



ppgcom
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO DA UFJF

ufjf

CADERNO DE RESUMOS

**X JORNADAS
INTERNAS
DO PPGCOM UFJF**

21 E 22 DE NOVEMBRO

21 DE NOVEMBRO | TERÇA-FEIRA

PROCESSOS COMUNICACIONAIS E INTERFACES SOCIAIS

Comunicação e política | das 14h às 16h | sala 217

Coordenação: Paulo Roberto Figueira Leal

Mediação: Najla Márcia Nazareth dos Passos

Título: “O que falam e como falam os ex-outsiders de Minas Gerais?”: Uma análise das estratégias de comunicação de Romeu Zema (NOVO), Alexandre Kalil (PSD) e Carlos Viana (Podemos) nas eleições de 2022 e 2024

Autor(a): Arthur Raposo Gomes

Orientador(a): Luiz Ademir de Oliveira

Relator(a): Ana Resende Quadros

Título: Espetáculo e personalismo na sociedade midiaticizada: Análise da propaganda eleitoral dos candidatos Romeu Zema (Novo) e Alexandre Kalil (PSD) ao governo de Minas Gerais em 2022

Autor(a): Iuri Fontora Almeida

Orientador(a): Luiz Ademir de Oliveira

Relator(a): Arthur Raposo Gomes

Título: Mídia, gênero e conservadorismo na Estrada Real (MG): como mulheres eleitas em 2020 constroem suas representações nas redes sociais digitais

Autor(a): Najla Márcia Nazareth dos Passos

Orientador(a): Paulo Roberto Figueira Leal

Relator(a): Iuri Fontora Almeida

Título: CAMPANHA PERMANENTE E ESTRATÉGIA MUDIÁTICA: uma análise dos líderes da bancada BBB

Autor(a): Willian José de Carvalho

Orientador(a): Paulo Roberto Figueira Leal

Relator(a): Najla Márcia Nazareth dos Passos

Título: Como falamos de política para crianças e adolescentes: do jornalismo “hegemônico” às reações prosumers da Retrospectiva Animada

Autor(a): Sara de Moraes Bridi

Orientador(a): Paulo Roberto Figueira Leal

Coorientador(a): Jhonatan Mata

Relator(a): Willian José de Carvalho

Título: Brasil em Quadro: O enquadramento noticioso do The New York Times sobre o Brasil no período do governo Jair Bolsonaro

Autor(a): Ana Resende Quadros

Orientador(a): Luiz Ademir de Oliveira

Relator(a): Sara de Moraes Bridi

Comunicação e discurso | das 14h às 16h | sala 218

Coordenação: Telma Sueli Pinto Johnson

Mediação: Helena Cristina Amaral Silva

Título: BDSM made in Brazil: uma análise de discurso do fetichismo brasileiro

Autor(a): Fernanda Machado Alves Bonfim

Orientador(a): Wedencley Alves Santana

Relator(a): Ana Luísa Schuchter Rofino

Título: Da violência silenciada à violência silenciosa: um estudo sobre os efeitos de trauma no caso Leila Cravo

Autor(a): Gabrielle Sevidanes Alves

Orientador(a): Wedencley Alves Santana

Relator(a): Lucas Ribeiro Vaz Vitorino

Título: Psicopatologia e poder disciplinar: Uma análise discursiva da psicologia baseada em evidências

Autor(a): Lucas Ribeiro Vaz Vitorino

Orientador(a): Wedencley Alves Santana

Relator(a): Gabrielle Sevidanes Alves

Título: Memes macumbeiros: apagamento cultural na zona fronteira do discurso

Autor(a): Ana Luísa Schuchter Rofino

Orientador(a): João Paulo Carrera Malerba

Relator(a): Fernanda Machado Alves Bonfim

Comunicação e televisualidades | das 16h às 18h | sala 217

Coordenação: Iluska Maria da Silva Coutinho

Mediação: Talison Pires Vardiero

Título: Da página à tela: Intermedialidade na minissérie Capitu

Autor(a): Beatriz Coelho Ferreira

Orientador(a): Alvaro Joao Magalhaes de Queiroz

Relator(a): Paula Leão Delgado

Título: A morte (é)ditada: Um estudo da cobertura da pandemia pelo telejornalismo brasileiro

Autor(a): Caio Ferreira Silva

Orientador(a): Jhonatan Mata

Relator(a): Veruska Yasmim Paião Rocha

Título: COM O CORAÇÃO EXPOSTO: dramaturgia e violências contra a mulher em Pacto Brutal

