relações entre mídia e cidadania no Brasil e na Alemanha

Caroline Kraus Luvizotto
Jairo Faria Coelho
Ana Beatriz Lemos
Kalianny Bezerra

No campo da comunicação, não apenas entre o Brasil e a Alemanha, mas abrangendo Europa e América Latina, a expansão da tecnologia digital tem representado um desafio significativo para a mídia. Esse desafio envolve a busca por um modelo de qualidade que contemple a produção, distribuição e acesso à informação. Estudos nesse campo indicam um alto grau de concentração da propriedade da mídia, tentativas governamentais de interferir no conteúdo divulgado e pouca responsabilidade por parte de empresas de comunicação e governos. Um risco iminente para a liberdade de expressão em países como o Brasil reside no paralelismo político existente entre os interesses compartilhados pelos proprietários de mídia e grupos políticos. A Europa também não escapa das dificuldades que afetam a relação entre comunicação e democracia. Alguns temas urgentes incluem a liberdade de expressão de refugiados e migrantes, bem como os desafios enfrentados pelo sistema de

comunicação pública. No cenário brasileiro e alemão, podem-se identificar problemas comuns, como a credibilidade da mídia cada vez mais questionada, a falta de confiança no sistema democrático, a escassez de recursos para os sistemas públicos de radiodifusão e o papel da mídia no fortalecimento da vida cívica e no enfrentamento do déficit de responsabilização pública de governos democráticos perante o público. Este estudo pretende contribuir para a reflexão sobre as relações entre mídia e cidadania no Brasil e na Alemanha, compreendendo a responsabilização da mídia e serviço público de radiodifusão; acesso à internet e neutralidade da rede; e direito à informação e transparência. Trata-se de uma contribuição teórica construída a partir de referências importantes para o debate como Dahlgren (2005); Maia (2008); Castells (2018); Darbishire, H. (2010); Fengler et al., (2015); Dardot e Laval (2016, 2017); Luvizotto e Sena (2022); Coelho (2019). Foi utilizada a metodologia da Revisão Sistemática da Literatura (RSL) a partir dos protocolos descritos por Galvão e Ricarte (2019). Foram consultadas bases de dados nacionais e internacionais, disponibilizadas pela universidade alemã Technische Universität Dortmund e pelas universidades brasileiras Universidade Estadual Paulista (Unesp), Universidade de Brasília (UNB) e Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). As buscas incidiram sobre temas estrategicamente selecionados nas áreas da Comunicação, da Sociologia e da Ciência da Informação e priorizaram publicações a partir dos anos 2000, com ênfase a partir dos anos de 2010, o que não menosprezou obras clássicas datadas de períodos anteriores. Aprofundar o entendimento sobre a relação entre mídia e cidadania é essencial para o desenvolvimento de sociedades democráticas, onde o direito à informação e a responsabilização da mídia são pilares fundamentais na construção de uma sociedade mais justa, participativa e inclusiva. Parte das reflexões apresentadas neste texto integram pesquisas realizadas no Programa

de Cooperação Internacional (Probral), financiado pela Capes – Agência Federal de Apoio e Avaliação da Pós-Graduação do Ministério da Educação do Brasil (Proc. PROBRAL 88887.806077/2023-00).

Referências

Castells, M. (2018). *Ruptura: a crise da democracia liberal.* Zahar.

Coelho, J. F. G. (2019). *Ombudsman e Comunicação Pública no Brasil e Portugal* [Tese de Doutorado,Universidade de Brasília]. https://repositorio.unb.br/handle/10482/35794

Dahlgren, P. (2005). The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation. *Journal Political Communication, 22,* 147-162.

Darbishire, H. (2010). *Proactive transparency: the future of the right to information?* World Bank Institute.

Dardot, P., & Laval. C. (2016). *A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal.* Boitempo.

Dardot, P., & Laval. C. (2017). *Comum: ensaio sobre a revolução do século XXI.* Boitempo.

Fengler, S., Eberwein, T., Alsius, S., Baisnée, O., Bichler, K., Dobek-Ostrowska, B., Evers, H., Glowacki, M., Groenhart, H., Harro-Loit, H., Heikkilä, H., Jempson, M., Karmasin, M., Lauk, E., Lönnendonker, J., Mauri, M., Mazzoleni, G., Pies, J., Porlezza, C., Powell, W., Radu, R., ... Zambrano, S. V. (2015). How effective is media self-regulation? Results from

a comparative survey of European journalists. *European Journal of Communication, 30*(3), 249-266.

Galvão, M. C. B., Ricarte, & I. L. M. (2019). Revisão sistemática da literatura: conceituação, produção e publicação. *Logeion: Filosofia da Informação, 6*(1), 57-73.

Luvizotto, C. K., & Sena, K. E. R. (2022). Cidadania Digital e tecnologia em rede: entre comunicação, algoritmos e aplicativos cívicos. *Liinc em Revista, 18*(2), e6070, 01-18.

Maia, M. R. (2008). A regra da transparência como elemento democratizador no processo da produção jornalística. *Brazilian Journalism Research, 1*(1), 132-152.

Movimentos Sociais de Identidade: Greenpeace Brasil e o Movimento Ambientalista

Raíssa da Silveira Pimentel
Onan Ferreira da Silva
Karine Tavares Nunes

Objetivamos nesta pesquisa o entendimento de movimentos sociais e do Greenpeace Brasil, assim como o entendimento de como estes atuam para movimentar suas ações e suas estratégias utilizadas para ganhar legitimidade perante aos setores públicos e civis. Assim, propomos analisar as relações que estabelecem entre os movimentos ambientalistas com a Ong Greenpeace no Brasil, bem como refletir sobre a questão da identidade e como esta se torna imprescindível para a organização de grupos e ações coletivas. Para tanto, buscou-se de forma breve o entendimento do conceito de Movimentos Sociais e da ONG Greenpeace e como estes atuam no Brasil. Importante pontuar que a luta dos coletivos de massas entre estabelecidos e *outsiders*, é uma discussão que está presente em nossa sociedade. Tal fenômeno, pela busca de poder e consolidação do *status quo*, permanece nas relações societais, fazendo com que grupos se organizem como forma de questionar a ordem social e pôr em pauta suas reivindicações e direitos, antes não legitimados. Diante deste

contexto, ações coletivas foram formadas por indivíduos que se manifestaram insatisfeitos com a ordem estabelecida vigente, no intuito de reivindicar suas demandas através dos movimentos sociais. Sendo assim, a intenção desses movimentos tem como objetivo abordar as desigualdades estruturais e provocar mudanças, a fim de defender os direitos dos indivíduos e das comunidades. Como bem pontuou Maria da Glória Gohn (1996), ao realizar essas ações, projetam em seus participantes sentimentos de pertencimento social. Neste sentido, é nesses espaços das mobilizações que estes indivíduos e grupos se reafirmam e consolidam as identidades, pois constrói essa ideia de unidade na diversidade e força. Após um levantamento bibliográfico, pode-se entender que os movimentos sociais podem assumir diferentes dinâmicas de acordo com seus objetivos e a sua identidade. Buscam, nesse sentido, formas e meios para colocarem em pauta seus ideais, dos quais acreditam e defendem, construindo em coletividade ações e estratégias para lidar com os problemas sociais. Para tanto, muitos movimentos, como o das causas ambientais, acabam por estabelecer redes e associações com Organizações Não Governamentais (ONG) para fortalecerem as suas causas e objetivos. Logo, as ONGs e os movimentos sociais, lutam juntos para a mudança do cenário de poderes hegemônicos e as consequências do sistema capitalista – que são socialmente injustos e colocam o meio ambiente em situação de risco. Assim, buscamos conhecer e identificar o que são organizações não governamentais e como se mantém no cenário mundial. A análise contempla também, o histórico do Greenpeace e sua atuação nas redes sociais. A internet surge para o Greenpeace e demais movimentos sociais, como uma grande aliada, uma vez que, quando não se obtém vez e voz nos meios de comunicação de massa, a internet dispõe da sua midiatização rápida e de baixo custo para expansão de informações que visam atrair mais pessoas para a discussão do meio ambiente. O Greenpeace realiza

um grande papel no qual confronta governos, empresas e projetos que tem como finalidade devastar as florestas e de alguma forma apresentem ameaça ao ecossistema, e no Brasil em específico atingir os direitos dos povos originários da floresta Amazônica. Dessa forma, com referência ao evento Acampamento Terra Livre (ATL), apoiado pelo Greenpeace Brasil, identificamos as intersecções identitárias. O associativismo com as ONGs, trouxe essa finalidade e objetivo de ganhar maior visibilidade e impactar a esfera pública. Obtém, portanto, contribuições ao mediar os movimentos com o Estado. Para tanto, a metodologia adotada foi por meio da análise e levantamento bibliográfico; e em relação ao conceito de identidade, teve como aporte teórico o autor Castells (1999), potencializando o estudo para o entendimento das associações entre esses dois grupos de ativistas. Portanto, como resultado, pode-se identificar o impacto ocasionado dessas ações e as formas de estratégias que estes grupos utilizam para legitimar a sua causa. Dessa forma, essas associações e parcerias resultam em redes de movimentos, visando no fortalecimento de suas conquistas, além de exercerem sua cidadania em prol ao bem comum.

Referências

Barros, F. (2005). *Banco Mundial e ONGs ambientalistas internacionais: ambiente, desenvolvimento, governança global, e participação da sociedade civil* [Tese de Doutorado, UNB].

Castells, M. (1999). *O poder da identidade.* Ed Paz e Terra.

Criamos nossa pesquisa usando Green Peace (https://doe.greenpeace.org.br)

Criamos nossa pesquisa usando Apib (https://apiboficial.org/)

Elias, N., & Scotson, J. L. (2020). Os estabelecidos e os outsiders: sociologia das relações de poder a partir de uma comunidade. *Ponto de Vista, 2*(1), 63–69.

Gohn, M. da G. (2011). Movimentos sociais na contemporaneidade. *Brasileira de Educação, 16*(47).

Tavolaro, S. B. de F. (2011). *Movimento ambientalista e modernidade: sociabilidade, risco e moral.* Ed Annablume.

Infodemia socioambiental sobre a Amazônia nas eleições do Brasil

Karine Tavares Nunes
Francisco Arrais Nascimento
Caroline Kraus Luvizotto

A informação possui papel essencial na organização da sociedade. Por definição, informações são "estruturas simbolicamente significantes com a competência e a intenção de gerar conhecimento no indivíduo, em seu grupo, e na sociedade" (Barreto, 2002, p. 49). É por meio desse instrumento de transformação social que os cidadãos se orientam em processos decisórios. No entanto, fatores como a remoção de barreiras para comunicação na era digital e o surgimento de mídias sociais com a possibilidade de autonomia aos usuários nas redes online (Posetti, 2018), ao mesmo tempo em que fomentaram o conhecimento, também intensificaram a propagação acelerada de desinformações.

Nessa conjuntura, o grande volume de informações verdadeiras e falsas expõe um contexto desafiador para a sociedade: a consolidação da Infodemia, que ocorre pela complexidade de gerenciamento das muitas informações que permeiam os sujeitos. Sem a identificação exata da origem e qualidade das

mensagens que transitam nos ambientes virtuais e na realidade material, as pessoas ficam desorientadas sobre suas próprias ações.

No âmbito teórico, vale ressaltar que as bases conceituais sobre Infodemia ainda estão em fase de construção, por isso são verificados diferentes ângulos para interpretação do fenômeno. Um aspecto relevante a se notar é a recorrente conexão a temas relativos à área de saúde. A expressão foi utilizada pela primeira vez em 2003, quando o jornalista David J. Rothkopf (2003) descreveu uma crise em saúde combinada a uma crise de informação ao reportar a epidemia Síndrome Respiratória Aguda Grave (SARS) em províncias da China. A essa combinação, chamou de Infodemia – "epidemia de informação".

Na publicação, o jornalista ressalta que esta epidemia que escapou das manchetes teve implicações maiores que a doença. "Isso ocorre porque não é a epidemia viral, mas sim uma 'epidemia de informação' que transformou a SARS de uma crise de saúde regional chinesa em um desastre econômico e social global" (Rothkopf, 2003, par. 1). Assim, a Infodemia sobre a epidemia SARS dificultou ainda mais o controle e contenção da crise em saúde pública com impacto alarmante em setores da economia asiática e, consequentemente, do mundo.

Posto isso e em referência à Rothkopf (2003), compreende-se que a Infodemia é um fenômeno da Comunicação com capacidade de circular instantaneamente por todos os continentes, principalmente a partir das novas plataformas de interação. Dessa forma, similar a doenças virais, "em praticamente todos os aspectos, elas [infodemias] se comportam como qualquer outra doença, com uma epidemiologia própria, sintomas identificáveis, portadores conhecidos e até mesmo curas diretas" (par. 5). Elas, então, podendo ser transmitidas pela Internet ou pela mídia, criam pânico global, desencadeiam

comportamentos irracionais, sobrecarregam setores da sociedade, afetam mercados e prejudicam governos.

Com isso, o autor associou o cenário ao comportamento da sociedade diante de eventos pontuais que exigem grandes tomadas de decisões. De acordo com ele, trata-se de um fenômeno já detectado em outras situações, em resposta ao terrorismo, por exemplo, ou em proporções menores como avistamentos de tubarões. Logo, apesar do termo ter emergido novamente durante a pandemia da infecção respiratória COVID-19 em 2020, a Infodemia não está restritamente relacionada a doenças virais, também não é explicada pela simples disseminação de informações, sejam notícias ou boatos.

Como a epidemia de SARS e a pandemia de COVID-19, definir e caracterizar o que é a Infodemia é muito mais complexo, envolve as interações por meio das mídias, enquanto plataformas de comunicação, e a resposta social (Braga, 2006) a essas informações. Nesse sentido, acionamos as perspectivas de autores que indicam repertórios de comunicação que configuram situações de Infodemia.

Para Rothkopf (2003), Infodemias estão relacionadas à combinação de fato, boato, interpretação e propaganda. De forma semelhante, Pleyers (2020) ressalta que a Infodemia se apresenta sob três categorias: notícias falsas, teorias conspiratórias e informações falsas ou erradas. Outros autores acrescentam a estes contextos de desordem informacional, o fenômeno da pós-verdades e sobrecargas cognitivas (Araújo, 2021), testemunhal falso, discurso de ódio e negacionismo científico (Ávila Araújo, 2021). Nota-se, por conseguinte, que em todas as abordagens sobre o assunto a desinformação aparece como elemento central.

Considerando as características atribuídas à Infodemia e as vezes em que o termo foi utilizado para explicar uma situação, identificam-se os

marcadores que originam este fenômeno. Nesse sentido, diante de um acontecimento – evento ou momento de crise (1); determinado por um tempo histórico – com início e fim (2); é desencadeado um excesso de informações sobre um tema (3) – sob diferentes formas e objetivos, seja para descredibilizar causas seja para capitalizar crises, por exemplo.

Diante do exposto, objetivou-se verificar como se desenvolveu o cenário de Infodemia socioambiental sobre a Amazônia Legal no Brasil, tendo as eleições presidenciais no Brasil em 2022 como o acontecimento central nesta pesquisa, condicionado por um tempo histórico (recorte cronológico) que compreende os meses de setembro a novembro de 2022. Para isso, as matérias da seção "Eleições 2022", no portal de notícias InfoAmazonia, inscrito sob o sitio eletrônico (https://infoamazonia.org/categoria/eleicoes-2022/), compõe o universo analisado, configurando-se enquanto objeto deste estudo. Como recurso metodológico, utilizou-se a análise de enquadramento jornalístico, para além da Análise de Domínio (AD), que permite observar aspectos interpretativos nas narrativas (Entman, 1993; Porto, 2002; Vimieiro & Maia, 2011).

A Amazônia figura como tema destacado nesta proposta investigativa, sob a perspectiva da Infodemia socioambiental, tendo em vista o vulto auferido por assuntos relacionados à região amazânica durante a mais recente disputa eleitoral no Brasil. Nessa conjuntura, a título de exemplo, foi registrado elevado número de páginas dedicadas a cobrir jornalisticamente a Amazônia, ao todo foram identificados 70 perfis produtores e difusores de desinformação (Intervozes, 2023), que disputam com perfis, portais e outros meios de disseminação da informação espaço, logrando em muitos aspectos o *status* de "verdade", uma vez que, a mesma é uma construção política oriunda de relações de poder.

Por meio deste estudo, se pode compreender as fragilidades, desafios e limitações impostas ao campo da Comunicação, enquanto área do conhecimento a partir do problema referente à Infodemia sobre assuntos socioambientais observado no decorrer do estudo, acerca da Amazônia legal, nas eleições. Assim, entendendo esta dinâmica, pressupõe-se que os atores sociais consigam formular novas alternativas de comunicação e repertórios para enfrentar os desafios intensificados pelo excesso de informações.

Referências

Araújo, E. A. (2021). Práticas informacionais em ambientes de infodemias: reflexões para o estudo de patologias informacionais. *Liinc em revista, 17*(1). http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/161084

Ávila Araújo, C. A. (2021). Novos desafios epistemológicos para a ciência da informação. *Palabra Clave (La Plata), 10*(2).

Barreto, A. de A. (2002). A transferência da informação para o conhecimento. In M. de A. Aquino (Org.), *O campo da Ciência da Informação: gênese, conexões e especificidades* (pp. 49-60). Ed. Universitária da UFPB.

Braga, J. L. (2012). Circuitos versus campos sociais. In M. A. Mattos, J. Janotti Junior, & N. Jacks (Orgs.), *Mediação & midiatização.* EDUFBA.

Entman, R. M.. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication, 43*(4), pp. 51-58.

Intervozes. (2023). *Combate à desinformação sobre a Amazônia Legal e seus defensores.* Relatório publicado em 25 de abril de 2023. https://intervozes.org.br/wp-content/uploads/2023/04/INTERRelatorioICS-2.pdf

Porto, M. (2002). *Enquadramentos da mídia e política* [Trabalho apresentado]. XXVI Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais – ANPOCS, Caxambu, MG, Brasil.

Posetti, J. (2018). News industry transformation: digital technology, social platforms and the spread of misinformation. In C. Ireton & J. Posetti (Eds.), *Journalism, 'Fake News' and Disinformation*. (UNESCO) Forthcoming.

Rothkopf, D. J. (2003, maio 11). When the Buzz Bites Back. *The Washington Post*. https://www.washingtonpost.com/archive/opinions/2003/05/11/when-the-buzz-bites-back/bc8cd84f-cab6-4648-bf58-0277261af6cd/

Vimieiro, A.C., & Maia, R. C. M. (2011). Análise indireta de enquadramentos da mídia: uma alternativa metodológica para a identificação de frames culturais. *Revista Famecos, 18*(1), 235-252.

Iniciativas escolares buscam combater desinformação, mas desertos de notícias ainda permanecem com sede de checagem

Gabriel Bhering
Iluska Coutinho

O presente artigo advém dos estudos realizados na bolsa de Iniciação Científica "Estratégias para qualificação da informação em vídeo: Jornalismo, desertos de notícias e combate à pandemia de desinformação" fomentada pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico(CNPQ). No início da pesquisa, foi realizado o mapeamento de duas agências checadoras: "Fato ou Fake", do G1, e "Aos Fatos", do Uol, entre abril de 2022 e março de 2023, período em que aconteceu a pré-eleição, a eleição e a pós-eleição no Brasil. Em seguida a observação anterior, o recorte deixou de ser as agências atreladas a grande mídia, que não dão conta dos desertos de notícias presentes em regiões interioranas, passando, então, a ser meios alternativos de checagem e iniciativas informais de combate à desinformação, levando à escrita deste artigo que mapeou, a partir de uma busca por palavras-chaves no instagram, 30 igs que praticam esse trabalho e os observou por meio da Análise da Materialidade do Audiovisual (Coutinho, 2016). Em contraste

às agências da grande mídia, os perfis mapeados não tem grande número de seguidores e publicações, sendo, em sua maioria, projetos experimentais de escolas e universidades. Ainda que esse mapeamento revele iniciativas positivas de formar de modo sustentável novas gerações, elas não suprem o cenário micro enquadrado em desertos de notícias.

O percurso da desinformação e os desertos de notícias

A desinformação é um termo utilizado para agrupar diferentes formas de desinformar, como as fake news. No início, em 2016, quando intensificou o fenômeno massivo de desinformação na internet tudo era tratado como fake news, ao ponto de alguns dizerem que esta sempre existiu, mas atualmente sabe-se que não existe fake news "sem antes de haver news, assim como não pode haver uma nota falsa de dólar antes de haver a cédula autêntica dessa moeda. As fake news são uma falsificação de forma, a forma notícia, e, só depois, fraudam o conteúdo. Fake news são um tipo historicamente datado de mentira. São uma criação do século XXI" (Bucci, 2022, p. 10).

No Brasil, um país com 8.510.000 km², esse cenário da desinformação, que contribui para o"Facismo Eterno" (Bucci, 2022, p. 12), torna-se ainda mais delicado a vivência da democracia,pois, apesar das agências de checagem da grande mídia exercerem um papel importante para manutenção da democracia, estas não conseguem dar conta de toda extensão territorial em suas checagens que perpassam em sua maioria conteúdos de caráter nacional. Logo, regiões interioranas que não tem e/ou nunca tiveram uma forma de imprensa tornam-se mais prejudicadas, pois apesar do avanço tecnológico com o uso das mídias não levar necessariamente ao surgimento de jornais locais,ele contribui para desinformação local, que não é checada.

As iniciativas escolares de combate à desinformação

Após olhar com exclusividade para a grande mídia, por meio de duas agências checadoras, o estudo buscou observar, a partir da Análise da Materialidade do Audiovisual (Coutinho, 2016), agências de checagem alternativas por meio da pesquisa das seguintes palavras no instagram: "fake news" e "desinformação" resultando no encontro de 30 perfis, sendo que a maioria deles são oriundos de projetos escolares ou universitários, que não dão conta de sanar os desertos de notícias,mas, na verdade, educar midiaticamente a geração que ali estuda.

Conclusão

Diante da análise dos perfis mapeados, foi concluído que esse movimento de educar midiaticamente os jovens nas escolas e faculdades do país a formarem uma geração mais sustentável midiaticamente deve continuar sendo praticado; do mesmo modo, essa perspectiva deve ser implementada em instituições de ensino que ainda não abordam o letramento. Para além da literacia midiática, é preciso que haja, também, iniciativas mais concretas de combate à desinformação a nível local, seja por meio de ações de incentivo, comunicação comunitária e projetos municipais, pois a democracia não existe apenas em nível macro, e, portanto, precisa estar fortalecida nos interiores do país, para que o Fascismo da Pós Verdade não destrua as possibilidades de existência dos direitos humanos.

Referências

Bucci, E. . Ciências da Comunicação contra a desinformação. *Comunicação e Educação, XXVII*(2), 5-19.

Coutinho, I. (2016). *O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível* [XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação]. São Paulo, SP, Brasil.

Núcleo de Jornalismo e Audiovisual. (2022, outubro 09). *UFJF/SEMIC2022 Pandemia e desinformação: A redescoberta do Jornalismo como instância decertificação* [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=ujoYp9SrJYE

A contra-hegemonia sem terra na disputa territorial: politização e disputa discursiva sobre a fome no site do MST

Wellington de Oliveira Pereira
Paulo Henrique Caetano
Deborah Luisa Vieira dos Santos

Central nas dinâmicas sociais, a comunicação é fundamental na produção de sentido a partir de relações, com os processos comunicativos não sendo atividades isoladas, mas vinculada a contextos e à constituição da realidade dos sujeitos e suas relações de poder (Borges, 2013; Bourdieu, 1989; Maia, 2008). Além disso, o campo é responsável por conferir visibilidade a outros campos, tornando-se agente central para o reconhecimento social e na transformação de questões sociais em demandas políticas (Maia, 2008). Ciente dessa condição, os espaços comunicacionais são disputados por agentes com diferentes interesses em processo contínuo de avanços e retrocessos nos quadros sociais, culturais e políticos. Essas disputas discursivas e por visibilidade midiática são basilares para as lutas hegemônicas, principalmente ao compreender que os territórios são constituídos pela conflitualidade em seus espaços imateriais – no qual acontecem as lutas simbólicas – e espaços materiais (Fernandes, 2009). Assim, a territorialização está vinculada às duas

dimensões, sendo construídas mutuamente e com ambas sendo estruturadas e estruturantes (Borges, 2013).

A partir da multidimensionalidade dos territórios, evidencia-se que as intencionalidades dos agentes que os disputam são construídas ideologicamente e materialmente (Fernandes, 2009). Dessa forma, a concentração fundiária brasileira pode ser entendida como consequência das relações sociais, econômicas e políticas historicamente construídas, ao mesmo tempo em que a detenção dos espaços materiais confere ainda mais poder na atuação imaterial dos agentes. Um dos resultados dessa desigualdade histórica, perpetuada pelo atual modelo político e econômico, que encontrou na gestão Bolsonaro um momento de intensificação, é a fome.

O agronegócio, agente central na disputa territorial em diversos âmbitos, ocupa posição de destaque no debate sobre a fome. O setor alcançou grande poder no atual cenário sociopolítico, atuando na construção ideológica e nas decisões políticas do país (Delgado, 2012). Enquanto agente hegemônico, o agronegócio conta com o suporte estatal, de grandes conglomerados midiáticos e do capital financeiro, formulando um grande bloco que, apesar de existir uma heterogeneidade interior, atua de forma coesa (Pompeia, 2018). Esse poder resulta em recordes de produção e exportação de grãos noticiados quase diariamente, enquanto o crescimento vertiginoso da fome, do desmatamento e da violência contra povos tradicionais, dimensões ligadas diretamente ao setor, são silenciados.

No sentido contrário estão os movimentos sociais, destacando-se o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), um dos principais da América Latina e ator social fundamental na contraposição do agronegócio nas disputas territoriais. A relevância do Movimento o torna alvo de violências físicas e simbólicas, com uma história marcada por luta e resistência aos

constantes ataques sofridos. Como forma de enfrentamento à hegemonia, o MST recorre à formação política, social, educacional e cultural de seus membros, sendo característica de suas ações junto à sociedade. A comunicação e a politização são elementos fundamentais do Movimento, tornando possível uma leitura mais abrangente dos problemas sociais a que se opõe e fundamentando o projeto popular que constrói.

Pensando nas disputas discursivas entre distintas sensibilidades do mundo, opta-se por analisar as abordagens midiáticas sobre a fome no site do MST. Para isso, foi construído um corpus de análise a partir de pesquisa avançada no buscador do Google, delimitando a palavra "fome" no site do MST. O recorte escolhido foi de 01 a 30 de setembro de 2022, com o objetivo de ilustrar algumas questões discutidas nos tópicos teóricos a partir de abordagens distintas pelos portais sob a perspectiva da (des)politização (Hay, 2007). Utiliza-se a Análise Indireta de Enquadramento (Vimieiro & Maia, 2017), escolhendo matérias que trazem a fome como elemento central e analisando duas categorias chaves: as causas e soluções propostas. A Análise do Discurso (Fairclough, 2001) é acionada com o intuito de compreender a relação do agente e veículo com os contextos econômico, político e social, expondo suas posições nas estruturas sociais e relações de poder.

A análise identifica um posicionamento de enfrentamento aos valores e leituras hegemônicas, apresentando forte caráter politizador nas matérias, com apontamento de relações mais complexas entre causas e soluções, além de expor a fome como resultante de decisões econômicas, políticas e sociais.

Referências

Borges, R. M. R. (2013). O território geográfico como categoria metodológica dos estudos em Comunicação Social e Jornalismo. *Contemporânea, 11*(1).

Bourdieu, P. (1989). *O poder simbólico.* Bertrand Brasil.

Delgado, G. C. (2012). *Do "capital financeiro na agricultura" à economia do agronegócio: mudanças cíclicas em meio século (1965-2012).* Editora UFRGS.

Fairclough, N. (2001). *Discurso e mudança social.* Ed. UNB.

Fernandes, B. M. (2009). Sobre a tipologia de territórios. Em M. A. Saquet & E. S. Sposito (Orgs.),*Territórios e territorialidades: teorias, processos e conflitos.* Editora Expressão Popular.

Hay, C. (2007). *Why we hate politics.* Polity Press.

Maia, R. C. M. (2008). *Mídia e deliberação.* Editora FGV.

Pompeia, C. (2018). A concertação política do agronegócio e os direitos territoriais indígenas e quilombolas [Trabalho apresentado]. Anais do 42o Encontro Anual ANPOCS, Caxambu, MG, Brasil.

Vimieiro, A. C. & Maia, R. C. M. (2011). Análise indireta de enquadramentos da mídia: uma alternativa metodológica para a identificação de frames culturais. *Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, 18*(1), 235-252.

O resgate dos direitos humanos instituintes dos sujeitos de direito como alternativa ao simulacro de democracia criado pelos seres-media no Brasil

Thiago Luiz dos Santos
Cinthia Barudi Lopes

Analisa-se, dialeticamente, a existência de um simulacro de constituição no Brasil, dentro do qual os seres-media cria outro simulacro: o dos direitos e garantias fundamentais. Assim, a primeira parte verifica a contribuição dos seres-media para a construção de simulacros de direitos e garantias fundamentais, via pós-verdade e *fake news*, com base nos quais exercem falsas prerrogativas constitucionais e erodem o texto da Constituição. A segunda parte analisa a constituição como simulacro maior, que abriga o simulacro anteriormente discorrido ao inculcar a existência de uma constitucionalidade que engana os sujeitos de direito através de uma aparência de constituição que os fazem permanecer nesta simulação, impedindo-os de lutar pela aplicação plena da Constituição. Enfim, a última parte propõe, como possíveis alternativas, o constitucionalismo dirigente e a democracia substancial, almejandot fazer os cidadãos submergirem da caverna platônica na qual se encontram.

INTRODUÇÃO

Em sua obra: *"We the media",* Dan Gillmor (2004) mostrou-se esperançoso com as novas tecnologias e as possibilidades dadas aos indivíduos de romper com o monopólio das erigido pelos conglomerados midiáticos, podendo esejar a democratização das informações e o controle dos jornalistas. Contudo, Nietzsche (2012) rememora que a esperança é o maior dos males da humanidade, pois, ainda preso no vaso de Pandora, lhe dá apego à vida de sofrimentos impingidos pelos demais que de lá escaparam. Ousa-se dizer que, hodiernamente, de lá fugiram, tardiamente, outros dois monstros: a pós-verdade as *fake news,* os quais assolam, com especial tenacidade, a sociedade brasileira.

Logo, pretende-se trabalhar a contribuição dos seres-media para a construção de um simulacro de direitos e garantias fundamentais, ao utilizarem da pós-verdade e das *fake news* para "justificar" suas condutas em aparências de direitos e garantias fundamentais – como igualdade e liberdades de expressão e religiosa – e, assim, dirigir dirigidos à Constituição (como tentativas de golpe, discursos de ódio, homofobia, racismo e afins). Portanto, utilizando-se daquilo que parece ser, eles aviltam aquilo que realmente é, rompendo quaisquer hipóteses de conexão entre o real e a simulação (Baudrillard, 1991, p. 8).

ANÁLISE E COMENTÁRIO

Moreira (2017) aponta que a Constituição se torna simulacro na medida em que o seu ato fundante é justificado como decorrente de extraordinária soberania popular, dando "permissão" para a assembleia constituinte (dotada de caráter ordinário), outorgar-se o propósito de regular e prescrever direitos que somente poderiam ter por fundamento a manifestação genuína da soberania

dos sujeitos de direito plenipotenciários. Isto dialoga com Rubio (2022) e seu alerta acerca do sequestro do poder constituinte popular e pela sua criatura: o poder constituinte derivado. Este, corrompido pelos ideais oligárquicos, inflige em seu criador inação e inanição.

Logo, defende-se a hipótese de que a sociedade brasileira vive, hodiernamente, um simulacro de direitos e garantias fundamentais dentro de um simulacro constitucional. A possível alternativa a ser apresentada a este cenário é a restauração da soberania dos sujeitos de direito de modo a retornar-lhes sua plenipotenciaridade, rompendo o simulacro constitucional e passando ter a vivência da Lei Maior em seu viés dirigente. Derivar-se-á, daí, o rompimento do simulacro de direitos e garantias fundamentais, pois o incremento da verdadeira vivência constitucional, com o respeito aos direitos fundamentais de todos e a instauração da democracia substancial, permitirá o abandono beligerância direcionada à Constituição, travestida de "respeito" aos seus mandamentos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Espera-se concluir que a sociedade brasileira vive um cenário de simulacro constitucional dentro do qual se instaurou outro, sobraçado no "respeito" aos direitos e garantias fundamentais. Espera-se inferir, disto, que a vivência desta simulação dentro de outra enseja depauperação da Constituição. Enfim, espera-se que o respeito à soberania da pessoa humana, mediante o reconhecimento e a efetivação de seus direitos possa ser alternativa à esta realidade, resgatando a vivência verdadeira da Constituição e implementando a democracia substancial.

REFERÊNCIAS

Baudrillard, J. (1991). *Simulacros e simulação.* Relógio d'Água.

Gillmor, D. (2004). *We the media: grassroots journalism by the people, for the people.* O'Reilly Media.

Moreira, L. (2017). *A constituição como simulacro.* Editora Contracorrente.

Nietzsche, F. (2012). *Humano, demasiado humano: um livro para espíritos livres*. Editora Schwarcz Ltda.

Rubio, D. S. (2022). *Direitos humanos instituintes.* Livraria e Editora Lumen Juris Ltda.

Um cenário mutante: breve revisão da história da música brasileira feita no Rio de Janeiro e em São Paulo até os anos 1940

Wellington C. M. Leite

Este artigo é um excerto da tese do autor, que versa sobre a música independente feita na cidade de Bauru. Com o intuito inicial de situar historicamente o objeto da tese, partimos de considerações sobre os cenários da música e da indústria fonográfica no eixo Rio – São Paulo (de importância não somente para o Brasil, mas para o mundo) até chegarmos a Bauru, cidade média do interior do Estado de São Paulo, que é o cenário do objeto da pesquisa. Porém, aqui as comparações que veremos servirão para demonstrar a originalidade criativa de nossa música Brasileira (muito aberta a misturas), bem como nosso atraso tecnológico nacional e a reação dos músicos que foram alijados dos processos de publicação de partituras e depois de obras musicais em disco (mais por motivos econômicos do que por não se adaptarem ao modelo comercial imposto no seu período de atividade) – e tudo isso, apesar de o Brasil ser um país muito musical, e que desde o período do império propôs várias leis para o ensino musical nas escolas. Além de demonstrar a importância do eixo Rio – São Paulo para o desenvolvimento das Indústrias Culturais brasileiras

– uma força que fez, por muito tempo, que essas duas cidades comandassem os gostos musicais do país, especialmente na época das emissoras de rádio de alcance nacional – essa revisão histórica também serviu para mostramos o que era consumido e produzido em Bauru (que tampouco escapou desses dois polos de influência, que determinaram, digamos, a mixagem musical brasileira desde a era do rádio). Assim, tratando separada e brevemente o desenvolvimento do ambiente musical e midiático de cada uma das duas capitais até os anos 1940, o artigo tem o intuito de revisar o surgimento das Indústrias Culturais no Brasil de forma massiva, que além de difundir gêneros musicais específicos (e, menos que isso, apenas alguns artistas), também demonstra as influências estrangeiras em estilos musicais considerados genuinamente brasileiros, tais como a moda de viola e o samba. Se o Brasil é quintal para promoção de produtos midiáticos estrangeiros, o país também se utiliza do rádio e do samba com viés político. Em menor escala, o mesmo ocorreu na cidade de Bauru, onde a força política foi determinante para a consolidação dos meios de comunicação, a começar pela ferrovia (o maior entroncamento ferroviário do país), passando pela importação de mão-de-obra para a implantação de uma nova classe média e de hábitos condizentes com esse público, transformando uma pequena cidade rural e cidade média e urbanizada. Ambas forças (política e econômica) possibilitaram a existência do cinema na cidade (antes da instalação de energia elétrica em 1910), a instalação da primeira emissora de rádio em 1934 e a primeira emissora de TV do interior do país e da América Latina em 1958. E, como veremos, com crescente influência do que ocorria no eixo Rio-São Paulo, conforme as possibilidades de gravação e automatização ficavam cada vez mais acessíveis.

Mesa 10: Internet, Tecnologia e Comunicação

Mesa 10: Internet, Tecnología y Comunicación

Jacqueline Oyarce
Eduardo Pellanda
Gloria Olivia Rodriguez Garay
Coordenadores

"Vem meteoro": uma análise sobre o fatalismo pessimista nas redes sociais

Bruno Paiva de Souza

O trabalho a ser apresentado aborda as motivações por trás do fatalismo pessimista em relação ao futuro e sua correlação com a redução do horizonte de expectativa e as incertezas resultantes de rupturas históricas. Por meio de discussões teóricas sobre conceitos como espaço de experiência, horizonte de expectativa, presentismo, fatalismo, crise do futuro, antecipação, aspiração e imaginação, são explorados os fatores culturais, políticos e sociais que contribuem para a existência desses sentimentos. Os conceitos apresentados estão nas obras de Reinhardt Koselleck, François Hartog, Ignacio Martín-Baró, Maria Inés Mudrovcic, Arjun Appadurai e Mark Fischer.

A proposta do artigo envolve uma revisão da literatura especializada sobre o fatalismo e perspectivas temporais, seguida por uma análise de conteúdo das redes sociais para identificar padrões e temas recorrentes relacionados ao fenômeno. Além disso, propõem-se questionários e entrevistas com usuários das redes sociais para investigar suas percepções e motivações. A análise comparativa dos dados coletados permite a compreensão de causas

e implicações do fatalismo pessimista, contribuindo para a elaboração de propostas de intervenção que possam ser tomadas a partir dela.

Frente à conjuntura global atual, torna-se fundamental compreender os desafios apresentados, bem como a expressão do pessimismo nos ambientes digitais e as medidas a serem adotadas para prevenir catástrofes, uma vez que o próprio fatalismo prevê a inação. Entre as motivações do sentimento fatalista, destaca-se a devastadora pandemia, ameaças nucleares, desastres climáticos e outras ameaças que colocam em risco a continuidade da espécie. Expressões como "Vem, meteoro" e "O apocalipse deixa de ser um medo e se torna uma esperança" são destacadas como exemplos que ilustram o anseio pelo fim.

No trabalho, procura-se destacar a presença dessas expressões nas redes sociais, como Twitter, Facebook e Instagram, onde vídeos e postagens de teor fatalista e pessimista são compartilhados, muitas vezes com conotações políticas explícitas. Comentários do tipo "Vem meteoro" em artigos noticiosos refletem a frustração e o desespero das pessoas diante dos desafios globais, revelando a falta de confiança nas soluções propostas e nas instituições.

A análise também busca explorar o impacto do "excesso de presente" e do presentismo na visão apocalíptica do futuro, assim como a redução do horizonte de expectativa e as incertezas decorrentes de rupturas históricas. Observa-se que essas visões pessimistas são influenciadas por fatores históricos, culturais e políticos, e refletem a falta de perspectiva em relação ao futuro.

Nesse contexto, o trabalho busca compreender motivações subjacentes e a perspectiva da parcela dos usuários que apresentam esse comportamento nas redes sociais, levando em consideração as discussões presentes na literatura especializada sobre o tema. A compreensão desses elementos contribui para uma visão mais abrangente das interações entre perspectivas individuais, dinâmicas sociais e o contexto cultural mais amplo.

A abordagem do trabalho enfatiza a importância de compreender os desafios apresentados pela conjuntura global atual, bem como a falta de imaginação, aspiração e antecipação na construção de um horizonte de expectativa positivo. A literatura examinada revela que o fatalismo pessimista nas redes sociais está relacionado à redução do horizonte de expectativa, à falta de perspectiva em relação ao futuro e à ausência de imaginação política.

A pesquisa sobre as manifestações do fatalismo pessimista nas redes sociais revela temas recorrentes, perfis e características dos usuários, influências políticas e culturais, além de fornecer insights sobre as motivações individuais e implicações sociais. Os resultados ajudam a compreender e abordar o fenômeno do fatalismo pessimista nas redes sociais de forma abrangente.

Em suma, a análise realizada no trabalho revela que o fenômeno do fatalismo pessimista nas redes sociais está relacionado à redução do horizonte de expectativa, à falta de perspectiva em relação ao futuro e à ausência de imaginação política. A valorização da imaginação como uma força diária capaz de impulsionar a ação e a transformação desempenha um papel fundamental no enfrentamento dos desafios atuais.

A influência das redes sociais na construção da marca pessoal de profissionais da área da saúde

Camila Silva Ferreira
José Luís Bizelli

O presente trabalho tem o objetivo de apresentar a influência das redes sociais na construção da marca pessoal de profissionais da saúde, considerando estratégias de branding e os impactos da inovação tecnológica. Além disso, busca-se compreender como essa construção da marca pessoal pode ser alinhada aos princípios de desenvolvimento sustentável no contexto da saúde. Nos últimos anos, especialmente após a pandemia de Covid-19, tem-se observado um crescente movimento de profissionais da saúde em busca de inserção nas redes sociais. Essa tendência é impulsionada pela necessidade de se adaptar às mudanças no comportamento das pessoas, que cada vez mais recorrem à internet e às redes sociais em busca de informações e relacionamento direto com os profissionais de saúde. A pandemia de Covid-19 trouxe consigo a disseminação acelerada de informações, muitas vezes não verificadas, nas redes sociais. Diante desse cenário, os profissionais da saúde perceberam a importância de estarem presentes nessas plataformas para fornecer

informações confiáveis e embasadas cientificamente, atuando como fontes de informação confiáveis e contrapondo-se às fake news. Por meio das redes sociais, os profissionais da saúde têm a oportunidade de alcançar um público mais amplo e diversificado. Eles podem compartilhar conteúdo educativo, esclarecer dúvidas, fornecer orientações e promover a conscientização sobre questões de saúde. Isso contribui para a democratização do conhecimento e autonomia das pessoas, permitindo que elas tenham acesso à informações relevantes para sua saúde e bem-estar.

A construção da marca pessoal tornou-se uma estratégia essencial para esses profissionais, que buscam ampliar sua visibilidade e influência no ambiente digital. As redes sociais desempenham um papel central nesse processo, permitindo a divulgação de conhecimentos e o engajamento com o público. No entanto, é fundamental explorar como essa construção da marca pessoal pode ser alinhada aos princípios de desenvolvimento sustentável e ética, promovendo a disseminação de informações relevantes no setor. A pesquisa tem como base a fundamentação teórica, com artigos científicos e livros das áreas de comunicação, do branding e da educação, com a finalidade de elaborar a construção de produções que possam ser aplicadas aos profissionais da saúde, de forma a facilitar a construção de marcas pessoais visando a relevância e utilidade de informações além da projeção com a imagem profissional. Além disso, serão realizadas entrevistas com profissionais da área da saúde, que possuem uma presença significativa nas redes sociais e selecionados por uma amostra intencional não probabilística. Essas entrevistas buscarão compreender as estratégias de branding pessoal utilizadas, os desafios enfrentados e os resultados alcançados pelos profissionais em relação ao alcance das informações e percepção de confiança conquistada. Os dados qualitativos serão analisados por meio de técnicas de análise temática. O presente artigo visa contribuir para

uma compreensão mais aprofundada do uso das redes sociais na construção da marca pessoal de profissionais da área da saúde. A expectativa quanto aos resultados diz respeito à importância das estratégias de branding pessoal, os impactos da inovação tecnológica e as possibilidades de alinhamento com os princípios de desenvolvimento sustentável de informações na área da saúde.

Evolução do meme: da memética à era da internet

Arthur de Oliveira Rocha
Marcelo Bolshaw Gomes

O conceito de meme ficou inicialmente conhecido através do pesquisador Richard Dawkins, no livro *The Selfish Gene* (O Gene Egoísta), lançado originalmente em 1976. No livro, o biólogo discute a difusão e evolução cultural sob um prisma sócio-biológico. Dawkins faz um paralelo entre a transmissão de valores culturais (meme) e a genética (gene).

Para o autor, os genes possuem papel de entidade replicadora, transmitindo características genéticas. Enquanto o meme seria também uma unidade replicadora, mas de transmissão cultural. Memes seriam ideias, bordões, modos de vestir, de cozinhar ou de construir. Assim como outros replicadores, são selecionados naturalmente, de modo que as crenças mais bem aceitas ou que possuem maior apelo, são as que se disseminam com maior eficácia.

Dawkins definiu meme como pequena unidade cultural de transmissão, análogas aos genes, que se espalham de pessoa para pessoa por cópia ou imitação. O termo 'meme' tem origem na palavra grega *mimeme* (imitação). Para sonoramente aproximar o termo à palavra 'gene', Dawkins o abreviou

para ‘meme’. Os memes seriam, para ele, elementos que competem entre si, já que sua sobrevivência dependeria da extinção dos demais memes. Portanto, estariam em ininterrupta disputa pela atenção e uso por parte dos indivíduos.

Depois de Dawkins, os estudos sobre memética foram explorados por outros pesquisadores de diversas áreas. A memética pode ser entendida como a disciplina que estuda os memes e as suas conexões com os humanos e seus outros potenciais hospedeiros, é a ciência teórica e empírica que estuda a replicação, a disseminação, a evolução dos memes e como eles se propagam.

Se Dawkins é tido como criador do conceito de ‘meme’, é Daniel Dennett (1991, 1996) quem consolida o modelo, ao fundamentar sua abordagem evolucionista na competição entre os memes. De acordo com o filósofo, uma vez que o substrato é finito e os memes, como qualquer outro replicador, dependem dele para serem passados adiante, não resta alternativa senão a disputa como força-motriz da evolução.

Outra pesquisadora a se debruçar sobre a memética foi a psicóloga britânica Susan Blackmore, autora do livro *The Meme Machine* (A Máquina Memética, 2000). Ela continua na prespectiva sóciobiológica, mas enfatizando um aspecto, a autonomia. Para Blackmore, o meme seria uma ideia, comportamento, estilo ou uso que se espalha de pessoa para pessoa dentro de uma cultura e nós seríamos meros hospedeiros, uma espécie de ‘máquina memética’ com função de hospedar e propagar os memes.

Tanto Dawkins quanto Blackmore utilizam o termo ‘meme’ para um conceito mais abstrato, que não traduz o fenômeno de criação e compartilhamento de conteúdo nas mídias sociais digitais atualmente. O surgimento e a popularização da internet e das redes sociais impulsionou a propagação de conceitos e ideias, possibilitando insumos e um terreno fértil para os memes.

Tanto que o termo se popularizou entre os usuários, passando a designar conteúdos propagados online com rápida popularização, geralmente cômicos.

Limor Shifman, autora de *Memes in Digital Culture* (Memes na Cultura Digital, 2013), conceitua que os memes são itens digitais compartilhando características de conteúdo, forma ou postura em comum, criados cientes uns dos outros e são circulados, imitados, e transformados por meio da internet por diversos usuários, se distanciando da ideia de meme como unidade de cultura. Já Knobel e Lankshear (2020) entendem 'meme' como um termo popular para descrever a rápida consolidação e disseminação de uma ideia, apresentada como um texto escrito, imagem ou alguma outra unidade de material cultural.

Os memes surgem e se espalham exponencialmente na internet, seja entre comunidades de fãs, na publicidade de marcas locais e internacionais ou como forma de satirizar políticos e outras figuras públicas, daí a importância de aprofundar o debate sobre esse campo de estudo. Esse artigo se propõe a discutir teoricamente os memes - definições, conceitos, teorias, correntes, características - desde seus estudos iniciais pela memética, numa perspectiva mais geral e abrangente, até a ideia atual de memes de internet enquanto conjunto de itens digitais em pungente proliferação no ciberespaço.

Para isso, recorre-se ao levantamento bibliográfico de autores da chamada primeira geração de estudos sobre memes (Blackmore, 2000; Dawkins, 1976; Dennetti, 1991, 1996), bem como da segunda (Leal-Toledo, 2009, 2013; Shifman, 2013) e autores mais atuais, do que seria a terceira geração (Chagas, 2020; Knobel & Lankshear, 2020), afim de compará-los e discutir a evolução dos estudos sobre meme ao longo do tempo.

Referências

Blackmore, S. (2000). *The Meme Machine.* Oxford University Press.

Chagas, V. (2020) Da memética aos estudos sobre memes: uma revisão da literatura concernente ao campo nas últimas cinco décadas (1976-2019). Em V. Chagas (Org.), *A cultura dos memes: aspectos sociológicos e dimensões políticas de um fenômeno do mundo digital* (1a ed., Vol. 1, pp. 23-78). EdUFBA.

Dawkins, R. (1976). *O gene egoísta.* Companhia das Letras.

Dennett, D.C. (1991). *Consciousness Explained.* Little, Brown and Company.

Dennett, D.C. (1996). *Darwin's dangerous idea. ous idea.* Simon & Schuster.

Knobel, M & Lankshear, C. (2020). Memes on-line, afinidades e produção cultural (2007-2018). Em V. Chagas\ (Org.), *A cultura dos memes: aspectos sociológicos e dimensões políticas de um fenômeno do mundo digital.*\ (1a ed., Vol. 1, pp. 85-126). EdUFBA.

Shifman, L. (2013). *Memes In Digital Culture.* MIT Press.

Leal-Toledo, G. (2009) *Controvérsias Meméticas: a ciência dos memes e o darwinismo universal em Dennett, Dawkins e Blackmore* [Tese de Doutorado\, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro].

Leal-Toledo, G. (2013). Em busca de uma fundamentação para a memética. *Transformação, 36*(1), 187-210.

Evolución de la nueva televisión en el streaming en directo en Twitch: producción, realización y audiencias de la velada del año 3 de Ibai Llanos

Alba Aragón-Manchado
Andrea Cruz-Elvira
José Patricio Pérez-Rufí

Este trabajo propone como estudio de caso un análisis formal de la producción y de la realización audiovisual, así como el seguimiento de audiencias, de la retransmisión de un formato de streaming en directo a través del canal del *streamer* Ibai Llanos en Twitch, titulado *La velada del año 3*. De igual forma, se pretende identificar los límites de la plataforma Twitch para la transmisión de este tipo de eventos de audiencia masiva. Programado el sábado 1 de julio de 2023, alcanzó récords de seguimiento en directo a través de Twitch, con una media de 2.893.443 y un máximo de 3.449.999 de espectadores (Llanos, 2023).

El objetivo principal de este trabajo es comparar la estructura del formato, la producción y la realización del formato con las de ediciones anteriores, con objeto de examinar la evolución de la producción del formato. Se pretende así evaluar la posible innovación formal del programa, así como

identificar problemas y proponer cambios para la adaptación y la mejora de la plataforma de streaming.

De forma secundaria, se plantea el análisis del seguimiento de la audiencia; por una parte, se compara la escaleta del formato con la audiencia simultánea con el fin de reconocer los contenidos de mayor interés para la audiencia; por otra, se intenta identificar las limitaciones de la plataforma de Twitch y los problemas que supusieron para el seguimiento del evento.

Para conseguir estos objetivos, se propone la aplicación de dos metodologías de manera secuencial. El primer objetivo requiere de un análisis formal audiovisual que identifique las distintas secciones del evento para, seguidamente, poder reconocer cambios en la realización multicámara, el orden de los contenidos en la escaleta y la duración de los mismos, los tipos de planos, la activación del sonido, número y disposición de los dispositivos de registro empleados, el grafismo y la puesta en escena. El segundo objetivo implica una metodología comparativa en la que el seguimiento de las audiencias acumuladas es comparado con la escaleta de la retransmisión y con la gráfica de audiencias acumuladas.

Esta investigación parte de la hipótesis de que la evolución y los cambios incorporados en el formato en 2023 no han supuesto una mejora de la calidad del formato, tanto en la realización, como en el propio contenido programado para el evento y en su seguimiento. Podría cuestionarse la adaptación del formato a una escala mayor, el cambio de recinto y el cambio de equipo de realización, así como se evidencian las limitaciones que suponen para la transmisión de un evento de gran escala y audiencia el soporte de Twitch.

Twitch es una plataforma dedicada de forma exclusiva al streaming de vídeo en directo, con una orientación especial hacia la producción por parte de los usuarios (Pérez-Rufí & Castro-Higueras, 2023). Señalan Gutiérrez-Lozano

y Cuartero (2022, p. 254) que "poco a poco el contenido de 'gameplay en directo' ya no es el producto audiovisual exclusivo, aunque siga siendo el predominante". Otros trabajos analizan la profesionalización progresiva de la plataforma (Bingham, 2020; Taylor, 2018).

Sobre la emisión en directo del formato *La velada del año*, ya se concluyó a partir de la análisis de su segunda edición (en 2022) que la producción es profesional, con rasgos expresivos y estilísticos propios de la televisión *broadcast* antes que de la creación por parte de usuarios (Cruz-Elvira et al., 2022).

Acerca de la posible rivalidad con la televisión como medio, Barrea (2023, p. 21) concluye que Twitch "tiene la posibilidad en España de igualar a la televisión como medio de entretenimiento audiovisual favorito e incluso superar a ésta y convertirse en la primera opción de entretenimiento a largo plazo". Nuestro trabajo sostiene que, aunque lleguen a compartir lenguaje e incluso supere a la televisión en audiencia en momentos puntuales, ha de matizarse el alcance real de la plataforma.

Ante el estudio de Twitch y del modelo de contenidos producido desde sus canales no caben generalizaciones, por cuanto "existe toda una pluralidad de propuestas que revelan un universo *streamer* mucho más complejo" (Buitrago et al., 2022, p. 53). Este trabajo aborda el estudio de aquellas propuestas en Twitch con la ambición de alcanzar audiencias superiores a la de la televisión.

Referencias

Barrea, A. (2023). Twitch como alternativa a la televisión. *Signum, 2*(1), 1-23. https://publicaciones.protocoloimep.com/signum/article/view/17

Bingham, C. M. (2020). Talking about Twitch: Dropped Frames and a normative theory of new media production. *Convergence*, *26*(2), 269-286. https://doi.org/10.1177/1354856517736974

Buitrago, Á., Martín García, A., & Torres Ortiz, L. (2022). Trabajemos juntos: Coworking online y sincrónico en Twitch como muestra del potencial colaborativo del live-streaming. *Revista de Comunicación*, *21*(1), 49-65. https://dx.doi.org/10.26441/rc21.1-2022-a3

Cruz-Elvira, A., Aragón-Manchado, A., & Pérez-Rufí, J. P. (2022). Nueva televisión frente vieja televisión en el streaming en directo en Twitch: producción, realización y audiencias de La velada del año 2 de Ibai Llanos. En V. Kneipp, A. Sung & F. Piccinin (Orgs.). *Movimentos*. Ria Editorial. https://bit.ly/3UrcVMb

Gutiérrez Lozano, J. F. & Cuartero, A. (2022). La construcción mediática de los ídolos juveniles de Twitch: los creadores de contenido y su presencia creciente en los medios españoles. *adComunica*, (23), 251-274. http://dx.doi.org/10.6035/adcomunica.5936

Llanos, I. [@IbaiLlanos] (2023). Ibai en Twitter. *Twitter*. https://bit.ly/46IDO3Q

Pérez-Rufí, J. P. y Castro-Higueras, A. (2023). El lenguaje vernacular en las plataformas de streaming de vídeo social: la estética del directo de los usuarios y la interfaz de las plataformas. *adComunica*, (26). https://www.e-revistes.uji.es/index.php/adcomunica

Taylor, T. L. (2018). *Watch Me Play. Twitch and the Rise of Game Live Streaming*. Princeton University Press.

The mediatic experience conceptual framework: articulating four theoretical components during the process of meaning production

Carlos Eduardo Marquioni

The paper is related to a postdoctoral research started in 2022, on which it is intended to define the conceptual framework entitled mediatic experience. The need to define such conceptual framework starts from the empirical observation that the migration of different communicational content to the same computing device (such as a tablet or a smartphone, for example) with the ability to present digitized materialities which were previously presented in specific gadgets brought a risk of misunderstandings. In fact, such misunderstandings were observed since the presentation of contents in the same gadget uniformed the experience (and the associated production of meaning) to materialize during the use of the computing device that "erases the difference between individual media" (Kittler, 2019, p. 22). In order to maximize the possibility of a non-pasteurized experience and related simplified production of meaning, the conceptual framework suggests an articulation encompassing (i) media ecology, (ii) peircean semiotic, (iii) cultural forms

and (iv) mediatization. In this paper, it is addressed the usage of (i) media ecology. To do so, it must be noticed that the mediatic experience was thought of as a permanence/a residue (something that lasts/remains) from previous communicational materialities (that existed before one in use). Such permanence would operate as a form of memory that would be observed during the "decoding" (Hall, 2006, p. 368) of the contents presented in the technological devices. Media ecology constitutes a conceptual perspective that contributes to the identification of that permanence from the perspective of Marshall McLuhan according to which the content of a medium is another medium (2005, pp. 11-12). Moreover, since "what McLuhan understands by media can be defined as technology" (Strate et al., 2019, p. 30), the terms media/technologies are used in the conceptual framework as synonyms. Although for the mediatic experience perspective the medium does not constitute the message *per se*, it is considered as undoubtedly relevant. After all, variations in the medium can promote variations in the message: any "communicational act is necessarily situated in a material support that formats/configures the message and the communicative activity itself" (Strate et al., 2019, p. 21). The perception of the importance of the medium in the context of the message justifies considering both the technology in use and the permanence/remembering of the previous ones in the media experience: analogously to the assertion that "the same movie watched on TV or in the cinema [or on a smartphone screen] […] results in very *different experiences* [emphasis added] for those who watch it" (Strate et al., 2019, p. 32), the meanings generated in the experience should consider the ancestral support in which the original communicational materiality would be made available to its materialization. Not observing such ancestrally could lead to a form of anachronism in which the technology in use is understood as an inaugural one (characterizing a

potential origin for the previously mentioned short-circuit). It is in this sense that it seems fundamental to understand the space and time of the device use, observing alternatives for production of meaning according to the origin media (or processes and technologies that preceded that one technology in use) in the digitalized context. The importance of such previous processes and technologies can also be analyzed from the Harold Innis statement in the 1940s, according to which a "medium of communication has an important influence in the dissemination of knowledge over space and over time and it becomes necessary to study its characteristics in order to appraise its influence in its cultural setting" (Innis, 2011, p. 103). From the perspective of the mediatic experience, the devices usage would both influence the definition of the "cultural setting" as well as the adaptations/reconfigurations of the media (in the duration/over the years) would contribute to cultural redefinitions promotion. In fact, it is argued that to identify the previous environment contributes with 'clues'/notes of potential memories to engage on how to proceed during the process of meaning production. Articulated with the other three conceptual perspectives, it seems possible to minimize the risk of misunderstandings and pasteurization of experience, what would contribute with the analysis of communicational materialities.

References

Hall, S. (2006). Codificação/Decodificação. In L. Sovik (Org.), *Da diáspora: identidades e mediações culturais* (pp. 365-381). Editora UFMG.

Innis, H.A. (2011). *O viés da comunicação*. Vozes.

Kittler, F. A. (2019). *Gramofone, Filme, Typewriter*. Editora UFMG e Editora UERG.

McLuhan, M. (2005). *Os meios de comunicação como extensão do homem (Understanding Media)*. Cultrix.

A CONVIVÊNCIA ENTRE HUMANOS E NÃO HUMANOS É MARCA DA CONTEMPORANEIDADE

Margareth Boarini

A convivência entre humanos e não humanos é uma realidade que deve se intensificar ao longo dos próximos anos. Há vários exemplos de avatares que já têm atuado como representantes de marcas (Lu da Magalu) ao mesmo tempo em que há outros criados para representarem a sua própria marca (Lil Miquela). Muitos se tornaram influenciadores digitais de grande impacto a exemplo do que acontece com seres humanos (Boarini, 2022). Da mesma forma, podemos observar o quão robusto tem se tornado especificamente o mercado de relacionamento com clientes para a categoria de *bots* e *chatbots.* Entre ondas de convivência social e de concorrência no mercado de trabalho, por exemplo, a presença de humanos e não humanos se tornou uma das marcas da contemporaneidade.

O hibridismo já experimentado na área cultural e nas mídias (Santaella, 2010) se instaura na sociedade como um todo, com habitantes que já transitam fluidamente entre os universos físico e digital. Para a autora, um espaço híbrido ocorre quando não há mais a necessidade de sair de um espaço físico para acessar um ambiente digital. A liquidez proferida por Bauman (2000), transposta

aos dias atuais, também poderia ser traduzida por meio da possibilidade de humanos e não humanos transcenderem, de alguma forma, tais universos.