Autor(a): Veruska Yasmim Paião Rocha

Orientador(a): Jhonatan Mata

Relator(a): Caio Ferreira Silva

Título: A FLA TV como canal da maior torcida do mundo: Um estudo sobre a produção de informação audiovisual na construção da marca Flamengo

Autor(a): Paula Leão Delgado

Orientador(a): Iluska Maria da Silva Coutinho

Relator(a): Beatriz Coelho Ferreira

Comunicação e inovação | das 16h às 18h | sala 218

Coordenação: Kérley Winkes

Mediação: Monique Ferreira Campos

Título: Violência e masculinismo: A misoginia presente nos conteúdos de Thiago Schütz, coach do movimento Red Pill no Brasil

Autor(a): Ana Luiza Vieira Moraes

Orientador(a): Luiz Ademir de Oliveira

Relator(a): Suély Zonta

Título: Viabilidades de remediação do rádio terrestre brasileiro na contemporaneidade

Autor(a): Helena Amaral

Orientador(a): Carlos Pernisa Júnior

Relator(a): Mariana de Toledo Lopes

Título: Plataformização, Poder e Resistência: Os enquadramentos das manifestações golpistas pós-eleição de 2022 na enciclopédia Wikipédia Lusófona

Autor(a): Suély Zonta

Orientador(a): Telma Sueli Pinto Johnson

Relator(a): Millena Gonçalves Constantino dos Santos

Título: As possibilidades de imersão na narrativa através da tecnologia e-Motion

Autor(a): Mariana de Toledo Lopes

Orientador(a): Carlos Pernisa Júnior

Relator(a): Helena Amaral

Título: A ficção científica brasileira na mídia: reflexões e influência na construção do imaginário tecnológico

Autor(a): Millena Gonçalves Constantino dos Santos

Orientador(a): Luiz Ademir de Oliveira

Relator(a): Ana Luiza Vieira Moraes

**22 DE NOVEMBRO | QUARTA-FEIRA
REDES, LINGUAGENS, MEMÓRIAS**

Comunicação, desinformação e mediação | das 14h às 16h | sala 217

Coordenação: Soraya Maria Ferreira Vieira

Mediação: Aurora Miranda Leão

Título: A mediação dos periódicos científicos na era da cultura digital

Autor(a): Adriana Aparecida de Oliveira

Orientador(a): Frederico Braida de Paula Rodrigues

Relator(a): Amanda Thomaz Monteiro

Título: Mediação, lógicas organizacionais e aparência pública de mulheres em contextos canônicos no Instagram: disputas, dilemas e tensões no/do contemporâneo

Autor(a): Amanda Thomaz Monteiro

Orientador(a): Rennan Lanna Martins Mafra

Relator(a): Adriana Aparecida de Oliveira

Título: Desafios da comunicação pública da ciência na era da desinformação

Autor(a): Bárbara Bastos de Lima Duque

Orientador(a): Gabriela Borges Martins Caravela

Relator(a): Marina Aparecida Sad Albuquerque de Carvalho

Título: Pandemia de covid-19 e desinformação: efeitos das checagens de fatos sobre a capacidade crítica de jornalistas e seu público

Autor(a): Marina Aparecida Sad Albuquerque de Carvalho

Orientador(a): Soraya Maria Ferreira Vieira

Relator(a): Bárbara Bastos de Lima Duque

Título: Ativismo social e comunicação pública da ciência em contextos mediados contemporâneos: um estudo a partir de @dexametajohnny

Autor(a): Daniel Lucas Santos da Silva

Orientador(a): Rennan Lanna Martins Mafra

Relator(a): Débora Oliveira

Título: Extremidades e Interconectividades de linguagens: o Influenciador Luccas Neto

Autor(a): Débora Oliveira

Orientador(a): Soraya Maria Ferreira Vieira

Relator(a): Daniel Lucas Santos da Silva

Linguagens e narrativas | das 14h às 16h | sala 218

Coordenação: Christina Ferraz Musse

Mediação: Susana Azevedo Reis

Título: Anúncios e denúncias: o Norte de Minas pelo olhar de sua gente

Autor(a): Indinayara Francielle Batista Gouveia

Orientador(a): Mariana Ramalho Procópio

Relator(a): Maurício João Vieira Filho

Título: Influenciadoras virtuais como condutoras de narrativas de vida em contextos contemporâneos: Lu da Magalu e suas amplificações comunicacionais