Os avanços no campo da inteligência artificial (IA) e, mais recentemente, no da inteligência artificial generativa têm provocado novas disrupções. Conforme observação de Gabriel (2022), a IA tem migrado do imaginário coletivo para o cotidiano, reconfigurando inúmeros aspectos da nossa realidade, entre os quais aquele que diz respeito à inauguração da era da simbiose homem-máquina tanto cognitivamente como fisicamente.

Além da presença de avatares e *bots* representando o grupo não humanos, podemos constatar a tendência de crescimento da categoria de humanos ou clones digitais, ou seja, uma versão nossa virtual para habitar a ambiência digital, a exemplo do que ocorre no mundo dos games. Neste caso, o uso pode ser voluntário ou não, conforme alerta o professor Ronaldo Lemos (2023) ao lembrar que a tecnologia de IA permite a clonagem de áudio e voz das pessoas para todos os fins, bons ou ilícitos. Afinal, a dicotomia entre o bem e o mal está presente em todos os tipos de tecnologia.

A comunicação sempre teve sua história intimamente ligada à tecnologia e às disrupções trazidas por ela. No entanto, o desenvolvimento contínuo e a popularização da inteligência artificial e, mais recentemente, da inteligência artificial generativa têm tornado exponenciais os desafios de quem atua como comunicador. São vários os aspectos que impactam a área comunicacional: desde o simples aprendizado de noções básicas sobre a tecnologia e de suas aplicabilidades até a necessidade de manuseá-la ou monitorar seu uso.

Por conta de tal cenário, a presente pesquisa pretende se amparar em casos de avatares, bots e clones digitais para promover discussões sobre a convivência entre humanos e não humanos e os desafios comunicacionais que se desenham a partir desta marca da contemporaneidade. A metodologia

será de natureza qualitativa, com pesquisa bibliográfica multidisciplinar, documental e alguns estudos de casos.

Referências

Bauman, Z. (2000). *Modernidade líquida.* Zahar.

Boarini, M. (2022). Influenciador virtual: um novo agente na comunicação disruptiva do nosso século. In M. Prioste (Org.), *Redes, séries e nós* (pp. 183-195). Editora Fi.

Gabriel, M. (2022). *Do zero ao metaverso.* Editora Atlas.

Lemos, R. (2023). *Nossos clones digitais estão chegando.* FSP.

Santaella, L. (2010). *A ecologia pluralista da comunicação.* Editora Paulus.

A leitura ubíqua e social: BibliON, uma biblioteca na palma da mão

Susana Azevedo Reis
Christina Ferraz Musse

Desde o seu surgimento, o livro vem sofrendo diversas modificações. Como consequência, o leitor também está transformando os seus hábitos de leitura. Se antes, a leitura era realizada de forma individual, silenciosa e tendo apenas o livro físico ou o papel como suporte, hoje percebemos que essa leitura é, muitas vezes, participativa, interativa e multiplataforma. Como explica Roger Chartier (2018), a comunicação digital transformou profundamente as relações institucionais, as práticas comerciais e as formas de sociabilidade do contexto literário. As noções de identidade, intimidade, amizade e espaço público foram modificadas a partir das redes eletrônicas e os dispositivos digitais e, consequentemente, alterou as relações do sujeito com as os objetos e as práticas tradicionais da cultura escrita. É a revolução digital.

Lucia Santaella (2013) afirma que, no século XVI, tínhamos o leitor contemplativo, que possuía como suporte o livro impresso e fez da leitura um hábito, praticando-a de forma silenciosa e meditativa. A partir da Revolução Industrial se consolidou um novo leitor, o movente, que se se viu todo o tempo

se movimentando, rodeado de excesso de estímulos e linguagens efêmeras e híbridas. No início da revolução digital, o leitor imersivo surgiu, tendo a multimídia como suporte e a hipermídia como sua linguagem. Contemporaneamente, observamos o leitor ubíquo, que trouxe características dos leitores anteriores, em um contexto de ubiquidade e hipermobilidade. Ele é multitarefa e tem como suporte diversos tipos de mídias e que apresentam sistemas multimodais, multimídias e portáteis. Entendemos aqui, a partir de Santaella (2013), a hipermobilidade como o ambiente que soma a mobilidade física e os aparatos móveis e permitem nosso acesso ao ciberespaço. Nesse sentido, a ubiquidade ganharia forma, pois seria "a coordenação de dispositivos inteligentes, móveis e estacionários para promover aos usuários acesso imediato e universal à informação e novos serviços, de forma transparente, visando aumentar a capacidade humana". (Santaella, 2013, p. 17). A leitura ubíqua, assim, seria aquela realizada através de dispositivos como celulares, *e-readers* (leitores digitais) e tablets, de aplicativos, programas e softwares.

Dessa forma, Chartier (2018) observa que temos três desafios principais para a leitura contemporânea, ubíqua: linguístico, pedagógico e no contexto da biblioteconomia. Vamos nos ater a este último desafio. Para o autor, as bibliotecas físicas não são mais o único lugar de conservação do patrimônio, já que hoje podemos arquivar documentos e livros de forma digital. Porém, é necessário ficar atento para que os arquivos não permaneçam apenas no digital, o que poderia ser um perigo para o desaparecimento do texto. Segundo Chartier (2018), as bibliotecas digitais devem ser instrumentos que permitam aos leitores encontrar o seu caminho neste novo ambiente, ajudando-os no letramento digital e, também, na reconstituição das sociabilidades e intercâmbios que envolvem as práticas de leitura. Ela "pode contribuir para construir o espaço público e crítico que necessitam nossas sociedades" (Chartier, 2018, p. xiii).

Assim, quando falamos de livros e *ebooks* (livros digitais), é possível encontrar diversos suportes diferenciados que permitem a leitura. Ao mesmo tempo, muito destes também permitem que usuários interajam antes, durante e após a leitura. É a chamada Leitura Social, definida por Cordón García et al. como a prática de ler "realizada em ambientes virtuais, onde o livro e a leitura favorecem a formação de uma 'comunidade' e um meio de troca" (Cordón García et al., 2013, p. 63). Na leitura social on-line é possível que os usuários leitores realizem uma troca de informação, escrevendo, comentando, produzindo, avaliando, partilhando e socializando.

Assim, a partir de uma revisão de literatura sobre as plataformas e ferramentas de leitura social (Cordón García et al., 2013; Cordón García, 2018; Dantas, 2018; Denardi, 2022; Pianzola, 2021; Winget, 2013) iremos elencar as principais características destes ambientes de leitura e observá-las no aplicativo BibliON. Podendo ser acessado também pelo computador, esta é a "biblioteca digital gratuita de São Paulo. São milhares de livros digitais para ler onde e como quiser, além de uma vasta grade de programação cultural, como clubes de leitura, atividades de formação e muito mais" (https://www.biblion.org.br/). Pesquisando essas características no aplicativo, poderemos compreender quais são os caminhos da leitura social no Brasil.

Referências

Chartier, R. (2018). Prólogo a la nueva edición: la cultura escrita en el mundo digital. In R. Chartier (Org.), *Las revoluciones de la cultura escrita* (pp. i-xvi). Gesida Editorial.

Cordón García, J. A., Alonso Arévalo, J., Gómez Díaz, R., & Linder, D. (2013). *Social Reading: Platforms, Applications, Clouds and Tags*. Chandos Publishing.

Cordón García, J. A. (2018). Libros electrónicos y lectura digital: los escenarios del cambio. *Palabra Clave (La Plata), 7*(2), 1-9. https://www.palabraclave.fahce.unlp.edu.ar/article/view/PCe044/9322

Dantas, Taísa. (2018) Aplicativos móveis para praticar a leitura social: análise e avaliação de recursos úteis. *Palabra Clave (La Plata), 7*(2), 1-17. https://www.palabraclave.fahce.unlp.edu.ar/article/view/PCe048/9313

Denardi, D. F. do A. (2022). *A experiência de leitura social no e-reader Kindle: caracterização de um modelo de experiência a partir da perspectiva dos usuários do grupo Amazon Kindle: Brasil no Facebook* [Tese de Doutorado, Universidade Federal do Rio Grande Do Sul]. https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/255269

Pianzola, F. (2021). *Digital Social Reading: Sharing Fiction in the 21st Century*. MITP Works in Progress (WiP). https://wip.mitpress.mit.edu/digital-social-reading

Santaella, L. (2013). *Comunicação Ubíqua: Repercussões na cultura e na educação.* Paulus.

Winget, M. (2013). A Meditation on Social Reading and Its Implications for Preservation. *Preservation, Digital Technology & Culture, 42*(1), 1-14. https://www.researchgate.net/publication/274118425_A_Meditation_on_Social_Reading_and_Its_Implications_for_Preservation

Dasein digital: o significante de mundo e sua verdade virtual

Rodrigo Malcolm de Barros Moon
Maria Cristina Gobbi

Este trabalho visa explicitar a transição do modo de situação e compreensão da realidade através de imagens, a partir das novas técnicas de produção imagética. O conceito de *dasein*, ser-aí, como formulado por Martin Heidegger, se refere ao ser-estar no mundo, sua relação com o que nos cerca (espaço e tempo). Refere-se à experiência relacional de sujeito e objeto pela mediação da mente. Nosso *umwelt* (universo particular), que antes se limitava à percepção sensorial do corpo, hoje é ampliado por aparelhos tecnológicos que nos criam informação sobre eventos e tempos alhures. Temos em mente que habitamos, todos, a mesma Terra, e operamos conceitualmente a simultaneidade dos acontecimentos em um espaço tão vasto quanto a superfície terrestre. Nos situamos no Real a partir de nossos sentidos e, semioticamente, dos signos por eles apreendidos. Significamos o Real a partir da representação, ela mesma mediação do ser com a realidade objetiva. Criamos uma imagem mental deste mundo que habitamos, com seus limites e características, e o utilizamos como base para um pensamento que nele se situa. Dessa perspectiva

emerge o conceito de verdade como aquilo que subsiste para além da representação: verossimilhança. A verdade enquanto conceito pode ser pensada como resultado de um procedimento social de validação de uma representação. E para além da representação, da coisa em si. Os regimes de verdade se alteram ao longo da história precisamente em decorrência dos novos métodos e saberes construídos, para sua legitimação social como portadora da verdade. Ela é fruto, assim, da técnica de fabricar enunciados verdadeiros, quando aquilo que se vê e aquilo que se fala designam a mesma coisa.

Com a mediação digital, esta heurística se transforma sobremaneira, uma vez que o sujeito não precisa estar presente no acontecimento para ter acesso às informações por ele engendradas. Sempre através de um enquadramento, um recorte, imagens e vídeos retratam um mundo alhures que o sujeito toma como verdadeiros, visto serem produtos técnicos da fotografia – ou assim éramos acostumados a pensar. As técnicas de fabricação de imagens forjadas pela modernidade garantiam representações fidedignas a um significante de mundo: uma foto era mais fiel que uma pintura. Hoje, entretanto, derivadas das técnicas de *deep learning*, obtivemos algoritmos generativos que produzem imagens a partir de textos, com base na interpretação de acervos de imagens. Não somente, através de *softwares* podemos alterar e produzir imagens sem realidade, criando representações sem referenciais fixos. O que isto produz é uma quebra com a imagem tradicional, transitando para as imagens técnicas, como as batizou Flusser. A correspondência imagem-realidade cai por terra, cada tecnoimagem faz referência a um conjunto de virtualidades que lhe dota de potencial de significação. Seu potencial comunicacional altera-se mais para um sistema de conotação do que de denotação, deixando para trás uma ética de comunicar a verdade.

A primeira consequência que gostaríamos de apontar é que o sujeito, não possuindo os métodos para decifrar e criticamente aferir o caráter de verossimilhança da imagem, pode ser levado a significar a fantasia por realidade. A segunda deriva da complexificação da primeira: ao longo do tempo, cada imagem se articula com outros representantes pouco verossímeis, criando uma trama semântica que permite ao sujeito significar o mundo a partir de ilusões, meias-verdades ou até mesmo mentiras deliberadas. A verdade foge de seu estatuto de atualidade (semelhança com a experiência) para o de uma virtualidade: são verdades potenciais cujo sentido advém da ressonância com outras informações nos ambientes digitais: são imagens mentais produzidas por operações lógicas. Por fim, este trabalho visa apontar a transição ontológica de um *dasein* analógico, por assim dizer, mediado pela experiência; para outro digital, mediado por códigos digitais que determinam as experiências, alterando o significante de mundo e a própria noção de verdade do sujeito, colocando em cheque nossa comunicação imagética a partir das tecnologias das quais fazemos uso.

A teoria de Marshall McLuhan aplicada ao estudo da realidade estendida

Anna Cláudia Bueno Fernandes

Realidade Estendida (XR) é um termo recente, que compreende as tecnologias da Realidade Virtual (RV) e da Realidade Mista (RM). Essas novas tecnologias buscam a imersão total das pessoas em mundos digitais ou a hibridização do mundo físico com o virtual, por meio do uso de óculos e outros equipamentos eletrônicos capazes de produzir sensações no corpo humano. Com a Realidade Estendida, surge um (relativamente) novo meio de comunicação, ou novos meios, que, com a sua modernização, se tornam cada vez mais acessíveis às pessoas. Voltando-se às bases da Teoria da Comunicação, este artigo propõe a análise da Realidade Estendida a partir da teoria de Marshall McLuhan (1979) sobre os meios de comunicação, na tentativa de se estabelecer como ela estende o corpo humano, como está relacionada aos nossos sentidos e quais são os seus efeitos na sociedade.

Marshall McLuhan foi um teórico da mídia conhecido por seu trabalho sobre os efeitos da mídia na sociedade. O autor argumenta que cada nova tecnologia cria um novo ambiente humano, alterando nossa maneira de viver, perceber o mundo e nos comportar. Ele destaca que a mensagem de um meio

ou tecnologia é mais importante do que seu conteúdo, pois são os formatos introduzidos que afetam nossa percepção e nossos sentidos. McLuhan (1979) afirma que os meios de comunicação são extensões do corpo humano, e cada sentido tem suas características específicas. O autor analisa os efeitos de outros meios, como a imprensa, o telefone, o rádio e a televisão, destacando suas influências na sociedade. Atualmente, estamos na era elétrica, em que a tecnologia elétrica, como computadores e internet, está mudando a forma como nos comunicamos e a maneira como percebemos o mundo.

A Realidade Estendida é uma extensão da era elétrica, que cria um novo campo de eventos interconectados. O conjunto de tecnologias da Realidade Estendida desponta como uma tecnologia de destaque, que aproxima o mundo físico do mundo virtual. Enquanto a Realidade Virtual utiliza dispositivos de cabeça ou ambientes multi-projetados para criar um ambiente virtual que simula uma presença física, a Realidade Mista combina elementos virtuais e físicos, permitindo que objetos virtuais sejam levados para o mundo físico e vice-versa. A Realidade Aumentada (RA) é a forma de RM que busca aprimorar a realidade física com elementos virtuais. A RV e a RM têm aplicações em diversos setores, mas sua adoção ainda é inconstante. No entanto, com empresas como o Facebook investindo nessa tecnologia, espera-se um impacto significativo no futuro.

A XR amplia os sentidos humanos e transforma nossa percepção do mundo, representando um meio de comunicação que amplia e aprimora nossas habilidades e percepções naturais. As tecnologias de XR, por meio de dispositivos como headsets e luvas hápticas, permitem experiências sensoriais imersivas, criando uma camada adicional de interação com o ambiente virtual. A RV proporciona uma experiência de imersão total, enquanto a RA

"computadoriza" o corpo humano, possibilitando a interação com elementos digitais no mundo físico.

A Realidade Estendida está em constante evolução e tem o potencial de transformar nossos hábitos e comportamentos. A popularização da XR depende da demanda gerada, mas seu impacto a longo prazo ainda é incerto. O ritmo acelerado das transformações tecnológicas e a otimização dos dispositivos para se adequarem ao corpo humano ainda são desafios a serem enfrentados. A adoção em massa da XR ainda é incerta, e é importante observar de perto essas novas tecnologias, independentemente de se tornarem meios consolidados de comunicação ou inovações passageiras. Entretanto, a capacidade da XR de estender os sentidos humanos e sua convergência com outras tecnologias a tornam potencialmente transformadora.

Este estudo analisou a Realidade Estendida como meio de comunicação em desenvolvimento, considerando sua imersão e computadorização das capacidades humanas, a partir do modelo teórico de McLuhan (1979). A obra do autor teve um impacto significativo nos estudos de mídia e na compreensão da relação entre tecnologia, mídia e comportamento humano. Sua teoria auxilia na compreensão dos efeitos da tecnologia nos sentidos e como isso pode transformar a existência humana. Embora não forneça respostas definitivas, buscou-se contribuir para o debate sobre os efeitos das mídias, um tema fundamental na era das novas tecnologias.

Referências

McLuhan, M. (1979). *Os meios de comunicação como extensão do homem.* Editora Cultrix.

Novelas verticais: a análise de uma cadeia de produção coletiva no Tik Tok

Aloísio Corrêa de Araújo
Vicente Gosciola

O 4G, os celulares mais potentes, as câmeras com maior definição e o uso de novos aplicativos de edição tornaram o gigantesco aplicativo TikTok, desenvolvido na China, em um grande produtor de vídeos, filmes e outros formatos. O *app* chega a preocupar as *big techs* estadunidenses e o próprio governo do país, por sediar sua base de dados fora dos Estados Unidos. O TikTok se torna uma espécie de estúdio de vídeos, tomando uma considerável fatia de espectadores-realizadores.

O acesso das pessoas a chips mais potentes e recursos facilitados para o usuário comum, movimenta a produção de imagens de uma espécie de *pré-cinema* (Machado, 1997), que envolve desde vídeos de um plano em sua maioria, a narrativas mais complexas envolvendo novos recursos como edição, efeitos especiais, filtros de rosto e trilha musical. Contudo, é facilmente observável em *trends* e *hashtags* a pasteurização de narrativas, com repetições de um mesmo tema, que poderiam denotar algum tipo de movimento estético que ocorreria dentro do *app* do TikTok.

A produção de imagens massificadas continua sendo a regra, e embora haja a liberdade para o espectador-produtor produzi-las, para o aplicativo há o recurso da moderação, que envolve impulsionar ou não determinados tipos de imagens. Como funciona essa cadeia produtiva?

A partir de uma análise de pequenas novelas produzidas por usuários do TikTok, e pelas suas escolhas visuais, sonoras e narrativas, será investigada a possibilidade de evidenciar movimentos estéticos (se é que são) provocados pelo algoritmo do aplicativo. Quais são os modificadores que influenciam estas narrativas? Como funciona a interação entre executivos, donos de aplicativos, marcas, *trends*, cultura, localização, ruídos culturais, edição por aplicativos externos, como o *capcut* e diversos aplicativos de filtros?

Compreender a estrutura vertical, do executivo, ao desenvolvedor, chegando no realizador-espectador, pode bater no dilema da impossibilidade do acesso aos dados e pesquisas coletadas pelo aplicativo, que são restritos. A proposta deste trabalho vislumbra um desenho de uma metodologia para compreender o funcionamento desta cadeia criativa, obscurecida pelas bases de dados privadas e planejamentos mercadológicos, que produzem uma gigantesca *árvore* de curadoria personalizada, que poderia ditar cada estética vigente no aplicativo, envolvendo uma série de atores humanos e não-humanos, um caminho que pendula entre o estético e o estrutural.

É preciso assumir parte da imprecisão das amostras, e concentrar a pesquisa em parte da interação do usuário com o TikTok, que responde com *updates,* novos recursos e efeitos especiais, uma relação que vai de interpretar o aplicativo como uma caixa de ferramentas a vê-lo de uma perspectiva *tecnoanimista*.

O trabalho buscará responder ou refletir sobre algumas perguntas: Seria possível especular quais são as movimentações estéticas dos usuários?

Até que ponto há o livre desenvolvimento de imagens e narrativas visuais? Seria possível pensar em uma localização virtual, ou uma nova maneira de enxergar movimentos estéticos?

Referência

Machado, A. (1997). *Pré-cinemas & pós cinemas*. Papirus Editora.

Boca Rosa ou Bianca Andrade? O Marketing Digital e os novos olimpianos

Mariana Agreste Silva
Lisley Cruz
Mayra Regina Coimbra

As makes, itens que se tornaram fundamentais na necessáire de homens e mulheres, tem o intuito de empoderar, decorar e valorizar os traços de quem as usa. Historicamente, a prática de enfeitar o rosto e o corpo com substâncias coloridas remonta a uma tradição milenar. Os povos egípcios, por exemplo, faziam uso do carvão e extrato de plantas para colorir lábios e bochechas. Ao longo dos anos, as técnicas e os produtos passaram por uma evolução e foram descobertas novos ingredientes e tendências. Conforme aponta Fontana (2022), a indústria de cosméticos que conhecemos hoje se modernizou no final do séc. XIX, e a sociedade pode contar com uma ampla variedade de marcas e produtos disponíveis no mercado, de acordo com as preferências individuais. Uma dessas marcas que é destaque e que tem o coração de milhares de pessoas é a Boca Rosa Beauty, da influenciadora e empreendedora Bianca Andrade.

Em 2011, Bianca Andrade começou a fazer sucesso na internet com tutoriais próprios de maquiagens através do YouTube. Com o passar dos anos, Boca Rosa foi ganhando destaque no mercado e várias marcas a procuraram para fazer divulgações. Em 2018, a influenciadora co-criou uma linha de

maquiagens com a Payot. Assim, surgiu a Boca Rosa Beuaty com uma cartela variada de produtos que vão desde base, rímel, paletas de iluminadores e contornos, corretivo, liptint, dentre outros. Em 2019, surgiu a Boca Rosa Hair em parceria com a Cadiveu cujo foco era produtos capilares. Em 2020, ela entrou no reality Big Brother e as vendas dos seus produtos triplicaram.

Boca Rosa não deixou de ser influenciadora, mas atualmente busca trabalhar com mais destaque para o seu perfil empresária. Quando começou, na fase influencer, possuía um estilo jovem, casual, sem muitas preocupações para tentar se identificar com o público e ser mais próxima. Agora, Bianca Andrade é uma mulher de negócios e que se debruça nos ideais de credibilidade, responsabilidade e força. O estilo da empresária também é bem marcante. Ela passou a fazer uso de roupas mais formais, modernas, mas sem abandonar o toque de sensualidade que sempre foi sua marca registrada.

Bianca Andrade e sua persona criada em torno do universo da beleza pode ser vista como um produto da cultura de massa. Seguindo a perspectiva de Edgar Morin (1997), a contemporaneidade adotou uma forma de produção capitalista que não mais fica restrita à alienação trabalhista, mas, que, agora, extrapola o íntimo e os lazeres daqueles que consomem. Associando essa ideia ao que foi dito por Adorno e Horkheimer (1985, p.29), “O mundo inteiro é forçado a passar pelo filtro da Indústria Cultural”, é possível perceber que para sobreviver em meio a essa esfera mercadológica, torna-se necessário adotar diversas estratégias da cultura de massas.

Em uma analogia ao Monte Olimpo, grandiosa morada dos deuses gregos, Morin (1997) relaciona os astros da modernidade às antigas divindades que tinham o poder de moldar a mente e a vida dos homens. Mas, dessa vez, para além de ser visto como um ser todo-poderoso, o olimpiano adota como tática a mescla entre divino e humano. “sua dupla natureza é análoga à dupla natureza teológica do herói-deus da religião cristã: olimpianas e olimpianos

são sobre-humanos no papel que eles encarnam, humanos na existência privada que eles levam" (Morin, 1997, p.106).

O público quer ser maravilhado, mas, ao mesmo tempo, quer se enxergar em seu ídolo. E é por isso que Bianca Andrade não é mais apenas a figura Boca Rosa que vive em um mundo all pink. As estratégias utilizadas pela empresária se uniram ao ideal olimpiano quando, ao perceber as necessidades do consumidor atual, houve a junção entre o espetáculo e o corriqueiro. Como parte da estratégia da blogueira, o perfil @bianca no Instagram, que conta com 19 milhões de seguidores, foca no dia-a-dia da influenciadora, maternal e trabalhadora. Dessa forma, Bianca trabalha o sincretismo, a simpatia, os campos estéticos e diversas outras características da Cultura de Massas, para alcançar o Grande Público.

Neste sentido, a pesquisa visa, por meio da análise da trajetória da influenciadora e empresária Bianca Andrade, a partir de seu perfil pessoal @bianca no Instagram, compreender quais foram e o que levou às mudanças de comportamento e estratégias adotadas para que Boca Rosa e Bianca Andrade sejam o sucesso que são em 2023.

Referências

Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (2006). *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos.* Zahar.

Fontana, A. de F. (2022). *Estratégias de Marketing em lançamentos no digital: uma análise do "Método Boca Rosa"* [Trabalho de Conclusão de Curso de Publicidade e Propaganda, FSG Centro Universitário].

Morin, E. (2011). *Cultura de massas no século XX: Neurose.* Forense Universitária.

Os novos hábitos culturais no ecossistema dos wearables

Eduardo Campos Pellanda
Magda Rodrigues da Cunha

As linguagens (texto, áudio, imagem) no ecossistema da mídia organizam-se, historicamente, conforme as plataformas de distribuição de conteúdo e este desenho torna-se mais complexo a cada momento de transformação tecnológica, especialmente a partir da apropriação dos sujeitos. O áudio, no processo que reúne tecnologia, informação e o público, tem papel fundamental. Neste trabalho, o objetivo é analisar o que denominamos - tendo como base nossas investigações sobre indivíduos e conexão com tecnologias de comunicação - a expressiva presença do som em um contexto de imagens, com foco no uso rotineiro de fones em um hábito cultural contemporâneo. Isto já se evidenciava antes da pandemia da Covid-19 e ganhou força pela demanda de consumo individual de informação. A reflexão está apoiada em três eixos: a expansão do áudio em um contexto no qual as imagens se mostravam hegemônicas, no ambiente da mídia, o desenvolvimento de tecnologias destinadas ao consumo individual de áudio e o aprendizado ocorrido na pandemia e que se consolida para o futuro. São aspectos que desenham um novo hábito cultural no qual os

sujeitos estão allways on, amplificando ou cancelando o mundo ao seu redor. É possível filtrar, escolher sons e frequências específicas, pelo uso intenso de fones, em situações diversas, simultâneas a outras atividades, inclusive ao consumir imagens. Esse desenho tem raízes no rádio, com características de uma máquina social, que permite experiências individuais. O poder do rádio de envolver as pessoas em profundidade se manifesta no uso que propicia um mundo particular próprio, em meio às multidões McLuhan (1964). O uso de fones, no atual contexto de mídia, também segue o modelo de evolução radiofônico, ao oferecer uma experiência individual. A invenção do transistor torna o rádio uma tecnologia condizente à mobilidade da voz. Por conta do interesse em tornar a voz móvel, no que era possível naquele contexto tecnológico, as possibilidades se ampliam. Shirky (2011) afirma que as motivações humanas mudam pouco ao longo dos anos, mas as oportunidades mudam pouco ou muito, dependendo do ambiente social. Quando a oportunidade muda muito, o comportamento faz o mesmo, desde que as oportunidades sejam atraentes para as verdadeiras motivações humanas. Dos estudos de McLuhan sobre o rádio como experiência imersiva e de mobilidade da voz, muitas mudanças ocorreram em um mundo no qual tudo é mediado Scolari (2020). Na transição digital, quando o smartphone assume o papel de protagonista no uso de tecnologias pessoais, há a introdução de diversos novos motivos para a propagação do áudio. Isto, alinhado com fones sem fio e ergonômicos nos ouvidos, potencializou um novo tipo de uso. A mídia se multiplica na vida cotidiana, tornando-se ubíqua, está em todo o lugar e é pervasiva, não pode ser desligada Deuze (2012). No entanto, viver na mídia, para Deuze (2012), não é o mesmo para todos. O hábito cultural do uso de fones rotineiramente traz do rádio a experiência individual, mas permite, numa sociedade repleta de inputs e especialmente imagens, uma vida na mídia filtrada, em certa

medida, pelo sujeito consumidor. Neste sentido, a indústria já se movimenta para encontrar alternativas . Não só ouvir, mas filtrar os sons pode ser o novo paradigma neste contexto de poluição sonora.

Referências

Deuze, M. (2012). *Media life.* Polity Press.

McLuhan, M. (1964). *Os meios de comunicação como extensões do homem.* Cultrix.

Scolari, C. (2020). Entrevista "Los nuevos, nuevos objetos" y la materialidad de la investigación de la cultura digital en América Latina. Em J. Hidalgo Toledo, M. R. da Cunha, & D. Barredo Ibáñez (Eds.), Teorias e epistemologias da comunicação digital na América Latina. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, 19*(34), 174-180.

Shirky, C. (2011). *A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado.* Zahar.

A construção do não-protagonista nos romances visuais Cyberpunk VA-11 Hall-A e The Red Strings Club

Nathalia Figueiredo de Oliveira Brito
Marcelo Bolshaw Gomes

O cyberpunk foi, inicialmente, um subgênero da ficção científica difundido nos anos 80 através de obras como o filme Blade Runner e o livro Neuromancer. Entretanto, conforme Amaral (2005) o cyberpunk passa a ser mais que apenas um estilo ficcional, mas torna-se também uma maneira de encarar o mundo tecnológico. Partindo da concepção de um futuro altamente tecnológico permeado por um caos urbano (Lemos, 2010), o cyberpunk é a representação de uma visão negativista em relação as transformações tecnológicas sofridas pela sociedade.

Amaral (2006) reforça a ideia do cyberpunk como atitude em relação ao mundo tecnológico. A terminologia parte da junção de cyber, que vem de cibernética, a ciência que estuda os sistemas e mecanismos de controle e interação nos humanos e nas máquinas com punk, advindo do movimento de contracultura das ruas, com raízes no anarquismo e na rebeldia aos sistemas autoritários (Lemos, 2010). Tais ideias reforçam que o cyberpunk é marcado

pela relação entre o alto desenvolvimento da tecnologia com a baixa qualidade de vida ocasionada pelo decaimento da sociedade frente a sua relação com os avanços tecnológicos.

As narrativas possuem enfoque em personagens que estão à margem de sociedades extremamente desenvolvidas tecnologicamente, mas que não se conformam com a situação atual. Geralmente os protagonistas apresentados nas obras cyberpunk encontram-se sempre em confronto com os espaços que habitam, buscando realizar alterações em seus meios em busca de uma melhor qualidade de vida, sempre entrando em conflitos diretos com os agentes opressores de cada narrativa.

Esse é o gancho do qual se deriva o presente artigo, que analisa a narrativa de dois romances visuais através da análise narrativa de Motta e os compara quanto a construção de seus protagonistas que embora em cenários cyberpunk, não exercem o protagonismo tradicional do gênero. Os romances visuais Va-11 Hall-A: Cyberpunk Bartender Action e The Red Strings Club apresentam protagonistas que não se engajam diretamente nos conflitos do ambiente caótico em que se encontram, fazendo-o por intermédio das pessoas com quem entram em contato em seus respectivos bares. É uma abordagem diferencial para o gênero, uma vez que acaba por construir o que identificamos como não-protagonistas, por não se enquadrarem nos padrões dos protagonistas como agentes modificadores tradicionais do cyberpunk, uma vez que até a maneira como experimentam o mundo é através das narrativas e vivências dos personagens que estão frequentando os bares em que os personagens trabalham.

Romances visuais são um estilo de jogo originado no Japão em meados dos anos 80 (Cavallaro, 2009), caracterizados pelo alto foco no desenvolvimento da narrativa e tradicionalmente oferece pouca interação do jogador com o universo do jogo. Nas obras analisadas, a interação com o jogo é marcada

pelo preparo de coquetéis, já que ambos os romances visuais são situados em bares. Va-11 Hall-A é uma obra venezuelana, ao passo que The Red Strings Club é uma obra espanhola. Além de diferentes estúdios situados em diferentes países, as obras fazem abordagens similares ao gênero cyberpunk, fazendo-se interessante tecer a comparação na construção dos não-protagonistas que se relacionam ao mundo através do contato com as histórias contadas por aqueles que visitam o bar em busca de um refúgio do caos distópico das metrópoles altamente tecnológicas.

Em Va-11 Hall-A, o jogador assume o papel de Jill, uma bartender que trabalha em um bar futurista onde diferentes personagens vêm para relaxar e compartilhar suas histórias. Jill desempenha um papel fundamental ao ouvir os problemas, sonhos, medos e desejos de seus clientes, o que permite ao jogador compreender melhor o mundo distópico em que se passa o jogo. O bar é um espaço de escape para os clientes, e as bebidas que Jill prepara podem influenciar o estado de espírito deles e, consequentemente, o rumo de suas vidas.

Em The Red Strings Club, o jogador controla Donovan, um bartender que trabalha em um bar clandestino. Nesse ambiente, Donovan manipula bebidas para extrair informações de seus clientes e usá-las para afetar os acontecimentos do mundo exterior. Suas habilidades de persuasão são vitais para descobrir segredos e desvendar uma trama de conspirações corporativas e ética tecnológica.

Ambos os jogos subvertem a noção tradicional de protagonistas como indivíduos diretamente envolvidos na ação e na luta contra poderosos conglomerados ou governos opressivos. Em vez disso, Jill e Donovan agem como catalisadores de mudança ao lidar com os dilemas de seus clientes e ajudá-los a encontrar força, compreensão ou perspectiva para enfrentar os desafios de

um mundo cyberpunk. Jill envolve-se mais com o emocional de seus clientes, não tendo um impacto direto em alterações em Glitch City, onde o bar Va-11 Hall-A está situado, ao passo que Donovan se envolve mais nos conflitos por estar se utilizando de suas bebidas para obter informações do desenrolar das transformações tecnológicas que a cidade sofre.

Referências

Amaral, A. (2005). *A Metrópole e o Triunfo Distópico: a cidade como útero necrosado na ficção cyberpunk.* Intexto.

Amaral, A. (2006). Visões Perigosas: Para uma genealogia do cyberpunk. *E-Compós, 6*. https://doi.org/10.30962/ec.81

Cavallaro, D. (2009). *Anime and the Visual Novel: Narrative Structure, Design and Play at the Crossroads of Animation and Computer Games.* McFarland.

Deconstructeam. (2018). *The Red Strings Club*. (Jogo eletrônico).

Lemos, A. (2010). *Cibercultura.* Sulina.

Sukeban Games. (2016). *Va-11 Hall-A: Cyberpunk Bartender Action*. (Jogo eletrônico).

Identificando atores e controvérsias em rede: a polêmica do #NãoExisteEstuproCulposo no Twitter

Maria Beatriz Silva de Andrade
Kenia Beatriz Ferreira Maia

As plataformas online tornaram-se peças importantes no processo comunicativo, a facilidade de compartilhamento aliada ao estímulo crescente ao usuário, seja no Twitter: "O que está acontecendo?", ou no Facebook: "No que você está pensando?", o objetivo é o mesmo, opinar para a rede a qual estamos conectados. Nossa forma de interação com o mundo foi alterada, como também, os nossos modelos de relação interpessoal, a partir dos discursos cotidianos espontâneos ou 'ensaiados'. As relações são estabelecidas nas plataformas por associações e interações, entre humanos e não humanos e vão conferir aos sujeitos determinadas posições nas suas redes sociais, que vão sendo modificadas por essas mesmas ações. A posição desses atores é, ao mesmo tempo, produto e produtora de interações, ou seja, a rede influencia e sofre influência pela posição de seus usuários.

Ao observar os fenômenos de comunicação nas plataformas online que obtiveram uma ampla reverberação no Brasil, nos propomos a cartografar

as controvérsias em torno do termo Estupro culposo no site de rede social Twitter. O termo veio a público no site de notícias The Intercept Brasil com a reportagem "Julgamento de influencer Mariana Ferrer termina com tese inédita de 'estupro culposo' e advogado humilhando jovem", a reportagem trazia um vídeo com trechos da sentença. A reportagem estava no perfil de diversos usuários, chegando a 11 milhões de visualizações e mais de 150 mil compartilhamentos apenas no Twitter. O texto tornou a discussão pública muito maior, o enquadramento dado pelo veículo, além do título, contribuiu de maneira significativa para a repercussão que aconteceu nas redes.

O digital é parte integral da vida dos atores humanos, a conectividade, a mensagens e a interação com os não-humanos acontece a todo momento sem nos darmos conta dessa interação mesmo quando não ocorre no virtual. Coletar e analisar dados para a pesquisa social e cultural requer não apenas uma nova perspectiva sobre a internet, mas também novos métodos para fundamentar as descobertas. E é nesse sentido que a perspectiva teórica-metodológica da Teoria Ator-Rede (TAR) e operacionalizada pela Cartografia das Controvérsias (CC) foi definida como principal ferramenta de análise. A cartografia, Venturini (2009), como o exercício de elaboração de dispositivos para observar e descrever o debate social. Entendendo que a internet não é simplesmente um objeto de estudo, mas também uma fonte para os estudos.

A partir dos tuítes (mensagens enviadas) e retuítes-RT (mensagem reproduzidas de outros usuários) no site de rede social, Twitter, publicados entre os dias 3 e 5 de novembro de 2020 com a hashtag #EstuproCulposoNãoExiste. Através do Twarc ferramenta de linha de comando e uma biblioteca Python para coletar e arquivar dados JSON do Twitter por meio da API da plataforma, obtivemos a extração dos dados retornando um total de 55 mil tweets (mensagens). Construímos a cartografia da rede através do aplicativo Gephi

na versão 0.10.1, disponível gratuitamente através do site do software. O que o grafo mostra é uma rede ampla de mais de 43181 'nós' e 46041 arestas, subdivididos em conjuntos associados com indicação de cores distintas, agrupadas pelo software.

Nos resultados, da cartografia do social foi possível delinear o conjunto de atores humanos e não-humanos enunciados e discursos associados, agrupados em quatro núcleos Futebol, Racismo e dinheiro, Machismo e patriarcado e Justiça. Seguindo os atores e as associações em rede para mapear as controvérsias, detectamos outras *hashtags* relacionadas ao caso: #MariFerrerMentiu e #MulherescomCostantino. Aqui, em lugar de trocas comunicativas, origina a falta de razão, sem vez para a racionalidade discursiva. E na ausência de pausa reflexiva, a rapidez de propagação da mensagem solicita e potencializa o efeito mimético do ódio, do ataque de veículos progressista, culpabilização da vítima, ofensas a determinados grupos e consequentemente aos corpos, tornando-os subalternizados, configurando assim uma sociedade patriarcal, machista, LGBTfóbica, capitalista e racista.

Nas controvérsias dos movimentos em rede, mapeamos dois grupos antagônico, mas com fronteiras consolidadas na perspectiva de evitar uma pressão que ameaçasse sua dissolução. Em um deles a união, especialmente de mulheres, para dar voz ao caso e reivindicar por direitos. Por outro lado, questiona a vítima e os acontecimentos envolvidos, disseminando informações e opiniões que podem reforçar atos de violência e machismo.

Referência

Venturini, T. (2009). Diving in magma: how to explore controversies with actor-network theory. *Public Understanding of Science*, *19*(3), 258-273. https://doi.org/10.1177/0963662509102694

Detalhamento de prompt de comando em plataformas de inteligência artificial para geração de imagens digitais similares à fotografia

Natalia Martin Viola
Wassili Gonçalves da Silva Freitas
Denis Porto Renó
João Pedro Albino

A Inteligência Artificial (IA) é um campo já estudado em ciências e engenharias, mas recentemente têm demonstrado interesse nas áreas das artes e comunicação com o desenvolvimento de novas tecnologias que possuem desempenhos inteligentes de áreas que trabalham em conjunto simulando processos de pensamento e raciocínio humanos como uma forma de se gerar imagens por meio de textos descritivos (Russel & Norving, 2013). Estes textos, chamados prompts de comando, são programas responsáveis por tomar ações conforme orientação textual do usuário (Silva & Aguillar, 2016). Tais prompts são comandos com palavras descritivas para definir o contexto da imagem que a plataforma de IA deve criar. Além disso, é possível utilizar comandos com informações técnicas para se criar imagens digitais com aparência realista, como nitidez, abertura de diafragma, velocidade do obturador, profundidade

de campo, ajuste de cores, entre outras. A fotografia está adquirindo novas práticas e diferentes papéis dentro da sociedade moderna com sua utilização desenfreada no registro do cotidiano e na utilização de plataformas virtuais e redes sociais com as fotografias digitais efêmeras. E com os novos aplicativos de captação e tratamento de fotografias digitais, a Inteligência Artificial já está amplamente sendo utilizada para melhorar sua qualidade técnica ou para alterar suas características como cores, desfoques e até retoques com a retirada ou inclusão de objetos na imagem. O que se estuda na atualidade são os aplicativos que estão sendo desenvolvidos com o intuito de geração de imagens digitais visualmente confundidas com fotografias, mas que não possuem o princípio de captura da mesma. Para se criar imagens com aparência realista e que assemelham às fotografias, pode-se utilizar diversas plataformas de Inteligência Artificial em conjunto, como o *ChatGPT* para os prompts de geração de texto e o *Midjourney* e *DeepAI* para a geração de imagens a partir dos textos que alimentaram os *chatbots*. Para se obter imagens digitais semelhantes as fotografias, estes refinamentos são muito úteis, principalmente para correções de imperfeições anatômicas, nitidez, realismo ou de efeitos fotográficos almejados. Imagens digitais de retratos de rostos humanos começaram a ser pesquisadas em 2019 por Phillip Wang e publicadas no site *This Person Does Not Exist.* Estas imagens são elaboradas por um sistema que se baseia no algoritmo StyleGAN da NVIDIA®, funcionando com prompt de entrada com as informações desejadas, em seguida, ajusta o estilo da imagem encontrando fatores ocultos na variação e aumentando qualitativamente o nível de controle convolucional das camadas (https://this-person-does-not-exist.com/en). A partir da divulgação do referido site, diversas plataformas começaram a ser desenvolvidas e difundidas, gerando, na atualidade, grande interesse no desenvolvimento de retratos por IA. Desta forma, este artigo tem por objetivo

abordar a criação de imagens digitais baseadas em paisagens e animais, através da utilização de prompt de comando textual do software *ChatGPT* e criação e refinamento de das imagens geradas pelos programas *Midjourney* e *DeepAI* comparando se podem também representadas com realismo extremo, sem distinção, a olho humano, das fotografias tradicionais.

Referências

Kubrusly, C. A.(1991). *O Que é Fotografia - Primeiros Passos.* Editora Brasiliense.

Russel, S., & Norving, P. (2013). *Inteligência Artificial.* Elsevier.

Silva, M., & Aguillar, D. (2016). Desenvolvimento de Plataformas para produção e Difusão de Conteúdos Digitais: uma Aplicação para TV Digital Interativa (TVDI) [Trabalho apresentado]. 20 Encontro de Iniciação Científica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil. http://www4.pucsp.br/ic/21encontro/artigos-premiados-20ed/DANIEL_AGUILLAR.pdf

Avatar: a consolidação do pós-humano como ser mídia

Gabrielly Del Carlo Richene
Henrique Pachioni Martins
Roberta Spolon

Os meios eletrônicos surgiram no séc. XX (Gabriel, 2022, p. 7) e foram, gradualmente, alterando a maneira como os seres humanos vivem e se relacionam, transformando aspectos como métodos de pesquisa, processos, consultas, comunicações, transações, entre outros. Processos e meios que antes exigiam presença física agora são ou estão sendo oferecidos em modo remoto, o que foi possibilitado pela era digital.

As interfaces atuam como elo de ligação entre o homem e o ambiente cibernético, possibilitando que o usuário realize diversas tarefas e de diferentes maneiras: transações financeiras, comunicação entre pessoas, e até mesmo diversão e lazer entre usuários e máquinas. Portanto, por meio de interfaces e digitalização do ser humano - ou do pós-humano (Haraway et al., 2016), como chamam muitos outros autores - os ambientes tecnológicos se traduzem em um novo ambiente e um novo corpo digitalizados para transitar entre interfaces diversas.

Desta forma, a digitalização do ser humano é uma maneira de representá-lo dentro do ciberespaço, termo cunhado por Lévy (1999) para representar

o ambiente digital. Essa digitalização, chamada por Gabriel (2022) de homo digitalis, "um misto [orgânico + digital] que emerge no planeta" (p. 7), faz a portabilidade do humano como um usuário que utiliza o digital para um determinado fim. Nos aplicativos móveis (*mobile*), por exemplo, um usuário costuma ser representado através da criação de uma conta pessoal dentro desse ambiente, possibilitando que o mesmo opere pelo aplicativo para realizar tarefas, aquisições e o que mais a plataforma permitir.

No mundo dos videogames, existe a personificação bidimensional ou tridimensional do usuário, a qual Santaella (2010) trabalha em sua obra como uma imersão que se dá através de avatares (p. 223): "são figuras gráficas que habitam o ciberespaço e cujas identidades os cibernautas podem emprestar para circular nos mundos virtuais". Assim sendo, esse formato que personifica a imersão do usuário dentro do espaço do game é representado pelo que chamamos de avatar, ou seja, a representação visual do pós-humano, do homo *digitalis*, e por aí vai.

Dentro de uma infinidade de jogos digitais, cada jogo disponibiliza o avatar (ou os avatares) dentro de um conjunto de regras ou condições que são determinados para a jogabilidade do mesmo. Existem os *games* em que as personagens já são pré-disponibilizadas pelo jogo, dada a narrativa em que a estória do game é trabalhada; e temos os jogos que permitem o usuário criar seu avatar da maneira como bem desejar, a qual a plataforma disponibiliza elementos de estilização que seria como alterar cores, tamanhos, entre outros detalhes como cabelo, pele, olhos, roupas etc. A pesquisa apresentará exemplos através de imagens e detalhes que facilitarão as relações visuais.

Dada a introdução a respeito dos tipos de avatares para com os tipos de videogames, este trabalho tem como objetivo investigar e explorar os desejos do usuário para com os seus: afinal, pretende-se criar um avatar tal como o jogador, com suas mesmíssimas características presentes em seu corpo físico

no mundo real, ou deve-se aproveitar o ciberespaço para desenvolver uma outra persona, sob outra perspectiva?

Como foram analisados os tipos de games que permitem essa estilização pessoal dos avatares, compreende-se que muitos games estão cada vez mais permitindo essa customização individual dos usuários, criando mais laços afetivos entre os jogos digitais e seus jogadores, uma vez em que o mesmo se reconhece onde está se vendo atuar.

Essa amplitude de geração do seu próprio "eu digital" torna os games um ambiente confortável e divertido entre os jogadores, dado que cada usuário pode escolher a sua aparência. Acredita-se que isso trabalhe o engajar de uma autoafirmação e uma autoestima cada vez mais elevadas, possibilitando a socialização e criação de outros laços entre os jogadores e para com o game jogado. A pesquisa buscará compreender esse novo ser mídia por meio de assuntos transdisciplinares e por meio da análise dos dados de uma pesquisa *survey,* realizada através da internet no mês de abril de 2023.

Referências

Gabriel, M. (2022). *Inteligência Artificial: do zero ao metaverso*. Atlas.

Lévy, P. (1999). *Cibercultura.* Ed. 34.

Haraway, D., Kunzru, H., & Tadeu, T. (Orgs.). (2016). *Antropologia do ciborgue: as vertigens do pós-humano*. Autêntica.

Santaella, L. (2010). *A ecologia pluralista da comunicação*: *conectividade, mobilidade, ubiquidade*. Paulus.

O storytelling no contexto dos recursos sonoros: abordagem narrativa no Caso Evandro

Lorenna Aracelly Cabral de Oliveira

Contar histórias está na essência do ser humano. A narrativa sendo uma característica inerente da linguagem humana, organiza os pensamentos e confere significado ao conectar fatos e experiências. A existência humana é em si uma grande narrativa construída sobre muitas outras narrativas concomitantes, complementares ou divergentes, porém em constante diálogo (Fernandes, 2019). As narrativas nos moldam e nos transformam, partimos da ideia que o storytelling é a capacidade de contar histórias a partir de narrativas envolventes. Para isso, compreende que os podcasters são contadores de histórias e que a narrativa em áudio compreende em certa maneira um encaixe de palavras que utiliza com destreza de elementos como efeitos sonoros, música e silêncio para criar uma estrutura imersiva. Este trabalho apresenta os percursos e as ferramentas utilizadas pelo Caso Evandro que

recorre a várias estratégias de storytelling[1] e aproveita as potencialidades do áudio para o uso dessa técnica, propiciando uma narrativa atrativa, em que os ouvintes experienciem a imersividade.

Objetivo

A partir deste contexto foi definido como objetivo desta pesquisa: analisar o uso do storytelling aplicado ao áudio e como esta técnica foi transformada pelo podcasting, e de modo específico no podcast Caso Evandro.

Metodologia

Pesquisa bibliográfica e exploratória apoiada na análise da quarta temporada do podcast Projeto Humanos. Inclui observação direta de várias fórmulas narrativas, bem como sua aplicação nos podcasts em formato storytelling.

Resultados parciais/discussão

No primeiro momento, buscamos caracterizar a técnica storytelling, considerando suas especificidades no caso das relações entre os produtos sonoros. Foi possível observar que o processo de produção da técnica storytelling nos podcasts se configura a partir da utilização dos elementos constitutivos como personagens, arco narrativo, presença do narrador e são construídos com uma linguagem radiofônica, levando em conta um relato humanizado. Aliado a isso, o podcast despontou como um formato que resultou em um

1. Este trabalho é derivado da pesquisa apresentada pela autora em sua dissertação de mestrado intitulada "O Uso do Storytelling para Composição de Narrativas no Podcasting: Um Estudo Do "Caso Evandro", orientado pela Prof.ª Drª Valquíria Aparecida Passos Kneipp.

ambiente propício para inovações em linguagem e experiências imersivas de produção e escuta ao reinventar a estrutura narrativa utilizando o storytelling.

Considerações finais

Ao investigar e analisar o uso da técnica storytelling como um recurso narrativo aplicado ao meio sonoro, foi possível identificar que que a técnica se configura como um modelo de produção, onde diversos elementos são utilizados para a criação de conteúdos de maneira estratégica, a fim de ressaltar as potencialidades da mídia sonora. Nesse sentido, a utilização da técnica storytelling é fundamental para ajudar a compreender o modo de produção desses programas de áudio narrativos, condição essencial para o surgimento de uma nova dimensão sonora. A articulação dessa técnica facilita o modo de produção e abre possibilidades criativas de uso, uma vez que combina as ideias de forma a apresentar uma abordagem única para entrevistas e composição de histórias. A especificidade e a complexidade da técnica storytelling, dita legitimamente os processos de produção de um podcast narrativo, contribuindo assim para a sua consolidação, popularização e relevância num contexto midiático de crescente plataformização

Referências

Fernandes, L. C. (2019). *"Histórias Reais Sobre Pessoas Reais": um estudo sobre as estratégias de storytelling do podcast "Projeto Humanos"* [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Juiz de Fora].

Reflexões sobre o discurso e as principais características da era da pós-verdade

Marta Cardoso de Andrade

Pensar o momento atual, o da pós-verdade, é um desafio pela multiplicidade de questões envolvidas. Observa-se que o advento da Internet fez com que a vida *offline* se mesclasse totalmente com a *online*. A sensação é que tudo é efêmero (Guarezi, 2023) e "líquido" (Bauman, 2021). Pode-se inclusive afirmar que: "2016 foi o ano que lançou a era da pós-verdade de forma definitiva" (D'Ancona, 2018, p. 19).

Essa recentíssima era, ao se considerar períodos da história, apresenta-se como uma nova fase de combate político e intelectual, detendo características bem díspares e peculiares, a saber: 1) as ortodoxias e as instituições democráticas estão sendo abaladas em suas fundações por um movimento de populismo avassalador; 2) a sociedade sofreu plataformização, ou seja, presencia-se uma indissociável relação entre plataformas *online* e estruturas societais, bem como muitos dos setores sociais têm se tornado quase que inteiramente dependentes das infraestruturas digitais (Van Dijck et al., 2018); 3) a racionalidade está ameaçada pela emoção, diversidade, nativismo e liberdade individualizada; 4) a ciência, mesmo com todo o seu avanço, é tratada

com suspeição, beirando o franco desprezo; 5) o *fake* tem tomado o lugar do fato e a interferência da inteligência artificial é o fenômeno que faltava para confundir a leitura do mundo, culminando no uso das *deepfakes* (as quais denominam "uma técnica que consiste na criação de conteúdos sintéticos (não reais), que podem ser áudios e imagens, produzidos com auxílio de inteligência artificial (IA)" (Redação, 2022).

Posto isso, ainda o que se percebe é que as formações ideológicas se tornam componentes imprescindíveis para a construção dos sentidos circulantes na sociedade (Andrade, 2020), ou seja, para a construção dos discursos da pós-verdade.

Diante desse cenário, optou-se por refletir, neste trabalho, sobre o seguinte tema: discurso e principais características da era da pós-verdade.

Este estudo justificou-se por preencher a lacuna acerca do necessário entendimento do vivenciado na era em questão, buscando-se, para tanto, uma breve apresentação do teorizado acerca das cinco características já elencadas para fundamentar a análise dos dois exemplos selecionados para esta pesquisa, os quais versam sobre dois episódios envolvendo *deepfakes* (casos de criação de imagens) com grande repercussão no mundo, a saber: as do Papa Francisco com visual *fashion* e as referentes à prisão do ex-presidente Donald Trump.

Assim, se procurou responder a seguinte questão norteadora: por que as *deepfakes* funcionam como representantes máximas da era da pós-verdade e do discurso desta?

O objetivo deste trabalho foi analisar as imagens escolhidas a partir da discurso e das características principais da era da pós-verdade.

Como resultado deste estudo, tem-se uma análise individual de cada episódio escolhido à luz das características elencadas para a era da pós-verdade e do discurso dessa naqueles. Igualmente salienta-se que se pode afirmar que as

duas *deepfakes* examinadas são exemplares máximos da era em questão, uma vez que trazem, em suas mensagens, todas ou quase todas as características da pós-verdade. Acredita-se que ainda que se pode estender esta conclusão para todas as *deepfakes*.

Referências

Andrade, M. de. (2020). *Discurso circulante nas organizações: teoria e metodologia de análise* (1a ed.). Novas Edições Acadêmicas.

Bauman, Z. (2021). *Modernidade líquida* (Plínio Dentzien, trad., 1a ed.). Ed. Zahar.

D'Ancona, M. (2018). *Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news* (Carlos Szlak, trad., 1a ed.). Faro editorial.

Guarezi, B. (2023, 27 julho). Internet demais: parem um pouco que eu quero descer. *Bits to Brands*. https://bitstobrands.substack.com/p/internet-demais?utm_source=post-email-title&publication_id=86034&post_id=133296468&isFreemail=true&utm_medium=email

Redação. (2022, 27 setembro). Saiba o que é deepfake, técnica de inteligência artificial que foi apropriada para produzir desinformação. *CNN Brasil*. https://www.cnnbrasil.com.br/noticias/saiba-o-que-e-deepfake-tecnica-de-inteligencia-artificial-que-foi-apropriada-para-produzir-desinformacao/

Van Dijck, J., Poell, T., & Waal, M. de (2018). *The Platform Society: Public Values in a Connective Word*. Oxford University Press.

Estrategia de comunicación, proceso de producción multimedia y realidad aumentada: la narrativa museística diseñada por estudiantes universitarios

Gloria Olivia Rodriguez Garay
Martha Patricia Álvarez-Chávez
Silvia Husted Ramos

En la construcción de lenguaje multimedia apoyado en Realidad Aumentada como conjunto de tecnologías que a través de un dispositivo facilitan una interpretación de la realidad, se ha considerado un contexto educativo y de investigación acción en el laboratorio DigitLab Media del Cuerpo Académico Procesos Comunicativos y Tecnologías Emergentes (UACJ-CA-114) en la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, al norte de México. En dicho laboratorio se llevó a cabo un proyecto para favorecer la difusión de contenido histórico en las salas del Museo de la Revolución en la Frontera (MUREF) en Ciudad Juárez, Chihuahua.

Bajo una investigación cualitativa con el método analítico-descriptivo y el objetivo de identificar las estrategias de comunicación establecidas y examinar el proceso creativo de 19 estudiantes de la licenciatura en Diseño Digital de Medios Interactivos y seis investigadores del Cuerpo Académico, se

aplicó una ficha de análisis con los criterios sobre la estrategia de comunicación propuestos por Pérez González (2005) que establecen ubicar la asignación de un objetivo a cumplir, situación de juego, nivel de incertidumbre, limitación de recursos, posibilidad de optar entre varias alternativas de actuación, análisis estratégico, elección de una alternativa, ejecución de la estrategia elegida. Asimismo, se registró en una bitácora para su análisis el proceso creativo del diseño digital para estructurar lenguaje multimedia y realidad aumentada.

Durante un año lo estudiantes, bajo la asesoría de los investigadores, se organizaron para atender el proyecto de investigación "Más allá de la Historia: Implementación de Realidad Aumentada en el Museo de la Revolución en la Frontera (MUREF)" a través de cuatro áreas para la producción multimedia y realidad aumentada que aporten a la narrativa histórica en el museo como una forma de acceder al contenido, atractiva y creativamente, por medio de tecnología digital y dispositivos (teléfonos celulares y tabletas): 1) Dirección creativa, encargada del proceso creativo de todo el proyecto; 2) Dirección de programación: en la que se realiza la programación de la interfaz, del funcionamiento de la app (aplicación) y del mapa del sitio; 3) Dirección de modelado y animación 3D: con las actividades de edición digital y animación 2D, modelado 3D, animación 3D; 4) Dirección de arte, en donde se llevó a cabo el diseño de concepto e ilustración, diseño conceptual, toma de fotografía, edición de video y audio.

En este contexto de laboratorio digital, utilizando el aprendizaje basado en proyectos (ABP) como estrategia didáctica, los estudiantes vivieron la experiencia para valorar e idear contenidos para la narrativa museística considerando las narrativas interactivas para la inmersión (Aranzazu-López et al., 2018), el lenguaje multimedia como una convergencia de diversidad de modalidades informativas (Cebrián, 2005) que facilitan el entendimiento del contenido

desde diferentes estructuras narrativas, y la realidad aumentada que refuerza la comunicación interactiva con el museo al despertar el interés, la curiosidad y la creatividad de los estudiantes (Videla et al., 2017).

Ello dio como resultado un proceso de comunicación y un proceso creativo que generó una intervención con realidad aumentada en nueve salas del museo y la producción de 49 piezas individuales que exponen la información del museo o representaciones de los hechos históricos. Contribuyó a que los estudiantes se vincularan a proyectos digitales reales y tomaran decisiones profesionales concluyendo con la exposición de los productos de RA en el museo ante un público de estudiantes e invitados especiales.

Referencias

Aranzazu-López, C. U., Bahamón-Cardona, C. A., & Beltrán Cardona, D. F. (2018). Narrativas museográficas interactivas. *Trilogía Ciencia Tecnología Sociedad, 10*(19), 75-86.

Cebrián Herreros, M. (2005*). Información multimedia. Soportes, lenguajes y aplicaciones empresariales*. Pearson-Prentice Hall.

Pérez González, R. A. (2005). *Estrategias de comunicación*. Ariel.

Videla R., J. J., Sanjuán P., A., Martínez C., S., & Seoane N., A. (2017). Diseño y usabilidad de interfaces para entornos educativos de realidad aumentada. *Digital Education Review, 31*, 61-79.

Documentários em redes digitais de colaboração. Apontamentos sobre arranjos produtivos e faturas estéticas

Gustavo Soranz

Nas últimas décadas as tecnologias da informação e da comunicação transformaram as esferas da vida social de modo determinante, como parte de um fenômeno mais amplo de influência central da tecnociência no mundo contemporâneo. As tecnologias digitais são componentes importantes deste processo histórico. Para além de sua dimensão técnica baseada em dígitos e processos algorítmicos, a ideia da digitalização na cultura contemporânea, ou seja, a ideia de uma Cultura Digital distinta, ganha relevância "porque ela abrange tanto os artefatos como os sistemas de significação e comunicação que mais claramente demarcam nosso modo de vida contemporâneo de outros" (Gere, 2008, p. 16). No panorama da Cultura Digital contemporânea os formatos audiovisuais de comunicação têm papel destacado. No processo de transformação e reordenamento que afeta corporações, veículos e mídias, acompanhamos surgirem novas linguagens e formatos, que modificam os cenários das formas expressivas do entretenimento, da informação e das artes nos dias atuais.

No domínio do cinema documentário notamos a emergência de modelos de produção surgidos no contexto das redes digitais, que exploram possibilidades diversas abertas pelos recursos disponíveis nestes ambientes. Proliferam formas narrativas interativas, imersivas, transmidiáticas e de realidade virtual (Nash et al., 2014). Nesse ecossistema de possibilidades formais, narrativas e estéticas, buscamos aprofundar a análise nos modelos que podem proporcionar esforços colaborativos a custos reduzidos, aproveitando estruturas e recursos já oferecidos pelas redes digitais. Sendo assim, nos interessa ade manipulação de imagens e sons disponíveis nas redes de computadores, aliada às possibilidades de armazenamento dos repositórios em nuvem, pode suscitar o surgimento de novas estéticas típicas desses arranjos surgidos da colaboração nas redes digitais. Para Manovich, (2001)

> dada a dominância das bases de dados nos softwares e o papel central que estes exercem nos processos baseados em computadores, talvez possamos chegar a novas formas de narrativas focando nossa atenção em como narrativa e base de dados podem trabalhar conjuntamente. (p. 237)

O interesse de nossa investigação está baseado nessa premissa levantada por Manovich em seu pioneiro estudo sobre a linguagem da chamada nova mídia em um contexto centrado nas redes de computadores, com foco nos arranjos de produção audiovisual no domínio do documentário no cenário das redes digitais de colaboração. Pretendemos trazer algumas questões para pensar a produção audiovisual enfocando nos arranjos produtivos contemporâneos e nas estéticas deles resultantes. De que modo as tecnologias de armazenamento em rede, as chamadas nuvens, ou repositórios em nuvem, podem modificar os modos como se produz audiovisual? O acesso a bancos de imagens abertos e colaborativos gera novos arranjos produtivos e novas

estéticas, típicas do mundo das redes digitais? Os recursos disponíveis nas redes estão gerando novos formatos audiovisuais? Existiria uma estética típica da produção audiovisual originada nas redes digitais de colaboração?

Referências

Gere, C. (2002). *Digital culture*. Reaktion books.

Manovich, L. (2001). *The language of new media*. The MIT press.

Nash, K., Hight, C., & Summerhayes, C. (Eds.). (2014). *New documentary ecologies: Emerging platforms, practices and discourses.* Palgrave Macmillan.

Quem você quer enganar? Influenciadores digitais e o uso de fazendas de cliques

Débora Oliveira
Thaiana Alves de Almeida
Laryssa Gabellini

Em uma geração movida por *likes* e visibilidade, há quem diga que vale tudo nas redes sociais. A corrida pelos números de seguidores e o aumento de engajamento nos perfis se apresenta como um reflexo de um público jovem e empenhado no empreendedorismo digital. Chega a 75% o número de adolescentes que afirmaram ter vontade de ser influenciadores digitais segundo pesquisa realizada pela INFLR, Adtech, especializada em marketing de influência (Cancian, 2022). Só no Brasil, mais de 13 milhões de pessoas se aventuram na profissão (Extra, 2023). Diante desse cenário, surgem caminhos que se propõem a facilitar a trajetória até esse local de visibilidade e destaque tão desejado. São plataformas especializadas em engajamento artificial, propondo conectar perfis de influenciadores a seguidores reais promovendo interações e evidenciando o perfil que contrata esse tipo de serviço. Essa ação ficou conhecida como Fazendas de Cliques, e encontrou no Brasil um cenário próspero para a sua expansão ao ter um público fiel que busca esse tipo de

serviço, além da própria publicidade favorável realizada por influenciadores já consagrados em termos de seguidores, engajamento e atenção. O contrato funciona com a promessa que essas empresas fazem de conectar o perfil em questão a um usuário ativo, que curte, segue e até mesmo comenta o perfil do cliente, sem o uso de robôs ou tecnologia. As fazendas de cliques agem como plataformas parasitas. Van Dijck (2021), autora, referência na conceituação do fenômeno da plataformização, ajuda na compreensão das materialidades das plataformas, enquanto meios de produção e comunicação, ao mesmo tempo que amplifica o discurso de que as tecnologias nos permitem fazer por meio de suas interfaces. A Fazenda de Cliques, por sua vez, age como uma praga, que rompe a linearidade deste ecossistema de plataformas e modifica, os seus funcionamentos, impactando na esfera da interação do ambiente conectivo. Ou seja, quando uma empresa ou marca contrata um influenciador para um serviço de publicidade, e este agente social por sua vez redireciona esses resultados para uma Fazenda de Cliques, o seguidor real e potencial consumidor do produto não é atingido. Com isso, os resultados obtidos pela marca ficam restritos a números de curtidas e comentários, mas não há a materialidade do interesse pelo que está sendo oferecido ou no consumo dos produtos. Diante do exposto trabalharemos com três caminhos: o primeiro é de apresentar o universo desses ambientes de interação, conexão, fluxos e dinâmicas, ou seja, as plataformas digitais e suas funcionalidades relacionadas a um modelo de negócio que conta com os influenciadores como porta de entrada para marcas e produtos. O segundo é apontar as ramificações e poluições que as fazendas de cliques ocasionam na fruição desses espaços digitais apontando exemplos de grandes influenciadores que já publicizar conteúdos referentes a esse parasitismo (Van Djick, 2021). E por fim, a partir de uma análise indiciária, observando o que os exemplos apontam em relação às barreiras e *affordances*

quebradas iremos discutir os impactos desse fenômeno para os usuários reais, preocupados em consumir conteúdos fiéis. Apresentamos alguns dos principais elementos que permeiam a utilização das Fábricas de Cliques pelos influenciadores digitais, tendo como principal interesse demonstrar a importância e a necessidade de ampliação dessas discussões. Considerando a importância da temática, e a sua dimensão, nos limitamos a um pequeno recorte desta realidade. Em livre interpretação, o influenciador poderia ser compreendido como o único beneficiário dessa relação. Entretanto, é fundamental compreender que, a longo prazo, as empresas não mantêm contrato quando não há retorno financeiro. Ou seja, apesar das boas métricas que podem ser apresentadas nas redes sociais, a falta da conversão dos usuários em compradores é um fenômeno que facilmente será percebido pela empresa, que não voltará a fazer a contratação. Apesar de parecer ser uma solução inovadora, que burla as regras das plataformas, a prática de Fazenda de Cliques só representa malefícios a todos os integrantes desse espaço digital, sejam eles os seguidores, as plataformas, os influenciadores e principalmente as marcas. Assim, esse artigo tem como premissa reforçar a necessidade de que o influenciador compreenda seu verdadeiro papel no ambiente digital além do interesse financeiro.

Referências

Cancian, T. (2022, 12 de abril). Como é possível jovens comuns se tornarem milionários com a internet. *Exame Invest.* https://exame.com/invest/minhas-financas/como-e-possivel-jovens-comuns-se-tornarem-milionarios-com-a-internet_red-01/

Extra (2023, 05 de Abril). Brasil já tem mais influenciadores digitais do que advogados e médicos. *Extra*. https://extra.globo.com/economia/

noticia/2023/04/extra-25-anos-brasil-ja-tem-mais-influenciadores-digitais-do-que-advogados-e-medicos.ghtml

Van Dijck, J. (2020). Seeing the forest for the trees: Visualizing platformization and its governance. *New Media & Society, 23*(9) 2801-2819. https://doi.org/10.1177/1461444820940293

Os dilemas éticos da tecnologia: o caso ChatGPT

Thiago Seti Patricio
Matheus Teixeira

Na contemporaneidade, a expansão tecnológica torna o paradigma de acesso à informação cada vez mais ubíquo, ou seja, o acesso pode ser feito de qualquer lugar, a qualquer hora, e de qualquer dispositivo, desde que esteja conectado à Internet. Ademais, dentro do contexto da ubiquidade e pervasividade das tecnologias no cotidiano das pessoas, o termo Inteligência Artificial (IA) ganha cada vez mais relevância, devido ao crescimento exponencial de tecnologias de aprendizado de máquina, que são aquelas baseadas em algoritmos que de certa forma "aprendem" a automatizar uma tarefa sem a supervisão constante do ser humano. Como adendo, Russel e Norvig (2013) definem a IA como sendo um campo da computação que surgiu com Alan Turing, e que busca a construção de entidades inteligentes. A ideia parte do princípio proposto por Turing (1950) e que ficou conhecido como Teste de Turing em seu artigo "*Computing Machinery and Intelligence*", onde um interrogador humano, após entrevistar uma pessoa e uma máquina, não consegue identificar se as respostas vem ou não do computador. Dessarte, a

ideia de Turing foi atualizada, e hodiernamente, passar no Teste de Turing, como algumas tecnologias conseguiram, não necessariamente significa que as mesmas são dotadas do que se conhece por inteligência, além de que, definir o termo "Inteligência" torna-se cada vez mais abstruso, já que, dentro do escopo tecnológico, está muito associado ao termo Senciência, que Patricio e Magnoni (2019) explicam ser o apercebimento de sua própria existência, e o aprendizado por meio de sentimentos e sensações de forma consciente. Partindo desse princípio, muitas questões que envolvem a IA, e o campo atual da tecnologia são alvo de debates, como por exemplo os limites da tecnologia; se os aparatos tecnológicos atuais são um meio de instrumentalização do ser humano, ou apenas um fim; e também os dilemas éticos. Logo, o objetivo desta pesquisa é abarcar algumas tecnologias e os dilemas éticos que estas suscitam na sociedade, dando enfoque especial no ChatGPT, que é um chatbot criado pela OpenAI, e que ultrapassou a marca de 100 milhões de usuários, se tornando a aplicação com o crescimento mais célere da história. De acordo com o próprio site da OpenAI (https://openai.com/), a aplicação interage com as pessoas dentro de um modelo conversacional, isto é, ao responder perguntas, fornece soluções para diversas solicitações, cria histórias, aconselha, resolve problemas matemáticos, entre outras funções. Cabe ressaltar, que em sua versão GPT-4, a aplicação é considerada um modelo multimodal, aceitando não apenas entradas em textos, mas também com imagens. O caminho metodológico adotado neste trabalho é o da pesquisa bibliográfica, por meio de livros, artigos científicos e textos na Internet que enfocam os conceitos e assuntos apresentados. Espera-se que como resultados, o artigo contribua como parte importante do arcabouço teórico que compõe as discussões sobre a aplicação de tecnologias de IA na atualidade, bem como também apresente os principais dilemas éticos que acompanham a aplicabilidade de tais ferramentas.

Referências

Patricio, T., & Magnoni, M. (2019). Inteligência e Senciência em Chatterbots: Um Estudo Acerca do Jogo da Imitação de Alan Turing. In Médola, A. S., Santos, C. R. G. dos, Albino, J. P., Pedrosa, L., Ruíz, M. J., Cabral, R., Andrelo, R., Martínez-Rolán, X., Cunha, R., Covaleski, R., & Valente, V. (Orgs.), *Significações e Estratégias Midiáticas* (pp. 450-466). Ria Editorial. http://www.riaeditorial.com/index.php/significacoes-e-estrategias-midiaticas/

Russell, S. J., & Norvig, P. (2010). Artificial Intelligence: A Modern Approach (3rd ed.). Prentice Hall.

Turing, A. M. (1950). Computing machinery and intelligence. *Mind, 59,* 433–460. https://doi.org/10.1093/mind/LIX.236.433

Realidad aumentada y periodismo en tiempos del Metaverso

Carlos Enrique Fernández-García
Amaro La Rosa Pinedo
Carlos Ricardo Gonzales Garcia

El diarismo impreso está al borde la extinción. La supervivencia del periódico de papel depende de su poder de adaptación en un ecosistema digital predominante (Donsbach, citado en Ruiz 2014) y la innovación como la solución frente a la oferta de contenidos gratuitos en línea (Rodríguez, 2018). La única forma de resucitar este diarismo que yace en Cuidados Intensivos pasa por el uso de tecnologías disruptivas como la realidad aumentada. La realidad aumentada puede darle un segundo debut al reporterismo de papel y hacer que sus portadas cobren vida, tras apuntarle con un Smartphone, así como los reportajes animados en 3D y que recrean situaciones límites como cataclismos y desastres naturales como si de verdad el reportero estuviera protagonizando en el mismo lugar de los hechos. El objetivo de la investigación persigue identificar, en el estado de la cuestión, la literatura científica en Scopus sobre periodismo y realidad aumentada en tiempos de Metaverso. La revisión destaca las tendencias relacionadas con los modelos narratológicos aumentados e interactivos. El uso de la realidad aumentada en el periodismo se ve como

una forma de revivir el periodismo impreso y mejorar la experiencia del lector. El estudio también discute el concepto del Metaverso y su impacto potencial en el periodismo. La metodología involucra un metaanálisis bibliográfico utilizando el software R y R-Studio. El artículo analiza las tendencias de la investigación y el impacto de la realidad aumentada (AR) en el periodismo. El estudio analiza artículos indexados en Scopus en los últimos cinco años y los categoriza en diferentes temas relacionados con la AR en el periodismo. Los hallazgos muestran un crecimiento significativo en la investigación sobre AR en el periodismo, con temas que van desde el periodismo inmersivo hasta la pedagogía y la enseñanza. El artículo también destaca el potencial de la AR para mejorar la narración y la cobertura de noticias y presenta una lista de artículos académicos e investigaciones relacionadas con la intersección del periodismo y las tecnologías de realidad aumentada (AR) y realidad virtual (VR). Los artículos cubren diversos temas como el impacto de AR y VR en la narración, el uso de estas tecnologías en la cobertura de noticias, el potencial de los metaversos y los desafíos y oportunidades que presentan para el periodismo. Algunos de los temas clave explorados incluyen el papel de AR y VR en la mejora de la innovación narrativa, la aplicación de estas tecnologías en los medios impresos y las consideraciones éticas del periodismo inmersivo. Entre los hallazgos encontramos como tendencias investigativas en reportajes televisivos de alta calidad, mediante simulaciones inmersivas en realidad aumentada sobre el cambio climático y la repercusión académica de productos periodísticos audiovisuales AR como “Periodic Static AR Visualizations and Disruptive Narrative for Climate” centrados en la explicación de catástrofes ha sido tal que podemos ver el gran número de registros de investigación en Scopus.

Referencias

Rodríguez, W. (2018). *Innovación en el periodismo: Aplicación de la Realidad Aumentada en los contenidos periodísticos* [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de La Laguna]. https://bit.ly/39k3fLB

Ruiz, F. J. (Ed). (2014). *Cómo entender al periodismo.* Selección de la obra de Wolfgang Donsbach. https://bit.ly/2KHMa2x

Tragédia Yanomami "farsa da esquerda": Desinformação socioambiental numa análise visual crítica a partir do dispositivo de colonialidade

Ludmilla Duarte
Celso Sánchez
Alberto Calil Elias Junior

Nos debruçamos na análise de um conjunto de operações engendradas no caso da maior tragédia humanitária em território indígena no Brasil que vitimou o povo Yanomami. A tragédia viralizou nas redes no início de 2023, com imagens impactantes de corpos esqueléticos de crianças acompanhadas com números de mortes evidenciando o envenenamento da água, causada pelo garimpo ilgeal nos últimos anos, na área de proteção ambiental indígena. Apesar das imagens e dos dados, o ex-presidente Jair Bolsonaro afirmou que tudo era uma "Farsa da esquerda", referindo-se à questão política para criar desinformação ante ao tema. Articulação sintomática se posta em relação ao relatório realizado pelo NETLAB-UFRJ entre 2021-2023, anos do agravamento da tragédia, que trata da desordem informacional socioambiental enquanto estratégia central da extrema-direita para o avanço extrativista. Tal enquadramento da desinformação socioambiental ultrapassa o nível discursivo, pois

operou políticas do estado de desmonte do ministério do Meio Ambiente, que vão desde flexibilização do combate aos crimes ambientais até alinhamento negacionista sobre agenda climática global. Conjunto de operações que podem ser lidas a partir da teoria de Achille Mbembe (2012) sobre a necropolítica e colonialidade, pois estabelece relações entre fazer viver e deixar morrer com forte impacto em zonas de morte, que atinge principalmente populações tradicionais, periféricas e quilombolas.

Nesse sentido, este trabalho discute a desinformação que engloba teorias da conspiração, negacionismo, discursos de ódio e manipulação da informação, com potencial objetivo de fortalecer estruturas de poder e avançar agendas políticas e econômicas, muitas vezes em detrimento de vidas humanas, vide o exemplo da pandemia no Brasil (Soares et al., 2020). Para tal, trazemos dispositivos que operam nessas estruturas hegemônicas no contexto analisado, como o dispositivo da colonialidade e o da visualidade no estudo de caso da tragédia Yanomami.

A colonialidade do poder refere-se às estruturas de poder que emergiram durante o período colonial e continuam a influenciar as relações sociais, políticas e culturais até hoje. Essas estruturas de poder sustentam a lógica de dominação e exploração, em que certos grupos são privilegiados enquanto outros são marginalizados e oprimidos, e na necropolítica quais vidas são matáveis. Nesse sentido, trazemos o conceito de visualidade para pensar em como as representações visuais contribuem para a construção e manutenção de discursos hegemônicos. Estudada por Nicholas Mirzoeff (1999), a visualidade abrange a produção e circulação de imagens que moldam percepções, reforçam ideologias e legitimam estruturas de poder. Ambos dispositivos também operam em rede, afinal, a ecologia dos meios constitui espaço de produção e consumo cultural, também é intensa rede de poder (Martín-Barbero, 2002). Daí formamos uma

base analítica decolonial para versar sobre as formulações da desinformação enquanto dispositivo, com foco nas questões socioambientais no caso analisado.

Nessa direção, trazemos um fluxograma que desenha um conjunto heterogêneo de discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas/morais e leis. Esse fluxograma permitirá visualizar as relações e interações entre os dispositivos de poder da colonialidade, da visualidade e da desinformação, fornecendo uma compreensão mais abrangente de como esses elementos se conectam e operam. Diante dessas considerações, a desinformação socioambiental pode ser analisada enquanto estratégia de poder que busca controlar e moldar as percepções públicas sobre questões climáticas, promovendo uma visão distorcida da realidade em favor de interesses políticos e econômicos. Portanto, atua como um mecanismo de controle social, enfraquecendo a resistência e perpetuando a exploração de recursos naturais e a desvalorização de vidas humanas.

Buscamos levantar reflexões críticas ante ao fenômeno que vai além de informações falsas ou enganosas, mas sim que pode estar inserido nas estruturas de dominação e exploração hegemônicos consolidados pela colonialidade articuladas pela visualidade. E que diante das demandas contemporâneas, atualiza estratégias para manutenção desse poder, ligado intimamente com a ecologia midiática. A compreensão dessas dinâmicas é essencial para o desenvolvimento de estratégias de combate na formulação de políticas públicas e educacionais, visando a construção de um futuro mais justo e sustentável.

Referências

Martín-Barbero, J. (2001). *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia.* UFRJ.

Mbembe, A., (2012). Necropolítica, una revisión crítica. In H. Chávez Mac Gregor, E. Ježik, D. T. Goldberg, M. Hernández, S. Makdisi, M. V. Uribe, I. Mejía, S. Nuttall, J. L. Barrios, A. Mbembe, A. Logoni, & M. Expósito (Orgs.), Estética y violencia: necropolítica militarización y vidas lloradas. Museo Universitario Arte Contemporáneo/Universidad Nacional Autónoma de México, 2012, p. 131-139

Mirzoeff, N. (1999) *An introduction to visual culture.* Routledge.

Netlab-Ufrj. (2023). *Panorama da Infodemia Socioambiental : uma análise multiplataforma do ecossistema brasileiro de mídia digital.* https://www.netlab.eco.ufrj.br/blog/panorama-da-infodemia-socioambiental-uma-analise-multiplataforma-do

Soares, F. B., Recuero, R. C., Volcan, T., Fagundes, G., & Sodré, G. (2021). *Desinformação sobre o Covid-19 no WhatsApp: a pandemia enquadrada como debate político.* https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.1334

Mesa 11: Mídia e esporte

Mesa 11: Medio y deporte

José Carlos Marques
Vlamir Stoitchkov
Coordenadores

Zagallo e o jornal O Globo: a construção da imagem do treinador na Copa do Mundo de 1970

Matheus Tamaino Brum

Mário Jorge Lobo Zagallo foi o treinador da seleção brasileira na conquista do tricampeonato mundial no México, em 1970. Ídolo do futebol brasileiro, vencendo duas Copas do Mundo como jogador, Zagallo chegou ao comando do Brasil às vésperas do torneio ao ser escolhido para substituir João Saldanha. No entanto, apesar de nome histórico, Zagallo não foi bem recebido pelos jornalistas de O Globo. O treinador teve que conviver com críticas ao trabalho antes do início do Mundial. Ao longo de toda a cobertura a imagem do treinador está em disputa: em alguns momentos positivos e em outros negativos.

No início da cobertura da Copa do Mundo, Zagallo passa a ser criticado pelos jornalistas por não ter ido fazer uma excursão à Europa para analisar as principais seleções do Velho Continente. O treinador, nas entrevistas, deixava claro que não havia a necessidade dessa análise.

Mesmo com as vitórias na fase de grupos, incluindo sobre as seleções europeias, Zagallo é criticado. Não havia confiança no trabalho do técnico.

Tanto que há algumas reportagens do jornal que perguntam para os torcedores o que acham do trabalho de treinador.

O clima começa a mudar no mata-mata, em que o Brasil vai se classificando rumo à final. No entanto, mesmo com o título e o futebol arte sobre a Itália, Zagallo não é tratado como um personagem importante na conquista do tricampeonato mundial.

Isso nos mostra que a construção sobre Zagallo esteve sempre em disputa ao longo da cobertura de O Globo. Em alguns momentos criticados, em outros elogiado. Ou seja, ao longo do Mundial, as menções a Zagallo estavam carregadas de um conteúdo que formava a opinião das pessoas que liam o jornal O Globo.

Através da análise das edições do jornal e dos estudos de Bakhtin (1979), Blumer (1977) e Park (1967), este trabalho pretende compreender como que a imagem de Zagallo é construída ao longo do torneio com base nas palavras e expressões nas quais o treinador é mencionado na cobertura jornalística.

O trabalho faz uma análise da quantidade de menções a Zagallo ao longo das mais de 30 edições de O Globo durante a Copa do Mundo. A análise é divida entre menções negativas e positivas. Com isso, é possível traçar uma linha de como a imagem do treinador é criada, e modificada, ao longo da cobertura.

O artigo não consegue responder se toda essa imagem que se tem de Zagallo atualmente é fruto desta Copa do Mundo. Outros veículos cobriram o Mundial e podem ter levado outras imagens e visões para os ouvintes, leitores e telespectadores. No entanto, o trabalho nos mostra como que a representação de um treinador e a imagem que fica dele estão sempre em disputa, sempre

através das palavras e dos contextos que estão inseridas. E, no caso de Zagallo, a Copa de 1970 tem um papel fundamental.

Referências

Bakhtin, M. (1979). *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. Editora Hucitec.

Blumer, H. (1977). *A Sociedade concebida como uma Interação Simbólica*. Editora Hucitec.

Park, R. (1967). *A Cidade: Sugestões para a Investigação do Comportamento Humano no Meio Urbano*. In O. G. Velho (Org.), *O Fenômeno Urbano*.

Neymar Jr. na copa: uma análise sobre as publicações do jogador/celebridade no Instagram durante a Copa do Mundo de 2022

Luis Henrique Mendonça Ferraz
José Carlos Marques

Este trabalho tem como proposta analisar as publicações de Neymar Jr. na Mídia Social *Instagram,* no ano de 2022, utilizando como recorte temporal a participação do jogador/celebridade na Copa do Mundo, no Qatar. Por ser o maior evento futebolístico do planeta, analisaremos como as publicações do perfil oficial de Neymar Jr. no Instagram (2022) construíram e trabalharam os discursos verbais e não-verbais nas publicações na Mídia Social. Em sua maioria, as publicações de Neymar Jr. e/ou seus assessores de comunicação no *Instagram* aconteceram antes e depois das partidas disputadas no torneio, em que a Seleção Brasileira de Futebol acabou derrotada pela Croácia, nas quartas-de-finais.

Por meio da Análise do Discurso de linha francesa, abordaremos a participação de Neymar Jr. na Copa do Mundo do Qatar 2022; as publicações são dos meses de novembro e dezembro de 2022. Como resultados obtidos – por meio das análises das postagens/publicações selecionadas na Mídia Social

de fotos e imagens – temos duas vertentes de publicações: a) publicações com conteúdos religiosos e da fé em Deus (antes de cada partida disputada durante a competição); b) publicações pós-eliminação da Seleção Brasileira de Futebol.

Antes das partidas da Copa, a escolha de Neymar. Jr e/ou seus assessores de comunicação foi pelo uso de publicações com conteúdos religiosos que deixaram explícita discursivamente a fé de do jogador/celebridade em Deus. Logo, não existe dúvidas sobre Neymar Jr. ser temente a Deus. Juntamente dos discursos verbais com referência à religião utilizados nas publicações no *Instagram,* as composições imagéticas privilegiaram o uso das cores da bandeira nacional nas fotomontagens – que são obviamente também as cores predominantes usadas pela Confederação Brasileira de Futebol (CBF) nos uniformes as Seleção Brasileira de Futebol. Desse modo, durante a Copa do Mundo do Qatar, Neymar Jr. foi representado nas publicações do *Instagram* como uma pessoa temente a Deus – que confia no auxílio divino para a busca de conforto e superação das adversidades – e também representado como patriota, de quem luta pelo seu povo; do orgulho, amor e devoção à pátria.

Nos discursos pós-eliminação da Copa, percebe-se que a tentativa discursiva e imagética nas publicações demonstre como o sentimento de experimentar o sucesso ou de experimentar a frustração podem ser sentidos por qualquer um; estrela ou popular. Neste percurso programado pelas publicações no *Instagram*, a estrela e o humano são um só – ou seja, foram publicações previamente pensadas para compartilharem e explorarem um sentimento comum, naquele momento, bem particular, entre Neymar Jr. e seu público: a eliminação da Seleção Brasileira na Copa do Mundo do Qatar (2022). Ao que parece, Neymar Jr. e /ou seus assessores de comunicação optaram por compartilhar o sentimento de derrota com o povo brasileiro, ou seja, de um discurso em que que todos, de fato, saíram derrotados – de um Neymar Jr. que jogou

por eles, de um Neymar Jr. que é mais um deles, de mais um brasileiro que se frustrou na derrota.

Na última década, Neymar Jr. figurou/figura como principal jogador de futebol brasileiro e também como celebridade brasileira mais reconhecida mundialmente, com 210 milhões de seguidores no *Instagram*. Portanto, a análise das publicações de Neymar Jr. durante a Copa do Qatar, de 2022, torna-se importante para entendermos como o personagem foi construído discursivamente pelas publicações no *Instagram* no que pode ter sido a sua última participação do maior torneio mundial de futebol.

Futebol e política: análise discursiva do movimento Democracia Corinthiana a partir do documentário "Ser Campeão é Detalhe"

José Carlos Marques
Ana Lúcia Nishida Tsutsui

A década de 1980 foi um período de intensa transformação política e social no Brasil. Iniciada em meio à ditadura militar, a década testemunhou a luta pela redemocratização do país. Movimentos sociais e sindicatos ganharam força, exigindo o fim da repressão e a conquista de direitos políticos e sociais. Ocorreram grandes mobilizações populares, como as Diretas Já, que clamavam pela volta do poder democrático pleno. No aspecto social, assistiu-se a um período de contrastes e desafios. O país enfrentou uma grave crise econômica, notada pela inflação descontrolada, aumento do desemprego e diminuição do poder de compra da população. A pobreza e desigualdade social se agravaram, gerando uma maior demanda por políticas de inclusão e distribuição de renda. Ao mesmo tempo, surgiram movimentos sociais importantes, como o movimento negro, feminista e LGBT, que buscavam visibilidade e igualdade de direitos. Essa década também foi marcada pela explosão da cultura popular, com o crescimento da música brasileira, o surgimento de bandas de rock, a

ascensão do cinema nacional e a disseminação da televisão como meio de comunicação em massa (Alexandre, 2002; Vieira, 2014). Foi nesse contexto que surgiu a Democracia Corinthiana, movimento pioneiro no futebol brasileiro, ocorrido entre 1981 e 1985, no Sport Club Corinthians Paulista. Para José Paulo Florenzano (2009), a iniciativa foi fruto do processo histórico que vinha se desenrolando no conjunto da sociedade brasileira. Com apoio da diretoria e da presidência do clube, jogadores e funcionários passaram a ter participação ativa em decisões do dia a dia, como contratações, escalações, questões salariais e regras internas, que começaram a ser votadas e definidas em conjunto. Liderado por jogadores como Sócrates, Wladimir, Casagrande e Zenon, o movimento buscava uma maior participação dos atletas nas decisões coletivas, tanto dentro como fora de campo. Embora tenha durado cinco anos, a Democracia Corinthiana é celebrada atualmente como um marco de engajamento político, protagonismo dos jogadores e de luta por direitos e participação dentro do futebol (Florenzano, 2003; Zuaneti Martins, 2012; Zuaneti Martins & Reis, 2014). Seu legado continua a inspirar gerações e a despertar reflexões sobre o papel do esporte na sociedade. A memória do movimento tem sido retratada em documentários, livros, artigos e reportagens. Além disso, ex-jogadores, dirigentes, jornalistas e pesquisadores que participaram, acompanharam e/ou estudaram o movimento são frequentemente convidados para eventos, palestras e entrevistas, onde têm a oportunidade de partilhar suas experiências e perspectivas sobre o mesmo. Nessa seara, encontra-se o documentário "Ser Campeão é Detalhe: Democracia Corinthiana". O filme de autoria de Caetano Tola Biasi e Gustavo Forti Leitão começou a ser produzido em meados de 2008, como parte da disciplina de conclusão de curso de Midialogia, da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Com duração de 25 minutos, a produção conta com a participação dos ex-jogadores Sócrates, Wladimir, Zenon

e Biro-Biro; do publicitário Washington Olivetto; do jornalista Juca Kfouri; dos ex-dirigentes Adilson Monteiro Alves, Waldemar Pires e Sérgio Scarpelli; do ex-treinador Mário Travaglini; do sociólogo José Paulo Florenzano e do historiador Plínio Labriola Negreiros. Por meio de pesquisa bibliográfica e com base nos conceitos propostos pela análise de discurso de linha francesa, o presente artigo pretende analisar discursivamente os sentidos produzidos sobre o movimento Democracia Corinthiana a partir do documentário supracitado. Busca-se compreender as relações de sentido, historicidade e materialidade discursiva identificando os mecanismos que atuam na produção dos discursos midiáticos contemporâneos. Segundo Pêcheux (1969), o discurso não é apenas uma expressão neutra de ideias, mas está sempre ligado a posições políticas e sociais. Ele defende que a análise do discurso deve considerar as relações de poder, as condições de produção, as formações discursivas e as relações interdiscursivas para compreender como os discursos produzem sentidos e estão imbricados em relações sociais e ideológicas. Foucault (2008) também fez importantes contribuições para a análise do discurso, embora sua abordagem seja distinta da de Pêcheux. O autor definiu o conceito de formação discursiva, isto é, um conjunto de práticas discursivas, instituições, regras e estratégias que regulam a produção e circulação do discurso em uma determinada época e contexto. Ele argumenta que os dispositivos discursivos são dispositivos de poder, pois exercem controle sobre o que pode ser dito, por quem e em que contextos. Pretende-se com este estudo, revelar a construção discursiva e simbólica que opera em torno da Democracia Corinthiana, reconhecendo a potencialidade da análise do discurso de linha francesa como instrumento de investigação na compreensão de fenômenos comunicacionais contemporâneos. De forma mais ampla, busca-se desenvolver pesquisas sobre futebol

e comunicação esportiva, contribuindo para a consolidação e fortalecimento deste campo de estudos no Brasil.

Referências

Alexandre, R. (2002). *Dias de luta*. Arquipelago Editorial Ltda.

Florenzano, J. P. (2003). *A democracia corinthiana: práticas de libertação no futebol brasileiro* [Tese de Doutorado, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo].

Florenzano, J. P. (2009). *A democracia corinthiana*. Fapesp, Educ.

Foucault, M. (2008). *A arqueologia do saber*. Forense Universitária.

Pêcheux, M. (1983). A análise de discurso: três épocas. Em F. Gadet & T. Hak (Orgs.), *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux* (3ª ed., pp. 311-319). Editora da Unicamp.

Ser Campeão é Detalhe. (2011, 7 de dezembro). *Ser Campeão é Detalhe: Democracia Corinthiana – OFICIAL* [Vídeo]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=MNyRGt95cWw&t=15s

Vieira, R. L. (2014). *Ecos da ditadura na sociedade brasileira (1964-201)*. Oficina Universitária.

Zuaneti Martins, M. (2012). *Democracia Corinthiana: sentidos e significados da participação dos jogadores* [Dissertação de Mestrado, Universidade

Estadual de Campinas, Faculdade de Educação Física]. Repositório da Unicamp. https://repositorio.unicamp.br/acervo/detalhe/874323

Zuaneti Martins, M., & Reis, H. (2014). Significados de democracia para os sujeitos da Democracia Corinthiana. *Movimento, 20*(1), 81-101. https://repositorio.unicamp.br/acervo/detalhe/1191852

Em busca de uma identidade de transmissão no streaming: uma análise das diferenças da cobertura do futebol na televisão e na web

Paula Leão Delgado
Ana Carolina Campos de Oliveira

"País do futebol" é uma das expressões, construída por agentes do meio político, acadêmico e de imprensa, mais populares para descrever o Brasil a nível nacional e internacional (Helal, 2020). Isto porque, segundo Damatta (1982), a modalidade pode ser compreendida como um elemento social consolidado no país, uma vez também pode ser tida enquanto importante aspecto cultural brasileiro. Partindo da compreensão de que vivemos atualmente em uma sociedade midiatizada (Hjavard, 2014), é possível observar o estreitamento de laços na relação entre esporte e mídia ao longo dos anos. Na televisão, com o intenso compartilhamento de imagens, das transmissões de partidas à cobertura esportiva em geral em telejornais (especializados ou não) e outros programas, o futebol explora o "laço social" (Wolton, 1990) característico do meio e, a partir dele, também se torna capaz de produzir efeitos de "contágio" (Fechine, 2006) para com a audiência, transformando o esporte em um espetáculo midiático.

Segundo Bourdieu (2004, p. 210), “o espaço dos esportes não é um universo fechado sobre si mesmo. Ele está inserido num universo de práticas e consumos, eles próprios estruturados e constituídos como sistema”. Os elementos que formam esse sistema - mercado, mídia e público - são também aqueles que fomentam o espetáculo esportivo. As transmissões das competições são a via primeira de conteúdo para os torcedores e para a própria mídia, que disputa essa fonte e desdobra seus acontecimentos.

O desenvolvimento e a popularização da internet, principalmente a partir dos anos 2000 e com destaque para a década seguinte, no entanto, representaram um novo momento para o cenário midiático. Segundo Sabino (2007), a web (world wide web) pode ser dividida em três fases: a Web 1.0, pensada na construção de uma rede que fosse acessível e comercial; a Web 2.0, desenvolvida para atender aos serviços que a internet era capaz de oferecer para os usuários, como a interatividade e compartilhamento online de informações; e a Web 3.0, com a proposta de uma internet mais eficiente e personalizada através de softwares capazes de identificar e entregar resultados e conteúdos de acordo com as preferências individuais dos usuários.

Atualmente, a sociedade vive um momento de interseção e transição entre as fases da Web 2.0 e 3.0, com mídia e público assumindo novos papéis, em um processo constante de reinvenção e adaptação. A possibilidade da transmissão em alta definição de conteúdos audiovisuais, sob demanda e em larga escala, popularizaram as plataformas de streaming. O esporte, então, passa a também encontrar nessa nova ambiência uma oportunidade de expansão. Segundo pesquisa encomendada pela Sport Track (2022), 20% dos torcedores atualmente acompanham campeonatos de futebol via streaming, o que explica um investimento crescente por parte dessas plataformas em torno do que envolve a realização da cobertura e transmissões esportivas.

O presente trabalho questiona sobre quais seriam as características específicas que diferenciam a cobertura esportiva realizada nessas plataformas daquela feita na TV. Utilizando a metodologia de Análise da Materialidade Visual (Coutinho, 2018), propõe-se uma investigação comparativa entre duas transmissões distintas - uma na televisão e outra no streaming (Amazon Prime) - de uma mesma partida de futebol: o confronto entre Flamengo e Atlético Paranaense no primeiro jogo pelas quartas de final da Copa do Brasil 2023. A partir da análise, pretende-se compreender se é possível pensar uma identidade para as novas formas de transmissão de futebol no Brasil e suas possíveis influências na escolha do público entre consumir esporte na TV ou na web.

Dentre os resultados observados, foi possível perceber que existem mais semelhanças que diferenças entre as duas transmissões, quase como em uma reprodução de um modelo já consolidado na televisão para o streaming. Aspectos que caracterizam este novo momento da web, tal como estratégias de interação, utilização de segunda tela ou personalização de conteúdo, não são frequentemente estimulados pela transmissão no ambiente digital, por exemplo. Dessa forma, é possível afirmar que, apesar de já ter passado por uma série de transformações desde seu recente início, a transmissão e cobertura esportiva realizadas por essas plataformas em ambiente digital ainda não encontrou uma identidade própria e que ofereça para o fã de esporte alguma outra vantagem ou diferencial além daquela já apontada pelo próprio público nas pesquisas: a de praticidade na acessibilidade do conteúdo.

Referências

Bourdieu, P. (2004). *Coisas Ditas.* Ed. Brasiliense.

Coutinho, I. (2018). Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual: da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade. In C. Emerim, I. Coutinho, & C. Finger (Orgs.), *Epistemologias do telejornalismo brasileiro* (Coleção Jornalismo Audiovisual, Vol. 7). Ed. Insular.

Damatta, R. (1982). *Universo do Futebol.* Edições Pinakotheke.

Fechine, Y. (2006). Espaço Urbano, Televisão, Interação. In A. Prysthon (Org.), *Imagens da Cidade: espaços urbanos na comunicação e cultura contemporânea* (1ª ed. pp. 37-57). Ed. Sulina.

Helal, R. (2020). Futebol, Mídia e Nação: um breve relato do campo acadêmico. In R. Heal, & F. Mostaro (Org.), *Narrativas do Esporte a Mídia: reflexões e pesquisas do LEME.* Ed. Appris Editora.

Hjarvard, S. (2014). Midiatização: conceituando a mudança social e cultural. *Revista Matrizes, 8*(1), 21-44. https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v8i1p21-44

Sabino, J. (2007). Web 3.0 e Web semântica – do que se trata? https://www.cin.ufpe.br/~hsp/Microsoft-web

Wolton, D. (1990). *Elogio do grande público: Uma teoria crítica da televisão.* Ed. Ática.

Gênero e esporte na TV aberta: a recepção dos telespectadores brasileiros no programa jogo aberto da Band

Gabriela Ribeiro Amorin
José Carlos Marques

Este trabalho tem como objetivo analisar a recepção dos discursos midiáticos digitais no Youtube por torcedores/telespectadores brasileiros, referentes a episódios do programa Jogo Aberto, exibido de segunda a sexta-feira pela Band na TV aberta. Selecionamos a edição do dia 30 de julho de 2019, dia em que se comemorava o "Dia do Amigo", em que Denilson utiliza o contexto e aproveita a ocasião para dar um abraço na apresentadora. Antes de passar à análise deste episódio, porém, cabem algumas reflexões teóricas e a respeito da questão de gênero em torno do futebol brasileiro. O problema observado para a escolha deste episódio, entretanto, não é o "abraço" em si, mas a intenção e a subjetividade existentes por trás do gesto.

Além do episódio, o que desperta o interesse para a contextualização da temática são os comentários relacionados às reações de Renata, através da recepção destes telespectadores/torcedores. Renata aparentemente tenta deixar o ambiente em tom descontraído para não "problematizar" ou evitar discutir

sobre o que está acontecendo, ampliando percepções por parte dos torcedores acerca do seu comportamento. A série de comentários que abordam sobre o suposto interesse ou uma suposta relação entre os dois apresentadores por parte dos telespectadores reflete sobre como o machismo tem um impacto na sociedade brasileira e sexualiza a imagem de uma mulher com boa aparência em um ambiente televisivo.

Para a realização das análises deste trabalho, além dos conteúdos relacionados às temáticas de gênero dentro do programa Jogo Aberto, principalmente pelos divulgados e transmitidos no *streaming* do Youtube, é importante analisar a recepção de mensagens por parte desses torcedores, especialmente para entender as mediações que entram em jogo no processo de recepção.

Seguindo a lógica das mediações, Barbero apresenta o "Mapa das mediações", que de acordo com ele, explica que os eixos conhecidos como diacrônicos são representados pelas Matrizes culturais para os Formatos Culturais e os sincrônicos, das lógicas de produção para as competências de recepção ou consumo, como expressado abaixo:

Figura 1

Mapa das Mediações

Martin Barbero, 2013

Para o autor, na página 294, “em vez de fazer a pesquisa a partir da análise das lógicas de produção e recepção, para depois procurar suas relações de imbricação ou enfrentamento, propomos partir das mediações”.

A maioria dos comentários compõem discursos sobre o relacionamento existente entre Renata e Denilson e o coloca como “pegador”, “dominador”, “macho alfa”, estabelecendo, mais uma vez, a ideia de objetificação da mulher e o poder atribuído a ele sobre a situação.

Quando falamos de objetificação do corpo feminino estamos nos referindo à banalização da imagem da mulher, com a superioridade da aparência sobre outros aspectos que as definem enquanto indivíduos.

Figura 2

Vídeo publicizado no Youtube do episódio do programa

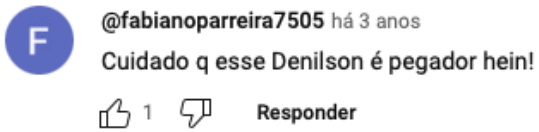
Canal oficial do Jogo Aberto no Youtube (Jogo Aberto, 2018).

Na ocasião, Renata ainda, afasta o colega de trabalho quando entende o tom da brincadeira, mas o “jogo de cintura” prevalece. Mas até quando essa postura mais “passiva” precisa se repetir para que as pessoas não vejam esse tipo de assédio e sexualização com um olhar mais crítico? Ou ainda: o que

existe por trás da recepção desses telespectadores imersos em uma cultura machista para continuarem midiatizando esses comentários e o próprio discurso?

Figura 3

Comentário de telespectador



(Jogo Aberto, 2018).

A partir dessa pesquisa de recepção com os telespectadores do Jogo Aberto, é possível entendermos a gravidade discursiva no cenário futebolístico e no jornalismo esportivo quando as mulheres estão inseridas neste meio. Enquanto à recepção, por se tratar de um caminho de subjetividade, a comunicação inserida na mesma acaba se tornando uma questão de mediações mais que de meios, dentro de seus aspectos culturais.

Partindo, contudo, das mediações culturais de Barbero, destacamos a importância dos estudiosos em comunicação em compreender um público que está em constante mudança em relação ao consumo de mídia, já que as plataformas digitais estão cada vez mais presentes no cotidiano dos receptores. O processo de midiatização e circulação dos conteúdos não se desvinculam do cotidiano e da construção de imaginários, como, por exemplo, da cultura do machismo, que podem ser pontos-chave para a realização de futuras pesquisas na área comunicacional.

REFERÊNCIAS

Barbero, J. (2013). *Dos meios às mediações. Comunicação, cultura e hegemonia.* Editora UFRJ.

Barros, L. M. (2012). Recepção, mediação e midiatização: conexões entre teorias europeias e latinoamericanas. In M. A. Mattos, J. Janotti Junior, & N. Jacks (Orgs.), *Mediação & midiatização* (pp. 79-105). EDUFBA.

Goelnner, S. V. (2005). Mulheres e futebol no Brasil: entre sombras e vulnerabilidades. *Rev. bras. Educ. Fís. Esp., São Paulo, 19*(2), 143-151

Herschmann, M., & Lerner, K. (1993). *O futebol e o jogo do bicho na "Belle Époque" carioca.* Diadorim.

Jogo Aberto. (2019, julho 20). *Denilson aproveita Dia do Amigo para abraçar Renata* [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=zbQG8FRs7cU

Thardiére, M. (1940). As Mães Fortes Fazem Filhos Fortes. *Revista Educação Physica*, (37), 60.

O conteúdo esportivo nas plataformas de streaming: uma análise audiovisual

Ana Carolina Campos de Oliveira
Cristiane Turnes Montezano
Susana Azevedo Reis

Esporte e mídia, por anos, caminham de mãos dadas. Das notícias nos jornais às transmissões de competições nos mais diversos meios, o esporte se configura enquanto um negócio rentável, principalmente no meio audiovisual, e a relação entre ambas as partes é quase impossível de ser dissociada no contexto atual. Para além da televisão, no entanto, o segmento esportivo também tem se estabelecido enquanto objeto de interesse de plataformas de streaming para a produção de conteúdo. A partir de um levantamento feito em cinco das principais plataformas de streaming disponíveis no Brasil (Netflix, Star+, HBO Max, Prime Video e Globoplay), foi possível encontrar um grande universo de conteúdos sobre esporte - desde a transmissão ao vivo de competições, até filmes e documentários abordando a temática sob diversos aspectos.

É a partir deste contexto que o presente trabalho tem como objetivo compreender como são construídas as séries documentais sobre personalidades, times e eventos esportivos, nas plataformas de streaming, tendo como escopo principal aquelas que possuem como tema o futebol. Acreditamos que

muitas dessas narrativas oferecem uma estrutura baseada na Jornada do Herói (Campbell, 1992) e apontam esta enquanto uma tendência na produção de conteúdo esportivo, para além daquele já feito na televisão. O mito do herói apresenta-se como uma marca do conteúdo informativo esportivo que permanece na identidade da cobertura de esportes, independente do meio de comunicação na qual se insere. Com foco na história de atletas e personalidades específicas ou nos próprios bastidores de clubes populares, as séries documentais sobre o esporte acabam por firmar acordos com atletas e empresas, em uma relação comercial bem parecida com aquela que também se estabeleceu na televisão no que diz respeito à cobertura esportiva, intimamente ligada ao processo de espetacularização (Debord, 1997).

A partir dos dados obtidos no levantamento, optamos por escolher enquanto recorte para este estudo a temporada mais recente da série "All or Nothing", com foco no clube inglês Arsenal, do Prime Video (serviço de streaming que apresenta maior catálogo com conteúdos esportivos), e também um conteúdo de mesma proposta disponibilizado na plataforma Globoplay, com a série "Até o Fim - Flamengo Campeão da Libertadores 2019" . Iremos realizar uma análise comparativa das duas séries documentais, procurando semelhanças e diferenças entre elas.

Utilizando a metodologia de Análise da Materialidade Audiovisual (Coutinho, 2016, 2018), pretende-se observar os objetos a partir da avaliação da "unidade texto+som+imagem+tempo+edição, em toda sua complexidade, de códigos, sentidos e símbolos" (Coutinho & Mata, 2018). A metodologia permite que através de algumas etapas possamos realizar uma observação do objeto calcada em nossos objetivos de pesquisa e referencial teórico

Realizada essa etapa preliminar na qual o produto jornalístico a ser analisado foi mapeado com relação aos aspectos acima descritos, e outros

que podem ser adicionados pelo pesquisador em diálogo com seu referencial teórico, e depois de definir-se os eixos de avaliação, tendo em vista o problema de pesquisa, o momento é de montagem da ficha de leitura/ avaliação. (Coutinho, 2016)

Como referencial teórico principal de nossa análise utilizaremos a "Estrutura narrativa mítica na construção de histórias de vida em jornalismo", proposta por Monica Martinez (2022), amparado pelo conceito da Dramaturgia da Telejornalismo, desenvolvida por Iluska Coutinho (2012). Martinez (2022), a partir de estruturas anteriores da Jornada de Herói, constrói 12 etapas para a estrutura mítica dentro do jornalismo. São elas: Cotidiano; Chamado à Aventura; Recusa ao Chamado; Travessia do Primeiro Limiar; Testes, Aliados, Inimigos, Encontro com a Deusa; Caverna Oculta; Provação Suprema; Recompensa; Caminho de Volta; Ressurreição e Retorno com o Elixir. Já Coutinho (2012) pressupõe que os produtos telejornalísticos apresentam como base estruturas narrativas literários e dramatúrgicas para o desenvolvimento de suas narrativas, pois "o noticiário de televisão é espaço para que experimentamos os pequenos e grandes dilemas cotidianos, emoções de anônimos e autoridades, editadas segundo uma série de características que as aproximam das narrativas de ficção, do terreno da (tele) dramaturgia" (Coutinho, 2012, p. 2), e cremos que este tipo de dinâmica se assemelha ao que é visto em estruturas de documentários. Assim, a partir da comparação dos documentários, será possível compreender como esses produtos audiovisuais constituem suas narrativas frente a este recente modelo de consumo.

Referências

Campbell, J. (1992). *O herói de mil faces*. Ed. Pensamento.

Coutinho, I. (2012). *Dramaturgia do telejornalismo: a narrativa da informação em rede e nas emissoras de televisão de Juiz de Fora-MG.* Ed. Mauad X.

Coutinho, I. (2016). *O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível* [Trabalho apresentado]. XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Intercom, São Paulo, SP, Brasil.

Coutinho, I. (2018). Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual: da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade. In C. Emerim, I. Coutinho, & C. Finger (Orgs.), *Epistemologias do telejornalismo brasileiro* (Coleção Jornalismo Audiovisual, Vol. 7). Insular.

Coutinho, I., & Mata, J. (2018). *Um telejornal e um método para chamar de nossos: uma reflexão sobre telas, fronteiras e modos de olhar* [Trabalho apresentado]. 16º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, SBPJor, São Paulo, SP, Brasil.

Debord, G. (1997). *A Sociedade do Espetáculo*. Ed. Contraponto.

Martinez, M. (2022). *Jornada do Herói: a Estrutura Narrativa Mítica na Construção de Histórias de Vida em Jornalismo*. Ed. Insular.

Mesa 12: Estudos sobre Cinema

Mesa 12: Estudios sobre Cine

Dorotea Bastos
Osvando de Morais
Jerónimo Rivera
Coordenadores

Los festivales de cine ambiental y su gestión. Una aproximación desde sus directores

Mixzaida Yelitza Peña Zerpa

Los estudios de festivales de cine son recientes. Los lentos avances se reducen a un círculo reducido de investigadores localizados en su mayoría en el continente europeo y los Estados Unidos. Dos ubicaciones ya conocidas por el movimiento euro-norteamericano que dieron origen al cine que disfrutamos hoy en día.

A pesar del interés interdisciplinario sobre dichos eventos culturales, las producciones relacionadas con la gestión siguen siendo escasas, más si se tratan de festivales especializados como los ambientales cuyos objetivos son muy particulares. Una situación crítica en el mundo, pero más aún en Latinoamérica cuyos eventos han estado invisibilizados dentro y fuera de la región. No solo por los medios de comunicación sino por la propia literatura española. Entonces, surge la necesidad de ser abordados epistémicamente desde diferentes objetos de estudio dado su proliferación más allá de los festivales de cine reconocidos en el mundo (tipo A).

Actualmente, existen más de 6000 festivales de cine (Loist, 2016) ubicados en diferentes continentes y países. Dentro de este grupo, América Latina cuenta con más de quince (15) festivales de cine de temática ambiental.

La mayor concentración está distribuida geográficamente en América del Sur, seguida por América Central y luego América del Norte.

Los escasos estudios en materia de gestión en el campo de los festivales de cine ambiental en Latinoamérica han motivado a la investigadora el desarrollo de una investigación que busca generar una aproximación teórica para la gestión de los festivales de cine ambiental desde las voces de los directores de Festiverd, Cinema Planeta y Patagonia Eco Film Fest.

Metodología

De acuerdo a los intereses y propósitos de investigación, será bajo el enfoque cualitativo dentro del Paradigma Fenomenológico Interpretativo. Se seleccionaron los directores de festivales de cine ambiental de tres países latinoamericanos (México, Argentina y Venezuela) con diferentes ubicaciones espaciales y origen en la línea del tiempo. Mediante entrevistas a profundidad se busca comprender desde sus voces la gestión de un festival de cine ambiental.

Resultados

La aproximación teórica puede sustentarse en ocho enfoques: evento, proyecto, sostenibilidad, cultural, integración, sistémico, estratégico e incertidumbre. Aunque los autores comparten un conjunto de elementos para la gestión de un festival de cine, los significados develan la convergencia de algunos. Un dinamismo que concentra la cultura organizativa, la gestión propiamente dicha, el director y el fenómeno en sí. Se entiende desde el punto de vista ontológico que el hombre es el centro de la gestión de un festival de cine ambiental. Una situación que implica que las realidades no existen si no hay un conjunto de actores de interés.

El conocimiento científico generado surge producto de las interacciones entre actores (investigadora, autores, los directores entrevistados) y su

contexto. Un nuevo conocimiento consolidado, más profundo y válido emerge como construcción total en nuestras mentes que permite ver el todo y las partes. Una estructura que no escapa de la influencia del contexto, los actores de interés, la cultura y la misma sociedad reflejada por valores. Una posición que permite el diálogo entre el sujeto y el fenómeno de estudio por medio de una dialéctica que apunta a un sistema donde intervienen los actores inmersos en una constante comunicacional que amalgama no sólo las relaciones entre personas sino los procesos.

Reflexión Final

Es necesaria desde las redes de festivales de cine ambiental una gestión sustentada en la cooperación internacional que permita apoyar las diferentes gestiones de festivales de cine ambiental. Directrices generales para el establecimiento de elementos, procesos y posibles relaciones dentro de la gestión propiamente dicha: procesos formativos, investigativos, gestión de obstáculos y recursos que impulsen metas y objetivos no solo individuales sino también colectivos. Se hace referencia a: (a) La creación de plataformas digitales de formación que permitan impulsar el proceso enseñanza aprendizaje en los países más vulnerables. (b) La creación de un departamento de gestión de riesgo que proteja a los festivales de cine ambiental más frágiles y débiles que tienden fácilmente a desaparecer con el tiempo.

Referencia

Loist, S. (2016). The Film Festival Circuit: Networks, Hierarchies, and Circulation. En M. de Valck, B. Fredell, & S. Loist (eds.), *Film Festivals. History, Theory, Method, Practice*. (pp. 49-64). Routledge. https://www.researchgate.net/publication/321137661

A revista Cahiers du Cinéma e a recepção crítica do grupo Dziga Vertov

Murilo Bronzeri

O Maio de 68 teve diversas implicações no cinema francês, e algumas dessas implicações são percebidas na trajetória da *Cahiers du Cinéma*, uma revista francesa sobre cinema, criada em 1951 por Jacques Doniol-Valcroze, André Bazin e Lo Duca, e considerada como uma das mais importantes revistas de cinema do mundo. Como demonstra Daniel Fairfax (2021), a política era de extrema importância para a *Cahiers* no final dos anos 1960 e anos 1970, que se aproximou do PCF (Partido Comunista Francês) entre os anos de 1969 e 1971, quando o PCF estava descreditado por tentar sufocar as greves de Maio de 1968, e depois se aproximou do maoísmo, em 1972 e 1973, quando o movimento pró-China já estava em declínio na França. E, sobre a relação de Godard com a *Cahiers*, pode-se dizer que o diretor era de fato um ponto de referência constante da revista. Além disso, a evolução política de ambos acontecia de forma, mais ou menos, alinhada.

Porém, entre 1969 e 1971, os laços entre o diretor e a revista se afrouxam devido ao desprezo de Godard pelo alinhamento pró-PCF da *Cahiers* (Fairfax, 2021, p. 298), e apenas em maio de 1971 a *Cahiers* volta a falar de

Godard e dos filmes do Grupo Dziga Vertov — coletivo criado em 1968 por Jean-Luc Godard e Jean-Pierre Gorin, então editor cultural do Le Monde, que se dissolveu em 1972 — quando Bonitzer (1971, p. 41) publica seu artigo *Réalité de la dénotation*, afirmando que os filmes do Grupo Dziga Vertov, como *Vento do leste* e *Pravda*, ofereciam a possibilidade de abrir o cinema para a cena da economia política. E, na edição de outubro de 1971, pode-se dizer que a amizade entre a revista e Godard volta de fato.

Assim, a pretensão deste artigo é oferecer ao leitor de português um acesso às recentes contribuições que vêm sendo feitas por pesquisadores em outras línguas, principalmente quanto à história da revista durante o período e como ela lidou com os filmes do Grupo Dziga Vertov. É possível que alguém ainda se pergunte qual a importância de retomar a história da Cahiers du Cinéma e do Grupo Dziga Vertov hoje. Primeiramente, os filmes do Grupo Dziga Vertov são obras que demoraram para chegar ao Brasil. Foi só em 2005, com uma mostra no Centro Cultural Banco do Brasil, que os filmes foram exibidos pela primeira vez no país (Almeida, 2005, p. 6). Além disso, o estudo do Grupo Dziga Vertov permite uma compreensão maior de filmes que desafiam as formas narrativas e estéticas tradicionais e que podem inspirar cineastas a explorar novas formas de expressão cinematográfica ao abordar questões pertinentes à realidade brasileira. Esse estudo é também uma forma de fomentar discussões nos países lusófonos sobre filmes que vêm sendo feitos com temas políticos e que retratam acontecimentos recentes e debatem questões sociais.

Referências

Almeida, J. (2005). *Grupo Dziga Vertov*. Witz.

Bonitzer, P. (1971). “Réalité” de la dénotation. *Cahiers du cinéma, 229*, 39-41.

Fairfax, D. (2021). *The red years of Cahiers du Cinéma (1968-1973): volume I: ideology and politics*. Amsterdam University Press.

Ecos de Caravaggio: chiaroscuro em O poderoso chefão

Bernardo Fontaniello
Francine Ferreira de Nardi Golia

Eu acredito na América. A América fez minha fortuna. Eu criei minha filha à maneira americana. Tais as linhas que iniciam O poderoso chefão, de 1972, dirigido por Francis Ford Coppola e baseado no livro de Mario Puzo. São as palavras que o agente funerário Amerigo Bonasera declama para seu padrinho, Don Vito Corleone, o chefão da máfia ítalo-americana numa Nova Iorque de meados dos anos 1940. Bonasera tem com o Don no dia do casamento de sua filha Connie, quando a tradição siciliana infere que o padrinho não pode negar um pedido de seus afilhados. O agente funerário está sedento de vingança contra os rapazes que espancaram e abusaram de sua filha; porém Bonasera só vem ao Don quando a justiça do Estado falha e ele se vê de mãos atadas para defender sua menina.

Em março de 2022 completaram-se cinquenta anos do lançamento de O poderoso chefão nos cinemas, o que reavivou o interesse pelo longa de Coppola. Também em 2022, o serviço de streaming Paramount+ lançou uma série ficcional em dez capítulos, The offer, baseada na saga de Albert S. Ruddy

para produzir O poderoso chefão e romantizando para o streaming os conturbados bastidores da produção do filme.

A série, baseada nas lembranças de Ruddy sobre seu trabalho em tirar do papel o texto de Puzo e projetar na tela a visão de Coppola, apresenta uma narrativa semi-fantasiosa ao exagerar nos acontecimentos para fruir o interesse do público em acompanhar dez episódios da história de um novato produtor de Hollywood que tenta montar aquela que se tornaria uma das obras cinematográficas mais célebres e aclamadas da indústria cultural.

Dessa forma, The offer reaviva a leitura de O poderoso chefão a partir de um ângulo da indústria cinematográfica, não apenas do sentido estético dos milhares de críticos e críticas que se debruçaram ali desde 1972, mas a partir da plasticidade do filme, do trabalho de Gordon Willis na fotografia, e de como a construção poética de uma obra se desdobra em percepção estética e, novamente, em poética e em estética, num ciclo de produção e interpretação que nutre a indústria midiática.

Além da narrativa sequencial, a arte cinematográfica também é plástica. A fotografia de Gordon Willis para O poderoso chefão usa da plasticidade da pintura para compor os quadros cinematográficos, aliando a técnica à narrativa. Tido como um marco do uso de luz e sombra no cinema da nova Hollywood, O poderoso chefão traz ecos das obras de Michelangelo di Caravaggio em sua cinematografia.

As técnicas e a poética de Caravaggio apresentam dramaticidade por meio do uso revolucionário do chiaroscuro, ou claro-escuro, contrastando luz e sombra, que valorizam o efeito plástico, direcionando a atenção e o olhar do público de maneira intencional. As variações de luminosidade em suas composições, modelam formas e projetam sentimentos, que caminham entre conflituosas sensações de vestígios de vida e morte.

O realismo e o naturalismo do artista, ao apresentar a natureza tal como é, e ao realizar pinturas de gênero, isto é, contendo cenas de representação da vida cotidiana, oferecem uma espécie de organização compositiva dentro das cenas que trazem um ritmo à leitura de seus quadros.

Nesse sentido, a representação imagética contida nas obras de Caravaggio operam como um teor dramático, elaborado principalmente a partir das escolhas e do enfoque que o artista optava ao utilizar recortes e determinados enquadramentos em suas representações figurativas, que também auxiliam e influenciam diretamente na percepção do observador, trazendo impressão de proximidade.

Neste texto abordar-se-ão o contexto da nova Hollywood, as relações entre a fotografia de O poderoso chefão e as técnicas plásticas de Caravaggio e, por fim, produzir-se-á uma análise da cena de abertura do filme a partir dessas elucubrações e da articulação de técnicas cinematográficas, para que se possa compreender como a poiesis se torna aisthesis a partir da experiência sensível do público ao consumir uma obra cultural.

Aftersun: elementos cinematográficos em uma autobiografia emocional

Lucas Fontanella Ferraz

O filme "Aftersun", lançado em 2022 e dirigido pela diretora Charlotte Wells, apresenta as memórias de uma adolescente de onze anos, Sophie, durante uma viagem de férias com seu pai na Turquia. A obra explora a relação entre os dois, mesclando memórias felizes com momentos tensos, enquanto pai e filha buscam uma conexão e lidam com seus dramas pessoais.

Em uma entrevista para a Variety, a diretora Charlotte Wells descreve o filme como "não exatamente autobiográfico, mas emocionalmente autobiográfico", inserindo partes de si mesma nos personagens ao longo da escrita. Essa afirmação levanta questões em relação à definição de autobiografia.

Na literatura, segundo Lejeune (2008), podemos definir como uma autobiografia uma "narrativa retrospectiva em prosa que uma pessoa real faz de sua própria existência, quando focaliza sua história individual, em particular a história de sua personalidade". O autor completa que para a existência de uma autobiografia "é preciso que haja relação entre o autor, o narrador e o personagem".

Com esta definição, pode compreender o que de fato a autora quis dizer: o filme não é exatamente a vida dela, porém é fruto de experiências e lembranças vividas, o aproxima o filme de uma autobiografia, mas sem necessariamente se utilizar dos recursos específicos do gênero.

Em contrapartida, Doubrovsky (1977 como citado em Martins, 2014) introduz o termo autoficção como uma forma de escrita que não se enquadra na categoria de autobiografia, que é algo reservado para pessoas importantes e com um tom mais requintado. A autoficção é uma ficção baseada em eventos e fatos estritamente reais, confiando a linguagem a uma aventura da própria linguagem, desvinculada da sabedoria e da sintaxe do romance tradicional ou contemporâneo.

Martins (2014) também discorre sobre o termo autoficção e diz:

> Na autoficção, o autor não escreve sobre a sua vida seguindo, necessariamente, uma linha cronológica. Em contraponto com a autobiografia tradicional, a autoficção também não tenta dar conta de toda a história de vida de uma personalidade. A escrita autoficcional parte do fragmento, não exige início-meio-fim nem linearidade do discurso; o autor tem a liberdade para escrever, criar e recriar sobre um episódio ou uma experiência de sua vida, fazendo, assim, um pequeno recorte no tempo vivido.

Neste contexto, o filme "Aftersun" pode ser visto como uma forma de autoficção, explorando fragmentos de experiências e lembranças vividas, aproximando-se de uma autobiografia, mas sem utilizar os recursos específicos do gênero.

Com estes conceitos em mente, podemos adentrar no objetivo principal deste trabalho, que é o de realizar uma análise do filme, com foco na estética e na representação da fragmentação da memória e da personalidade paternal do ponto de vista de Sophie, a filha pré-adolescente. Pretende-se explorar como

as escolhas técnicas e narrativas ajudam a montar o quebra-cabeça da mente da personagem, combinando lembranças vividas com aprendizados, além de abordar as nuances do relacionamento entre pai e filha.

Para isso, utilizaremos a metodologia esquematizada por Penafria (2009), com uma análise de imagem e som, onde a "análise entende o filme como um meio de expressão". Este tipo de análise tem foco no "espaço fílmico e recorre a conceitos cinematográficos, o modo como o realizador concebe o cinema e como o cinema nos permite pensar e lançar novos olhares sobre o mundo".

O artigo analisará cenas em que podemos enxergar a importância das técnicas cinematográficas para a construção do sentido. Seja nas cenas em que a trilha sonora nos diz quase que exatamente o que as personagens estão sentindo, ou ainda em cenas onde a luz (ou a falta dela) realiza um contra-ponto com o estado emocional destas pessoas. A montagem também tem um papel muito importante na narrativa, onde vemos mesclas do passado com o presente, que nos ajudam a formar uma visão única daquilo que foi vivido naquelas férias.

"Aftersun" se configura como uma obra de autoficção interessante para analisarmos pois se utiliza de elementos estéticos muito característicos para representar a figura paterna e as memórias da filha. Através da iluminação contrastante, trilha sonora, posicionamentos de câmera e montagem não linear, o filme transmite os sentimentos presentes na narrativa, permitindo ao espectador discernir as nuances dos momentos retratados e compreender a construção de sentido proposta.

Referências

Lejeune, P. (2008). *O pacto autobiográfico: de Rousseu à internet.* Editora da UFMG.

Martins, A. F. (2014). *Autoficções: do conceito teórico à prática na literatura brasileira contemporânea* [Tese de doutorado, Pontifícia Universidade Católica do Rio grande do Sul]. repositorio.pucrs.br. https://hdl.handle.net/10923/5746

Penafria, M. (2009). *Análise de Filmes -conceitos e metodologia(s)* [Trabalho apresentado]. VI Congresso SOPCOM https://bocc.ubi.pt/pag/bocc-penafria-analise.pdf

Ramachandran, N. (2022, May 21). Charlotte Wells on Cannes Critics' Week Film "Aftersun": "I Got More and More of Myself Into Both Characters." *Variety*. https://variety.com/2022/film/global/charlotte-wells-aftersun-cannes-critics-week-1235267354/

Wells, C. (Diretora/Roteirista). (2022). *Aftersun* [Mubi]. A24.

Construcción de personajes en el cine clásico: la definición de la meta y de la motivación de los protagonistas

José Patricio Pérez-Rufí
Andrea Cruz-Elvira
Alba Aragón-Manchado

Este trabajo tiene por objetivo el análisis textual audiovisual del personaje protagonista en el cine clásico de Hollywood a partir de dos categorías aplicadas en su construcción: la meta de su acción y la posible motivación subyacente.

El concepto de cine clásico de Hollywood "es una construcción teórica realizada sobre la base de un sistema unificado de práctica cinematográfica, coherente y constante pese a sus múltiples matices" (Pérez-Rufí, 2010). Dicho concepto se basa en argumentos como el de "sistema de práctica cinematográfica", entendido como una "serie de normas estilísticas ampliamente aceptadas que confluyen con un sistema integral de producción que a su vez sostiene dichas reglas" (Bordwell et al., 1997, p. XIV). De esta manera, "nos hallaríamos ante un sistema constante donde las normas formales y estilísticas se crean y toman forma dentro de un modo de producción" (Pérez-Rufí & Pérez-Rufí, 2018, p. 550).

El objetivo principal de esta investigación es atender a las metas y a las motivaciones del sujeto narrativo en el análisis de su construcción, por cuanto los actos de un individuo se suponen relacionados causalmente con sus rasgos psicológicos, sus móviles y sus objetivos. En segundo lugar, se evalúa la calidad de meta y motivación en la creación del personaje a partir de los criterios de Seger (1991).

El estudio de la motivación de los personajes responde a la necesidad de conocimiento de las razones por las que se comporta y reacciona de un modo determinado. La lógica causal de los discursos narrativos clásicos impone la actuación del protagonista impulsado por un motivo a fin de lograr un propósito concreto (Tomashevski, 1991; Propp, 1981; Chion, 1988; Vale, 1989; Seger, 1991; Vanoye, 1991; Pérez-Rufí, 2016).

En este trabajo se aplica un análisis textual audiovisual de la construcción del personaje (Casetti & Di Chio, 2017) que, partiendo en primer lugar de la identificación de los protagonistas, a continuación reconoce los tipos de meta más frecuentes y las razones que justifican dichas metas. Se ha tomado una muestra de obras representativas.

Este trabajo propone la hipótesis de que se siguieron tendencias en la creación de los personajes protagonistas en el cine clásico y que, además, estas tendencias fueron orientadas hacia la configuración de un modelo narrativo basado en las relaciones de causa y efecto y en la funcionalidad de la caracterización de los protagonistas para lograr dicha causalidad. En este modelo paradigmático, por lo tanto, la definición de meta y motivación con claridad da sentido al modelo narrativo del cine clásico.

Los resultados del análisis nos llevan a concluir que el personaje protagonista en el cine clásico cuenta con metas y motivaciones en la mayor parte de los casos. En el cine clásico, el personaje protagonista juega un papel

fundamental en el desarrollo de la trama. Aunque su comunicación puede no ser nítida, es evidente que en la mayoría de los casos cuenta con metas y motivaciones subyacentes en su discurso. Sin embargo, su comunicación no siempre es nítida, de tal forma que, aunque subyacen en el discurso, no son transmitidas con claridad, pero siguen siendo un componente esencial en la caracterización del héroe.

La caracterización del héroe va a estar condicionada por la meta y la consiguiente motivación que las tramas establecen. La motivación resulta pues un recurso dramático plenamente funcional con un fin lógico y concreto: supone la base de la credibilidad que pudiera poseer la narración articulada en torno a la acción del protagonista. Si la motivación no está claramente establecida, la narración se debilita y puede perder impacto en el espectador.

En la narración débil el nexo entre motivo, intención de actuación y objetivo huye de la evidencia con que se presenta en la narración fuerte. En contraste, en una narración fuerte, el vínculo entre el motivo, la intención de actuación y el objetivo del personaje es evidente. El espectador puede comprender las motivaciones del protagonista y seguir su trayectoria con mayor facilidad. Esto aumenta la implicación emocional y la conexión entre el público y el héroe de la historia. La motivación del personaje es, por lo tanto, un recurso dramático fundamental para la credibilidad de la narración y el cine clásico de Hollywood logra así una narración sólida y convincente.

Referencias

Bordwell, D., Staiger, J. & Thompson, K. (1997). *El cine clásico de Hollywood*. Paidós.

Casetti, F. & Di Chio, F. (2017). *Cómo analizar un film*. Paidós.

Chion, M. (1988). *Como se escribe un guión*. Cátedra.

Pérez Rufí, J. P. (2010). El diálogo como elemento caracterizador en el cine clásico. *Espéculo: Revista de Estudios Literarios*, (44). https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3177857

Pérez Rufí, J. P. (2016). Metodología de análisis del personaje cinematográfico: Una propuesta desde la narrativa fílmica. *Razón y palabra*, (95). https://revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/685

Pérez Rufí, J. P., & Pérez Rufí, M. I. (2018). La función narrativa del vestuario en el cine: La apariencia física del personaje cinematográfico como elemento de caracterización en el cine clásico de Hollywood. *Razón y palabra*, (101), 547-568. https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1093

Propp, V. (1981). *Morfología del cuento*. Fundamentos.

Seger, L. (1991). *Cómo convertir un buen guión en un guión excelente*. Madrid: Rialp.

Tomashevski, B. (1991). Temática. En Jakobson *el al*. (Autores) *Teoría de la literatura de los formalistas rusos*. Siglo Veintiuno.

Vale, E. (1989). *Técnicas del guión para cine y televisión*. Gedisa.

Vanoye, F. (1991). *Guiones modelo y modelos de guion. Argumentos clásicos y modernos en el cine*. Paidós.

El backstory como elemento de caracterización del protagonista en el cine clásico de Hollywood

Andrea Cruz-Elvira
Alba Aragón-Manchado
José Patricio Pérez-Rufí

Podemos entender el pasado de un personaje como aquella información que caracteriza al personaje y que forma parte de la vida de los caracteres previa al inicio del relato desarrollado en el filme. De acuerdo con Field (1995), esta "vida interior" abarca la existencia del individuo desde su nacimiento hasta el inicio de la narrativa en la película, un proceso en el que el personaje va tomando forma. Según Seger (2000), esta "historia de fondo" (*backstory*) proporcionaría dos tipos distintos de información. En primer lugar, se refiere a los acontecimientos pasados que tienen un papel directo en la estructura de la historia. En segundo lugar, se refiere a la biografía del personaje, lo que ayuda a comprender mejor su desarrollo y personalidad dentro de la trama. Otros trabajos destacan la importancia del *backstory* para dotar a los personajes de autenticidad y profundidad (Johnson, 1995; Trottier, 1995; Vale, 1989; Puig, 1990; Seger, 2000).

El objetivo principal de este trabajo es analizar la cantidad de información proporcionada sobre la vida pasada de los personajes y evaluar con ello su relevancia y función dentro de la narración. Como segundo objetivo, al realizar esta evaluación, se quiere comprender cómo la información del pasado de los personajes influye en la construcción de sus identidades y cómo sus experiencias previas moldean su comportamiento y desarrollo a lo largo de la historia. La exploración detallada de estos elementos nos permitirá determinar qué papel juega el pasado de los personajes en el contexto de la narrativa y cómo contribuye a la trama general.

Para lograr estos objetivos se aplica una metodología de análisis textual en la construcción del personaje inspirado en los conceptos de Casetti y Di Chio (2007) y en los listados de rasgos caracterizadores de personajes (Field, 1995; Seger, 2000; Galán-Fajardo, 2006; Guarinos-Galán, 2009; Pérez-Rufí, 2016; Valverde-Maestre & Pérez-Rufí, 2020). De forma más precisa, se registran todos los detalles que aborden su historia previa, tales como nacionalidad, origen familiar, entorno social, aspectos religiosos, recuerdos de la infancia y su formación, y se contrasta su funcionalidad en el relato. Este análisis se aplica sobre un corpus de filmes que puedan considerarse canónicos con respecto a un modelo clásico de cinematografía, como puede ser el cine producido por los estudios de Hollywood durante su Era Dorada (1930-1960). Dada la imposibilidad de tomar todo de esta práctica cinematográfica, se ha tomado una muestra de filmes paradigmáticos por su representatividad.

Los resultados del análisis nos llevan clasificar a los protagonistas en tres categorías según la importancia narrativa de su pasado, tanto en la construcción de su personaje como en la relación con los eventos presentados en la historia. Los tres grupos son los siguientes:

1) Personajes en los que la vida pasada es absolutamente independiente a los acontecimientos del relato desarrollado en el filme.

2) Personajes en los que la vida pasada tiene una importancia relativa en la trama.

3) Protagonistas en los que la vida pasada es determinante en el desarrollo del relato.

De forma general, podemos concluir que la exposición de la vida pasada del protagonista es evitada en el discurso clásico. Esta información poseerá un carácter funcional por cuanto su presencia va a justificar acontecimientos posteriores que serán mostrados en la narración. La vida pasada o *backstory* es esencial para la construcción del personaje, como datos que influyen en su personalidad y en su comportamiento. Además, el pasado puede justificar la relación con otros personajes y condicionar el desarrollo de la trama. Cuando se menciona la vida interior de un personaje y esta referencia no se vincula directamente con algún evento o situación que le dé sentido, se logra proporcionar más profundidad al protagonista. Sin embargo, existe el riesgo de que esta exposición de información no funcional pueda detener el avance de la trama.

Referencias

Casetti, F., & Di Chio, F. (2007). *Cómo analizar un film*. Paidós.

Field, S. (1995). *El libro del guión*. Plot.

Galán-Fajardo, E. (2006). Personajes, estereotipos y representaciones sociales. Una propuesta de estudio y análisis de la ficción televisiva. *Revista ECO-PÓS*, *9*(1), 58-81. https://cutt.ly/1fxPHhD

Guarinos-Galán, V. (2009). Fenómenos televisivos teenagers: prototipias adolescentes en series vistas en España. *Comunicar*, *33*(17), 203-211. https://doi.org/10.3916/c33-2009-03-012

Johnson, M. C. (1995). *The scriptwriters´s journal*. Focal Press.

Pérez-Rufí, J. P. (2016). Metodología de análisis del personaje cinematográfico: Una propuesta desde la narrativa fílmica. *Razón y Palabra*, *20*(95), 534-552. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199550145034

Puig, J. (1990). *La redacción de guiones para cine, televisión y radio*. Mitre.

Seger, L. (2000). *Cómo crear personajes inolvidables*. Paidós.

Trottier, D. (1995). *The screenwriter´s bible*. Silman-James Press.

Vale, E. (1989). *Técnicas del guión para cine y televisión*. Gedisa.

Valverde-Maestre, Á. M. & Pérez-Rufí, J. P. (2021). Sex Education (Netflix): representación de adolescents LGTBIQ+ como recurso dramático. *Zer*, *26*(50), 167-184. https://doi.org/10.1387/zer.22528

As mediações na fruição cinematográfica digital

Heloísa Castilho Fernandes

Este trabalho propõe uma reflexão sobre as diversas mediações presentes no processo de produção de sentido e fruição de obras cinematográficas na sociedade midiatizada. As novidades tecnológicas possibilitaram mudanças que otimizaram a comercialização de obras cinematográficas, como as plataformas digitais e consequentemente, a fruição cinematográfica e a cultura fílmica foram transportadas para o meio digital e não permanecem centradas nas salas físicas de cinemas. Ao considerar a fruição estética como uma combinação das referências pessoais do espectador com as referências e elementos da obra, notamos que a produção de sentido está ligada também à partilha destes efeitos. A experiência estética está relacionada com os afetos envolvidos na fruição da obra, trabalhados de maneira profunda, e não apenas como conexões emocionais superficiais momentâneas, e é desenvolvida através de um processo de expressão e comunicação da experiência vivida de maneira interacional, portanto, faz-se complexa e não limita-se àquilo que o sujeito da fruição sente, está relacionada também com a sua formação sociocultural, segundo Braga (2010). De acordo com Orozco (2005), é possível organizar as

mediações em categorias cognitivas, situacionais, institucionais e, por fim, as mediações de referência, juntamente com as mediações, é necessário levar em conta a midiatização da sociedade e como ela age simultaneamente na produção de conteúdos e na fruição do espectador. Neste contexto, é válido refletir sobre a fruição digital através das mediações comunicativas da cultura, conforme teorizado por Martín-Barbero (2004), uma combinação entre as mediações e os efeitos da midiatização, em que as diversas mídias estabelecem as conexões sociais e culturais, envolvendo relações de relacionamento, trabalho e artes, e engloba a sociedade e também todas suas questões de produção e consumo cultural. Ao assistir um filme, a interpretação e leitura de seus elementos não está concretizada na obra e nas expressões de seu realizador, mas é construída através da experiência estética, em que o espectador relaciona suas referências pessoais e culturais - e também os afetos atingidos naquele momento - com as questões exibidas, produzindo os sentidos da obra. É válido citar também que a recepção não é concretizada apenas em determinado momento temporal ou físico, a interação com a mídia é contínua, através de redes sociais, transmídias e conexões de comunicação. O processo de interpretação também está presente na fruição, na produção de vídeos e textos explicativos sobre filmes, e construção de sentidos através de críticas, reflexões e produções de fãs. A fruição digital possibilitou também mudanças no consumo, promovendo conexões entre diversos nichos de interesse, promovendo novos alcances e oportunidades para assistir filmes em diversos lugares e horários, uma fruição não mais submetida a geografia ou temporalidades de lançamentos e exibições presenciais. Considerando o papel de atuação comercial político de ideias, na distribuição cinematográfica é realizado um recorte daquilo que pode tornar-se visível e quais tipos de discursos e narrativas possuem validação e apreciação no âmbito social, estabelecendo sua participação no imaginário da população, e

excluindo as obras que não são consideradas válidas para o circuito comercial, relegadas ao esquecimento e espaços marginalizados (Sodré, 2006). É possível concluir, portanto, que as mudanças digitais, juntamente com as questões de mediações e midiatização, exercem influência não apenas sobre o sujeito da fruição e espectador de filmes, mas também sobre o mercado de distribuição digital e sobre a própria recepção cinematográfica de determinados circuitos comerciais.

Referências

Braga, J. L. (2010). Experiência estética & mediatização. In B. S. Leal, C. Mendonça, & G. Guimarães (Orgs.), *Entre o sensível e o comunicacional* (pp. 73-87). Autêntica Editora.

Martín-Barbero, J. (2004). *Ofício de Cartógrafo – Travessias latino-americanas da comunicação na cultura*. Edições Loyola.

Orozco, G. (2005). O telespectador frente à televisão: uma exploração do processo de recepção televisiva. *Communicare, 5*(1), 27-42.

Sodré, M. (2006). *As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política.* Vozes.

As imagens, medium e mediação do SER: cópias ou reproduções como figurações aproximadas

Osvando de Morais

O ***SER*** em sua dinâmica heideggeriana produz imagens como instrumento de conhecimento. Esta constatação corresponde a uma das indagações mais importantes do século XXI. Entender a imagem como mídia na atualidade é entender o momento. O termo mídia soa como uma repetição trivial, mas paradoxalmente tem um poder transformador imenso. Este caráter transformador serve para avaliar a tecnologia no nosso contexto e ao mesmo tempo ressaltar as lacunas que não são percebidas e muito menos pensadas em relação à tecnologia como ferramenta de produção de imagem. Nosso propósito, neste trabalho, é o de analisar a teoria das "Imagens Mentais" de Jean Piaget e Bärbel Inhelder na discussão sobre a constante necessidade da atualização do conceito forjado de mídia digital, tendo como centro as imagens "eidéticas", para entender e pensar o SER que experimenta outras percepções e sensações e que concebe um sistema de sequência de associações instantâneas entre imagens, processo de recognição típico do contexto cultural atual.

Não é nosso objetivo repetir discussões sobre o que já foi exaustivamente discutido e muito menos fazer um resumo dos complexos problemas

tecnológicos, mas situar este SER que se reconstrói a todo instante, assimilando os acontecimentos em um contínuo com configurações estáveis por instantes. Estas imagens são i instrumentos de domínio que representam estados de domínios ou figurações que se sobrepõem, se confundem e interferem no todo midiático.

Nesta análise da imagem como mídia e como objeto cultural, nosso interesse neste trabalho é o de reavaliar as ideias sobre as máquinas que registram imagens e analisa-las como forma e também como prolongamento da percepção do SER que pode ser considerada indissociável deste mesmo SER. No entanto, é preciso explicar a formação da imagem e estabelecer detalhadamente como as imagens fazem a mediação direta nos vários processos de reprodução: cópias estáticas e cópias cinéticas. A hipótese da imagem como prolongamento da percepção não é suficiente para explicar sua produção, no contexto do século XXI. Os processos de interiorização e percepção mudaram. O tempo rápido e instantâneo deforma ou criam outra forma, os reflexos rápidos e sobrepostos de várias imagens embaralham. O inteligível não é mais essencial. O que importa é o que os sentidos podem perceber.

Neste processo de produção de imagem, os sentidos não conseguem perceber ou percebem de forma não convencional (Gumbrecht). Os argumentos são injustificáveis. O entendimento, conforme as ideias de Gadamer, só é conseguido submerso no irracional. Assim, à imagem está reservada um sentido colocado em contraponto com o inteligível. Explica-se o resultado como um enigma. Neste mesmo sentido, Aristóteles contribui, justificando a imagem como imitação, uma passagem para o fictício, o instável e o inacessível.

Referência

Gumbrecht, H. U. (2010). *Produção de presença: o que o sentido não consegue transmitir.* Contraponto.

Emoção no documentário e humanização da luta agrária no Brasil: considerações sobre a ética e os Outros em Terra para Rose

Luma Laís Souza Perobeli

Segundo Nichols (2012), os filmes de ficção podem se contentar com a incredulidade do público diante de suas histórias, mas, ao contrário, os de não ficção frequentemente requerem reação positiva aos significados e valores que transmitem. Esses tentam estabelecer determinado ponto de vista, convencer de que um recorte é melhor que outro, encorajar a crença de que o mundo representado no filme é real. E representação quer dizer precisamente isto: um repertório de enunciados com valores e visões de mundo encarnados, uma forma viva de mediação, um terceiro elemento que existe na relação de dois (Comolli, 2008).

No lugar de atores profissionais, como é o caso das ficções, os filmes de assertividade pressuposta (Carroll, 2005) geralmente trabalham com pessoas "reais", personagens de trás das câmeras que encarnam representações de si mesmas para serem atores sociais diante de todo o aparato que as envolvem – equipes, equipamentos, roteiro, intenção, relação contratual etc.

Por isso mesmo, adiciona-se ao documentário alta necessidade de reflexão ética sobre as possibilidades e impasses da representação do outro.

Ramos (2005) reflete sobre as relações de auteridade no cinema e identifica três campos éticos do documentário no século XX: o da missão educativa, o do recuo e o chamado participativo-reflexivo, este último que vigora até os dias de hoje e se caracteriza pelo reconhecimento da não transparência da imagem. Um dos métodos adotados pelos cineastas para tentar contemplar tal preocupação ética é tomar o documentário como um potencializador da reflexão e agir motivado por uma não aceitação do mundo tal como ele é: "querem intervir na realidade, transformá-la, denunciar suas injustiças, debatê-las com um público mais ampliado" (Guimarães & Lima, 2007, p. 155). Este parece ser o caso da diretora Tetê Moraes, que utiliza do campo ético participativo-reflexivo para potencializar as ações de um movimento sem-terra em defesa da reforma agrária.

Terra para Rose (Moraes, 1987) registra a ocupação da fazenda Annoni, no Rio Grande do Sul, feita em 1985. A cineasta Tetê Moraes chega ao acampamento um ano depois do seu início e começa um filme para abordar os problemas agrícolas do Brasil, como as políticas de reforma agrária, a justiça e o dia a dia dos camponeses do MST, Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra, recém-criado naquele momento. Muito pela morte de uma das militantes, Rose, enquanto o filme ainda estava em produção, a diretora vê nas figuras femininas o fio ideal para contar esse registro, que busca humanizar a pauta agrária através da representação do Outro.

Neste sentido, por meio de dispositivos de observação, este trabalho questiona em que medida o documentário *Terra para Rose* dá conta da questão ética que entrelaça realizador, sujeito filmado e espectador. Parte da hipótese de que a diretora aposta na construção da reflexividade como saída ética para

mostrar o outro de classe estigmatizado, mas que, na montagem dialética para encenar a luta de classes, acaba por caricaturar a figura de Bolívar Annoni, proprietário da fazenda ocupada.

Conforme características da obra relacionadas com o problema proposto, três eixos de análise foram criados: 1) emoção no documentário; 2) posição ideológica; e 3) nuances da representação. O primeiro propõe refletir sobre as estratégias que contribuem para gerar emoção e humanização acerca da narrativa agrária. O segundo se refere ao posicionamento contrário da realizadora à ideologia dominante, evidente tanto na escolha de dar protagonismo às mulheres quanto no discurso contra-hegemônico que transmite. Por fim, o terceiro eixo estabelecido abrange a ética do documentário na representação do outro de classe e também na responsabilidade com o que emite ao espectador.

Esta pesquisa se justifica por possibilitar melhor conhecer o universo fílmico do qual este objeto é parte – a trilogia sobre reforma agrária da cineasta Tetê Moraes – e por fazer um exercício à literacia fílmica, que trata da forma com a qual os cidadãos compreendem as produções audiovisuais. Conclui que, assim como Moraes e Veiga da Silva (2019) defendem a subjetividade do jornalismo como ferramenta de descolonização de grupos historicamente marginalizados pela mídia ocidental, em *Terra para Rose* a subjetivação do coletivo na figura das mulheres é usada como ferramenta de descriminalização do movimento para garantir laços de empatia e emoção com a audiência e anular qualquer possibilidade de reforço da epistemologia dominante.

Referências

Carroll. N. (2005). Ficção, não-ficção e o cinema da asserção pressuposta: Uma análise conceitual. In: F. Ramos (Ed.), *Teoria contemporânea do cinema: Documentário e narrativa ficcional* (pp. 69-104). SENAC.

Comolli, J. L. (2008). *Ver e poder: A inocência perdida – cinema, televisão e documentário.* Editora UFMG. https://bit.ly/3drs3I9

Guimarães, C., & Lima, C. S. (2007). A ética do documentário: O Rosto e os outros. *Contracampo*, (17), 145-162. https://doi.org/10.22409/contracampo.v2i17.356

Moraes, F., & Veiga da Silva, M. (2019). *A objetividade jornalística tem raça e tem gênero: A subjetividade como estratégia descolonizadora*. [Trabaalho apresentado]. Anais do XXVIII Encontro Anual da Compós, Porto Alegre, RS, Brasil. http://bitly.ws/P3e9

Moraes, T. (Diretor). (1987). *Terra para Rose* [filme]. VemVer Comunicação.

Nichols, B. (2012). *Introdução ao documentário*. Papirus.

Ramos, F. P. (2005). A cicatriz da tomada: Documentário, ética e imagem intensa. In F. Ramos (Ed.), *Teoria contemporânea do cinema: Documentário e narrativa ficcional* (pp. 159-227). SENAC.

Estruturas Narrativas e o Produção de Sentido em The Royal Tenenbaums

Isabela Nunes Ribeiro

A pesquisa propõe analisar a construção dos personagens e seus percursos narrativos no filme Os Excêntricos Tenenbaums, do diretor americano Wes Anderson, utilizando a abordagem da semiótica do texto. Por meio de uma análise qualitativa, serão exploradas as características individuais, motivações e questões de cada um dos indivíduos inseridos no contexto. Além dos recursos cinematográficos utilizados na montagem, compreendendo como esses elementos contribuem para a reflexão sobre a profundidade dos relacionamentos retratados no filme. O objetivo é fornecer uma exposição e reflexão sobre as temáticas enunciadas na obra.

O cinema expressa e retrata constantemente questões do cotidiano, proporcionando uma reflexão profunda sobre a natureza humana e a profundidade de nossas interações e dinâmicas dos relacionamentos. Somos inseridos em um ambiente que nos convida a explorar as motivações, as emoções e os dilemas dos personagens, estabelecendo uma conexão íntima entre a narrativa e o espectador.

A escolha dos recursos utilizados nas montagens cinematográficas cria uma atmosfera cativante e imersiva, onde através de diferentes pontos de vista e vivências compreendemos o enredo como um todo. O filme apresenta percursos individuais de personagens da família Tenenbaum, e introduz também as similaridades entre os dilemas e questões de cada um deles em relação a sua família. A trama apresenta tempos diferentes, sendo divididos no presente e retratando o passado, justificando o contexto de cada indivíduo envolvido. Essa abordagem não linear confere um ritmo único ao filme, cativando o espectador e mantendo-o engajado na história.

No longa, o diretor apresenta a história de uma família e o cotidiano singular de cada um de seus membros, desenvolvendo uma narrativa intrigante e um percurso marcado por reviravoltas emocionais e evoluções pessoais. Por meio da construção de cada personagem e de sua relação com os outros personagens, o filme apresenta uma grande variedade das estruturas narrativas, destacando a importância do percurso narrativo na compreensão e apreciação de uma história.

Aqui, exploraremos os personagens principais de Os Excêntricos Tenenbaums e como suas trajetórias se cruzam e são fundamentais para o desenvolvimento do enredo e a construção de significado no filme.

Durante o desenvolvimento da trama, conhecemos todos os membros da família Tenenbaum, começando pelo patriarca, Royal (Gene Hackman), um pai distante, que é introduzido ao público através da separação de sua esposa, Etheline (Anjelica Houston). O narrador conta que Royal e Etheline se casaram, tiveram três filhos e se separaram - mas nunca legalmente.

Em seguida, são introduzidas as crianças, Chas (Ben Stiller), Margot (Gwyneth Paltrow) e Richie (Luke Wilson). Cada um deles, com seus interesses e vocações singulares, tiveram um momento em que a vida pessoal foi

afetada por questões emocionais, muitas vezes ligadas à família e principalmente - Royal.

Chas é um empresário obsessivamente preocupado com a segurança, lida com a morte traumática de sua esposa e se torna superprotetor em relação aos seus dois filhos. Margot, uma escritora de sucesso, esconde segredos obscuros, enquanto Richie, um talentoso tenista, está emocionalmente abalado e envolvido em um amor platônico por sua irmã adotiva, Margot.

Após um longo período de afastamento, Royal finge ter uma doença terminal para se reconciliar com sua esposa e filhos. À medida que a falsa doença de Royal se desenrola, cada membro da família Tenenbaum passa por uma jornada de autoconhecimento e confronto com suas questões internas.

Estes elementos podem ser analisados através da semiótica do texto e alguns de seus recursos como o Programa Narrativo e objeto-valor. Compreendemos, portanto, a integralidade das narrativas e as diversas maneiras com as quais se desdobram ao interagir com elementos complementares do texto, ou seja, cada personagem analisado possui o seu percurso narrativo, e como suas individualidades convergem com os demais durante a trama.

A preocupação socioambiental e o ativismo a partir de uma representação audiovisual amadora: veredas documentais do pescador Nilton, o Capiau

Adriano Medeiros Rocha

Esta investigação apresentará um dos novos agentes realizadores de um cinema socioambiental digital brasileiro. Nilton César, mais conhecido como Capiau, é pescador artesanal e registra, através de produções audiovisuais amadoras, seu cotidiano às margens do Rio da Onça. Ele constrói narrativas possíveis de aproximação aos filmes documentais e que, ao mesmo tempo, destoam da unidade básica da indústria cinematográfica. A partir de um recorte no acervo produzido por este protagonista, interessa perceber as principais características narrativas e estéticas contidas em suas produções, difundidas publicamente pelo canal do Youtube Casa do Capiau. Neste sentido, as relações entre essa mídia e as práticas culturais adotadas pelo realizador serão abordadas. A pesquisa também busca entender as formas e estratégias de produção e difusão deste acervo levando em conta a perspectiva da temática de preocupação socioambiental.

Saberes e conhecimentos tradicionais de ribeirinhos, que são passados de geração em geração, influenciam na formação de identidade das comunidades e dos indivíduos que ali pertencem. Reconhecer as mudanças nos meios de comunicação ocasionadas pelo avanço das novas tecnologias e considerar o desdobramento destas mutações nos modos de conexão com esses saberes é um passo importante para se considerar as narrativas audiovisuais autônomas como pertencentes ao campo documental.

Como foi introduzido, nesta pesquisa interessa analisar um recorte do trabalho do pescador artesanal Nilton César, mais conhecido como Capiau, que também é produtor de vídeos difundidos a partir da web. No canal *Casa do Capiau* ele publicou sua primeira produção em 24 de setembro de 2015. Hoje, a publicação está com 55.708 visualizações, e sua página conta com 171 mil inscritos.

Naquela janela de exibição, o realizador apresenta seus vídeos de pescarias, rodas de causos, conversas e violas, técnicas e dicas do preparo dos peixes, encontros em ranchos da região do Rio da Onça, em Embaúba – interior de São Paulo, além de uma visão ambientalista que revela a importância da manutenção e preservação do patrimônio natural. A partir do conjunto formado pelo seu acervo - dentro de um *cinema fragmentado*, este personagem revela uma relação íntima com o Rio da Onça e uma percepção sensível a respeito dos conflitos e injustiças ambientais. De acordo com Francisco Elinaldo Teixeira (2004) uma das tendências do documentário contemporâneo é a interseção visível entre o lugar do realizador e a câmera como o olhar que o representa.

É notável que a representação do modo de vida registrado em suas produções revela uma visão que não perpassa pelos meios tradicionais do cinema documental, mas transita nas teorias que abrangem as narrativas autônomas

e independentes. O resultado disso é uma representação de que possui menor interferência de filtros e padrões clássicos de produção.

Aqui serão analisadas algumas dessas obras audiovisuais amadoras buscando semelhanças a conceitos que também se relacionam com o cinema documental. Pretende-se compreender as relações que são reveladas *no fazer fílmico* do pescador, uma vez que essas narrativas prosaicas disponibilizadas na rede remetem a reflexões sobre os lugares de existência do cinema. O registro da interação entre Capiau e aquilo que ele documenta pode ajudar a compreender a versão deste personagem representado dentro da linguagem audiovisual, acerca de suas vivências, aprendizados e memórias.

Através do referido canal, Capiau disponibiliza conteúdos que antes eram repassados pela linguagem oral com limitações como a perenidade e o próprio alcance. Assim, as redes sociais possibilitaram um novo meio por onde esse conhecimento pode ser ecoado e difundido. Neste ponto da pesquisa, o conceito de lugares de memória, trabalhado por Pierre Nora (1998), também parece bastante dialógico com esta proposta.

Referências

Junqueira, A. R. (2012). *O lugar da memória no documentário* [Trabalho apresentado em congresso]. XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Fortaleza, CE, Brasil.

Nora, P. (1998). Entre Memória e História: a problemática dos lugares. *Projeto História* 10. https://revistas.pucsp.br/index.php/revph/article/view/12101

Teixeira, F. E. (2004). Eu é outro: documentário e narrativa indireta livre. Em F. E. Teixeira (Org.), *Documentário no Brasil: tradição e transformação*. Ed. Summus.

Análise fílmica de Os deuses e os Mortos (1970) e Mudar de Vida (1966) dos Regimes Autoritários de Brasil e Portugal

Raíssa da Silveira Pimentel

Esse projeto de pesquisa tem como proposta analisar as obras do período autoritário da ditadura de Portugal e do Brasil entre 1960 e 1970, sendo as obras selecionadas Os deuses e os mortos (1970), de Ruy Guerra (Brasil) e Mudar de Vida (1966) de Paulo Rocha. O que se pôde refletir em ambos os países, a priori, foi o caráter opressor e repressor nas produções fílmicas. Por meio da censura, os regimes autoritários interferiam nas produções culturais que tivessem conteúdo de mensagens que fossem contrárias ou que criticassem a ideologia oficial, como foi o caso da intolerância aos filmes que faziam acusações sociais sobre a realidade do país ou que "ferissem" a ordem e os bons costumes. Outro ponto em comum, foi a utilização dos meios de comunicação de massa, como instrumentos de propaganda política e de manipulação da opinião pública. Esta ação, deve-se pelo fato de o cinema e o rádio serem os principais meios midiáticos da época (Giddens, 2008). Por esse motivo, a indústria cinematográfica e audiovisual foram alvos das ditaduras para a implementação de seus governos. Nesse sentido, esta apropriação dos

meios cinematográficos para a difusão de propagandas políticas e controle do cinema, expande as possibilidades para uma análise sobre os usos e as intenções de quem exerce a máquina cinematográfica em determinado recorte temporal de uma sociedade. Dessa forma, devido às leis implementadas e censura política institucionaliza, as ditaduras forçaram os cineastas dos anos 60 e 70 a encontrarem uma nova maneira de filmar e revelar o que não podia ser falado. Com a finalidade de não terem suas películas barradas pelas medidas censórias, alguns cineastas – como os diretores selecionados para esse estudo – recorreram ao uso das alegorias em suas películas como estratégia de resistência diante do contexto repressivo. Logo, as obras de Ruy Guerra e Paulo Rocha propõem um desafio e permeiam a resistência, apelando para a forma poética e o olhar inquietante à recusa dos ditames da sociedade totalitária, permanecendo críticos a elas. Ao retratarem as questões de seus países, projetaram na esfera familiar em suas narrativas fílmicas, os retratos da subalternidade e dominação dos indivíduos que viviam naquele período. Posto isso, este estudo pretende analisar e compreender de que maneira as ingerências dos regimes políticos autoritários influiu nas obras cinematográficas e quais mecanismos foram utilizados pelos ditadores para censurar os filmes. A partir disso, a pesquisa propõe analisar se houve diferenças ou semelhanças no processo censório do Brasil e de Portugal. Sendo assim, a partir desses filmes, busca-se a compreensão sobre a maneira que as obras cinematográficas construíram seus olhares sobre o período histórico da ditadura civil-militar no Brasil e no Estado Novo em Portugal. Para tanto, o material metodológico do estudo contempla a análise documental e bibliográfica, assim como o referencial metodológico de Walter Benjamin (1984), em que potencializará a pesquisa, principalmente com o conceito de alegoria, uma vez que este pode ser visto como uma ferramenta utilizada por parte dos cineastas durante os governos

autoritários. Em relação ao método comparativo, pretende-se compreender os mecanismos da censura em um governo ditatorial e como o mesmo influiu nas liberdades de expressões culturais. Para o historiador Marc Bloch, praticar o método comparativo – em ciências humanas – é "procurar, para explicar, as semelhanças e diferenças patenteadas por séries de natureza análogas, tiradas de meios sociais diferentes" (1928, p. 114). Consiste, neste caso, na possibilidade de se examinar sistematicamente como um mesmo problema atravessa realidades histórico-sociais distintas. Sendo o cinema uma fonte para além dos textos escritos, Marc Ferro (1992) apontou que por meio da materialidade do filme, podemos compreender as problemáticas ideológicas, o contexto social e as relações sociais de determinada época. Assim, as produções fílmicas podem ser consideradas uma fonte essencial e relevante para a compreensão da História e, por este motivo, o cinema foi escolhido como objeto de análise nesta pesquisa. Ao propor a análise histórica e o pensamento imagético, é possível colocar um olhar profundo, crítico e complexo daquela sociedade. Logo, o estudo sobre as problemáticas da censura e dos governos autoritários, torna-se um tema necessário a ser debatido e analisado – além do reforço à memória e de preservar os conhecimentos históricos destes períodos.

Referências

Benjamin, W. (1984). *Origem do drama trágico alemão.* Ed. Brasiliense.

Bloch, M. (1928). *Pour une histoire comparée des sociétés européenes. Revue de Synthèse Historique.* Ed\. Renaissance du Livre.

Ferro, M. (1992). *Cinema e História.* Ed. Paz e Terra.

Giddens, A. (1008). *Sociologia.* Calouste Gulbenkian.

Por uma metodologia de análise fílmica a partir da Direção de Arte

Dorotea Souza Bastos
Milena Leite Paiva
Theresa Medeiros

O estabelecimento de caminhos metodológicos para a investigação no campo do audiovisual constitui relevante e esclarecedora etapa do processo de pesquisa. Desde a análise inicial do tema e objeto a serem pesquisados, percebe-se que o trabalho final resultante desse processo pode compreender tanto a elaboração de conceitos e sua problematização, quanto a produção artística, e que os artefatos criados e observados no âmbito da pesquisa devem evidenciar e explicar os conceitos e obras investigados.

Diante das possibilidades de enfoque da pesquisa em audiovisual, várias são as questões que norteiam e abrem novos caminhos investigativos, o que pode ser percebido pelas diversas produções existentes na área, tanto em nível de graduação, em que os estudantes concluintes aproximam-se, cada vez mais, do fazer artístico, como em nível de pós-graduação, momento em que os estudantes-pesquisadores se deparam com as exigências acadêmicas da criação de conceitos e da produção científica.

Como docentes e orientadoras de trabalhos acadêmicos e artísticos, percebemos a existência de lacunas na bibliografia específica sobre a Direção de Arte, especialmente no que diz respeito a uma metodologia de análise fílmica a partir deste aspecto. Essa situação provoca algumas imprecisões sobre os caminhos de organização da pesquisa e os suportes teóricos a respeito dos processos de criação, produção e esquematização de ideias em Direção de Arte, além de questionamentos acerca de como gerenciar e agregar as diversas possibilidades disponíveis de pesquisa em âmbito geral, o que implica, muitas vezes, em incoerência metodológica ou mudança no tema da pesquisa.

A proposição de um trajeto metodológico coerente com a realidade de pesquisadores do campo imagético no audiovisual mostra-se fulcral ao desenvolvimento de uma proposta investigativa específica, levando à proposição de uma estruturação possível para o desenvolvimento de pesquisas na área da Direção de Arte, capaz de promover uma partilha de saberes em termos de produção científica e artística, neste campo complexo e interdisciplinar.

A partir dessa observação, buscamos formar um conjunto distinto de formas metodológicas que combinasse aspectos de ordem criativa e técnica, considerando o cenário de hibridismo de uma investigação a partir da análise da Direção de Arte audiovisual, buscando o equilíbrio entre criação, produção, análises teóricas e a criação de conceitos na pesquisa em audiovisual.

Desse modo, a proposta de percurso metodológico que pretendemos desenvolver parte de uma confluência de conceitos e caminhos investigativos chegando a uma proposição de metodologia de análise fílmica a partir da Direção de Arte no audiovisual, que leva em consideração as especificidades deste campo, analisando cenografia, maquiagem, efeitos visuais e figurino, servindo de base para a proposição desta metodologia autores como Vera Hamburger (2014), Jullier Laurent e Michel Marie (2009), Jacques Aumont (2009) e Cecília

Salles (2016), que contribuem significativamente para a escolha e a compreensão dos caminhos percorridos. Esses autores são basilares nesse percurso metodológico, proporcionando a realização de uma investigação complexa, que atenda às práticas de criação fílmica a partir da composição visual e aos rígidos critérios acadêmicos de investigação.

Nesta concepção que aqui apresentamos, entende-se que a análise fílmica a partir da Direção de Arte se configura como um exercício de sistematização de ideias e modos de leituras, mas também a materialização de projetos, processos, conceitos e vivências resultantes da investigação artística no audiovisual.

Referências

Aumont, J. (2009). *A análise do filme.* Edições Texto & Grafia.

Hamburger, V. (2014). *Arte em cena, a direção de arte no cinema brasileiro.* Editora Senac.

Laurent, J., & Marie, M. (2009). *Lendo as Imagens do Cinema.* Ed. Senac.

Salles, C. A. (2016). *Redes da criação - construção da obra de arte.* Editora Horizonte.

A intertextualidade da guerra: Harry Potter e as Relíquias da Morte e o Nazismo de Hitler

Letícia da Silva Lima
Liliane de Lucena Ito

O termo "intertextualidade" inicialmente com foco apenas no campo literário, passou a empregar outras produções: imagéticas e midiáticas. É um conceito que engloba o texto como um todo e as relações do texto com outros textos, com o sujeito, com o inconsciente e com a ideologia (Zani, 2003). De acordo com Fiorin (1999), sua ocorrência é compreendida por três processos: citação, alusão e estilização. Na citação, o processo ocorre firmando-se em explicitar os elementos do discurso e a vozes que se comunicam entre si. Na estilização, os elementos já existentes de um discurso são reproduzidos na intenção de reestilizá-los. E o processo de alusão constrói a reprodução de uma ideia já discursada e conhecida pelo público, possibilitando o entrecruzamento de discursos que dialoguem com o sujeito e seu inconsciente, bem como realizado no objeto de estudo desta pesquisa, em relação ao filme "Harry Potter e as Relíquias da Morte parte 2", lançado no ano de 2011.

Em toda a produção de *Harry Potter* a narrativa emprega o termo "sangue ruim" para distinguir aqueles que eram nascidos de pais bruxos daqueles

que não eram, sendo estes considerados uma “raça inferior”. Perseguidos pelo vilão principal da trama *Lorde Voldemort* e seus aliados, aqueles que não eram filhos de legítimos *bruxos*, eram perseguidos e torturados até a morte. Determinado contexto nos leva a refletir sobre a intertextualidade com eventos reais da Segunda Guerra Mundial, como *Hitler* e a crença da soberania da raça ariana, considerada como “pura” dentro do regime nazista e a perseguição para com todos aqueles que ele considerava de raça "impura". Os títulos das guerras trazidos pela narrativa também se assemelham aos títulos reais da história. Sendo a primeira guerra intitulada "Primeira Guerra Bruxa" e a segunda, representada no filme em questão, como "Segunda Guerra Bruxa", e em análise, parte do processo de citação dentro do estudo de intertextualidade.

Neste artigo, o objetivo é realizar análise qualitativa sobre a intertextualidade entre este e outros elementos da narrativa do último filme da franquia *Harry Potter* e acontecimentos históricos da Segunda Guerra Mundial. O estudo pretende responder, a partir de revisão bibliográfica e do conceito de intertextualidade de Fiorin (1999) questões como: haveria semelhanças entre *Voldemort* e *Hitler?* Como uma adaptação literária, o filme traz todos os elementos formais e/ou semânticos contidos no livro, em relação à Segunda Guerra? O apoio em tal intertextualidade buscaria enfocar algum nicho de público, para além do infanto-juvenil, que é o consumidor principal da obra de J. K. Rowling?

Acredita-se que, a partir do estudo, seja possível contribuir aos estudos do campo da Comunicação e do Cinema, em especial, uma vez que será evidenciada a contribuição da intertextualidade como recurso potente na narrativa ficcional, capaz de provocar emoção e identificação, seja de forma consciente ou inconsciente (Chartier, 2002).

Referências

Chartier, R. (2002). *A História Cultural: entre práticas e representações*. Difel.

Rowling, J. K. (2017). *Harry Potter - Harry Potter e as Relíquias da Morte.* Editora Rocco.

Zani, R. (2003). Intertextualidade: considerações em torno do dialogismo. *Em Questão, 9*(1), 121–132

Salas de cinema e ecologia dos meios: Atrações, ambientes e fantasmas

Wilson Oliveira da Silva Filho
Márcia Bessa

Esse trabalho tem como objetivo compreender as salas de cinema como ambientes midiáticos a partir de uma concepção que se relaciona tanto com o campo da ecologia dos meios (*media ecology*) quanto aos estudos em torno do cinema de atrações – conceito elaborado por Tom Gunning para designar a um só tempo os primórdios do cinema e uma forma estética, sensorial de pensar o cinema. Ao refletir sobre os lugares da exibição de filmes, ampliando-os para além da sala que hoje predomina, o cinema no shopping, nosso intuito envereda por compreender o cinema como um envoltório sensorial e ecológico sempre aberto às possibilidades que novas mídias trazem para os estudos de cinema para além dos filmes. Para tal, a *media ecology* e suas aberturas interdisciplinares nos parecem ótimo ponto de partida para que o cinema volte a habitar o lugar que o consagrou sem esquecer outros espaços e possibilidades. Muitas discussões aparecem em grupos de nostálgicos da sétima arte sobre a manutenção e reabertura de salas de cinema; surgem vis-à-vis diversos curiosos trabalhos artísticos que evocam memórias desses lugares. Em busca

dessas salas perdidas estão o Movimento CINERUA, CineRua PE, Volta Cine Petrópolis, entre tantos outros. Mas acreditamos que, de forma mais eficaz para a discussão proposta, trabalhos como o *work in progress* de cinema ao vivo "Cine Fantasma", idealizado por Paola Barreto, relacionando à sala de exibição do ponto de vista das fantasmagorias às memórias coletivas desses espaços, trazem um melhor entendimento dessa leitura ambiental das salas. Uma pajelança segundo Paola e, ao mesmo tempo, uma assombração que usa a projeção nas fachadas do que outrora eram salas de cinemas. O cinema em toda sua mistura de espaço, linguagem e sociabilidade transformado em performance audiovisual em tempo real e em diálogo com a memória do espaço (um lugar digital de memória de uma arte analógica), mas também com o registro visual/audiovisual que faz reviver temática importante e periférica ao nosso artigo: as lembranças do cinema. Um registro também *verbivocovisual* para usarmos a expressão de James Joyce, uma vez que essa performance em tempo real também se tornou um pequeno curta metragem documental com relatos dos envolvidos, a artista e o público.

A sala de cinema não nasce com os primeiros filmes, hoje ela precisa conviver com uma variedade de outros lugares e de um novo público. Parece estarmos diante de fenômenos que desafiam os lugares canonizados do cinema, a saber a sala de cinema, e de uma nova inerência das imagens como em projetos como o "Videurbe e "Projetemos", que transformam a cidade em tela. Em outras superfícies como as árvores nos trabalhos de Roberta Carvalho e as jangadas do Cine Jangada em Pernambuco, entre tantas possibilidades aparecem a ideia de projeção enquanto um fazer artístico que, estendendo McLuhan, transforma a superfície/meio em mensagem/massagem. Nesse cenário as plataformas de *streaming* despontam também como investidoras em salas de cinema - seja de forma direta como com a compra pela Netflix de

salas – o Paris (NY) e o Egyptian (LA) –, seja com as querelas envolvendo o lançamento dos filmes para concorrer a prêmio seguindo a lógica das janelas do mercado exibidor, seja ainda de forma remediada nos convencendo que suas produções são ainda cinematográficas.

Referências

Barreto, P. (2013). *Do cine ao vivo ao cine fantasma* [Trabalho apresentado]. 22º Encontro Nacional da Anpap, Belém, PA, Brasil.

Gunning, T. (1995). Uma estética do espanto: O cinema das origens e o espectador (in)crédulo. *Imagens*, (5).

McLuhan, M. (2002). *Os meios de comunicação como extensões do homem*. Cultrix.

Cinema e sociedade: representações dos sujeitos circunscritos pelos marcadores sociais da diferença sob a égide das dissidências sexuais e de gênero no cinema brasileiro

Francisco Arrais Nascimento

O conhecimento não é algo fragmentado, mas interdependente, interligado, interseccional. Conhecer significa compreender as dimensões da realidade, captar e expressar essa totalidade de forma cada vez mais ampla e integral, possibilitando assim, a não reafirmação enquanto parte fundamental na engenharia social baseada na exclusão. Na proposta de estudo aqui apresentado, a engenharia social atua no controle dos corpos, engendrada em uma interseccionalidade das relações de poder, raça, gênero e sexualidade que incidem sobre os corpos assujeitando-os, de modo a controlar suas práticas em uma produção serializada de sujeitos dóceis e economicamente viáveis sob a perspectiva do biopoder e consequentemente do capital. Frente a isso, objetivou-se analisar os modelos utilizados para representação social dos personagens circunscritos pelos marcadores sociais da diferença sob a égide das dissidências sexuais e de gênero no cinema nacional, permitindo assim,

vislumbrar como as vivencias das homossexualidades, das identidades de gênero e sexuais, além das orientações do desejo desviantes da norma hegemônica tem sido representadas no cinema nacional. Para tanto, utilizou-se de pesquisa qualitativa de cunho documental, apoiado em pesquisa bibliográfica, sob a forma de cartografia de documentos, para além de análise fílmica, permitindo assim uma aproximação com o objeto de estudo e uma melhor compreensão do discurso fílmico. Assim, ao adentrar o domínio das sexualidades não hegemônicas emerge-se um cenário balizado por um construto social multifacetado, dissidente e fronteiriço que atua não somente como forma de legitimação, mas constitui-se enquanto resistência. Ressalta-se que, a perspectiva da biologia atua enquanto um agente naturalizador da desigualdade em uma divisão binária, socialmente construída com o intuito de ocultar mecanismos que operam em prol da manutenção do poder, apagando toda forma de contestação e consequentemente de mudança social. Com isso, as memórias subterrâneas insurgem em cenários específicos onde as representações de sujeitos abjetos são influenciadas por contextos sociais, políticos, econômicos e culturais para além das lutas nas quais os grupos marginalizados auferem espaço. Logo, se pode compreender que, o universo fílmico analisado vislumbra toda uma construção social multifacetada, desviante e fronteiriça que apesar da atuação dos dispositivos de controle social, inscritos nos jogos de poder nos quais tais identidades e práticas estão imersas, conseguem fazer emergir discursos e representações do extrato social analisado, alocado enquanto abjeto em virtude dos proselitismos sociais para além da construção da divisão binária, arraigada ao machismo heteronormativo. As representações das sexualidades não hegemônicas foram, no decorrer da história, se distanciando do local destinado a elas pela visão proselitista, binária e machista onde as sexualidades não hegemônicas serviam para espetacularizar, realizar as fantasias sexuais

heteronormativas e tinham proximidade com o sexo oposto, via de regra embasada em uma visão biologizante. Esse afastamento gradativo pode ser observado nas produções ao comparar-se década a década a construção dos personagens e consequentemente das representações de personagens LGBTIQ+. Diante de tal construção histórica vislumbra-se que os ganhos auferidos pelos sujeitos LGBTIQ+. com relação à representação cinematográfica tem apresentado um maior grau de verossimilhança nas últimas décadas.

Documentário e representações do poder

Daniel Velasco

Esta comunicação e artigo buscam discutir as representações da grande política no cinema documentário contemporâneo, sobretudo aquele realizado a partir do processo de impeachment de Dilma Rousseff. Levaremos em conta o contexto desta produção para delinear os fatores que possibilitaram sua profusão e buscaremos discutir as consequências estéticas, políticas e produtivas desta produção.

Colocando-nos sobre os ombros dos *Filmes da queda de Dilma*, torna-se evidente a escassez de documentários sobre as figuras do poder realizados entre 1985 e 2016. Considerando apenas os filmes contrários ao golpe, e desbordando de modo a abranger "as Jornadas de Junho, a operação Lava Jato, a perseguição a Lula, o processo de impeachment, o governo Temer, as revelações da Vaza Jato, a ascensão da extrema-direita e a eleição de Jair Bolsonaro", Carlos Alberto Mattos listou nada menos que 50 documentários realizados entre 2013 e 2022.

Alguns fatores explicam tamanha profusão. De forma analítica, podemos agrupá-los em três grandes grupos:

(a) o evento em si, sua importância histórica, a atenção que filmes sobre ele inevitavelmente teriam, a sua narrativa intríseca do evento em si;

(b) o vigor/a robustez da produção audiovisual no Brasil. Este vigor, por sua vez, decorre de três fatos eventualmente relacionáveis: (1) a disseminação dos meios de produção entre um número maior de agentes produtores(as); (2) o advento de novos canais de distribuição; (3) o financiamento público de um número crescente de produções;

(c) a peculiar efervescência de parte da sociedade brasileira desde 2013 e, especialmente, durante o processo de cassação de Dilma Rousseff (mais de um terço dos filmes listados por Mattos abordam o Golpe de modo central).

A ausência da conjugação destes fatores possibilitam compreender a escassez de filmes contemporâneos ao governo e a destituição de Collor que os abordem: alguns curtas-metragens como *Memória* (Roberto Henkin, 1990) e *Deus tudo pode* (Marcelo Masagão, 1991) e nada mais. Sobre seu impeachment, talvez o maior evento de mobilização popular da Nova República antes das Jornadas de Junho, nada.

Como Collor poderia existir de forma cinematográfica se desde o início de seu governo combateu de forma eficaz o cinema e outros setores culturais brasileiros? No primeiro mês de seu governo, por meio da medida provisória nº 151/1990, extinguiu o Ministério da Cultura e a Embrafilme, revogando a lei nº 7.505/1986, a primeira lei incentivos fiscais brasileira voltado para produções de natureza cultural. Como consequência, em 1992, no ano do impeachment, apenas três longas-metragens nacionais chegaram ao cinema. Comparando-se com uma década antes, o patamar de ocupação dos cinemas por filmes nacionais despencou de 32,6% para um valor medido em casas decimais.

Muitos dos filmes que mencionamos, entretanto, não eram destinados aos cinemas: mas aos canais de televisão por assinatura e às distintas

plataformas de vídeo sob demanda (VoD). Se o advento destas é posterior ao impeachment de Collor, para nosso objeto específico quase pode-se dizer o mesmo dos canais pagos: em setembro de 1992, mês de abertura do processo, a TVA, principal distribuidora da época, retransmite apenas os canais Showtime, CNN, TNT, ESPN e Supercanal. Se pode-se argumentar a respeito da influência ou tentativa de influenciar o processo pela teleficção, como destacado por Roberto Abdala Junior (2012), a representação do processo ficou restrito à cobertura jornalística.

Em 1966, Bernardet escrevia: "a realidade brasileira não tem existência cinematográfica" (Bernardet, 2007, p. 30). Se uma década depois poderia-se pensar que estava-se diante de um processo de transformação inequívoca desta realidade, o naufrágio de 1990 torna apropriada a formulação de Laurent Desbois: "o cinema brasileiro nasceu num navio, num barco francês chamado Brésil, em 19 de junho de 1898, domingo, na baía de Guanabara. Desde então, não parou de oscilar" (Desbois, 2011). Novamente, oscilamos e a realidade é outra na segunda década do século 21. Para efeito de comparação, considerando-se apenas os filmes brasileiros que chegaram às salas de cinema, foram143 no ano do Golpe sofrido por Dilma Rousseff.

Quais as consequências estéticas da produção de numerosos filmes sobre um mesmo assunto? De que forma os espaços de exibição e as estratégicas de distribuição são influciadas por essa profusão? São algumas das perguntas que procuraremos responder.

Referências

Abdala Junior, R. (2012). Brasil anos 1990: teleficção e ditadura — entre memórias e história. *Topoi, 13*(25), 94-111.

Bernardet, J.-C. (2007). *Brasil em tempos de cinema.* Companhia das Letras.

Desbois, L. (2011). *A odisseia do cinema brasileiro.* Companhia das Letras.

RIA
Editorial

UTPL
La Universidad Católica de Loja