Autor(a): Laryssa Gabellini

Orientador(a): Mariana Ramalho Procópio

Relator(a): Indinayara Francielle Batista Gouveia

Título: Vidas LGBTQIA+ na pandemia de covid-19: apontamentos queer em/com narrativas escritas em primeira pessoa

Autor(a): Maurício João Vieira Filho

Orientador(a): Mariana Ramalho Procópio

Relator(a): Talison Pires Vardiero

Título: O acontecimento narrado na avenida: Os critérios de carnavalização do noticiário nos enredos críticos das escolas de samba cariocas

Autor(a): Rafael Otávio Dias Rezende

Orientador(a): Marco Aurélio Reis

Relator(a): Fernanda de Façanha e Campos

Título: Um beijo vale mais que mil palavras: a representação do homossexual masculino nas obras de Walcyr Carrasco

Autor(a): Talison Pires Vardiero

Orientador(a): Mariana Ramalho Procópio

Relator(a): Laryssa Gabellini

Título: O graffiti e a comunicação na cidade

Autor(a): Fernanda de Façanha e Campos

Orientador(a): Frederico Braida de Paula Rodrigues

Coorientador(a): Antonio Colchete Filho

Relator(a): Rafael Otávio Dias Rezende

Jornalismo e audiovisuais | das 16h às 18h | sala 217

Coordenação: Cláudia de Albuquerque Thomé

Mediação: Laryssa da Costa Gabellini

Título: Telejornalismo cidadão: Uma proposta conceitual

Autor(a): Elias Arruda

Orientador(a): Marco Aurélio Reis

Relator(a): Matheus Tamaino Brum

Título: Jornalismo de Soluções no Brasil: estudo de caso sobre as Funções e Competências da atividade no Brasil

Autor(a): Franciane Maria Silva de Freitas

Orientador(a): Marco Aurélio Reis

Relator(a): Graciele Soares de Carvalho

Título: A relação da imprensa com a imagem do treinador de futebol: Análise da Seleção Brasileira nas Copas do Mundo

Autor(a): Matheus Tamaino Brum

Orientador(a): Christina Ferraz Musse

Relator(a): Elias Arruda

Título: Estratégias sensíveis nas séries jornalísticas audiovisuais: um estudo da linguagem na série Fome

Autor(a): Graciele Soares de Carvalho

Orientador(a): Cláudia de Albuquerque Thomé

Relator(a): Franciane Maria Silva de Freitas

Título: Novas Nuances na Comédia Seriada Contemporânea: Tristeza, Complexidade e Qualidade Televisiva

Autor(a): Larissa Nascimento Lopes de Oliveira

Orientador(a): Gabriela Borges Martins Caravela

Relator(a): Matheus Bertolini

Título: Extremidades do Streaming: Geração Netflix

Autor(a): Matheus Bertolini

Orientador(a): Soraya Ferreira

Relator(a): Larissa Nascimento Lopes de Oliveira

Comunicação e educação | das 16h às 18h | sala 218

Coordenação: Marco Aurelio Reis

Mediação: Rafael Otávio Dias Rezende

Título: Competência Midiática na formação de professores: a linguagem do documentário e a reforma agrária de Rose

Autor(a): Luma Perobeli

Orientador(a): Gabriela Borges Martins Caravela

Coorientador(a): Julia Fagioli

Relator(a): Thalita Rocha

Título: Tag Inéditos e seus protocolos transmidiáticos: a transformação da leitura no ambiente multiplataforma e participativo

Autor(a): Susana Azevedo Reis

Orientador(a): Christina Ferraz Musse

Relator(a): Vanessa Coutinho Martins

Título: Educação midiática em escolas brasileiras: desenhando um modelo de interface-aula escalável

Autor(a): Thalita Rocha

Orientador(a): Gabriela Borges Martins Caravela

Relator(a): Taís de Souza Alves Coutinho

Título: Clube de leitura audiovisual: a Educomunicação e as teorias de Marshall McLuhan para o desenvolvimento de protagonismo e pensamento crítico-midiático

Autor(a): Vanessa Coutinho Martins

Orientador(a): Cláudia de Albuquerque Thomé

Relator(a): Susana Azevedo Reis

Título: Contribuições do ensino de Comunicação e Semiótica para os cursos de graduação em Design no Brasil

Autor(a): Taís de Souza Alves Coutinho

Orientador(a): Frederico Braidá

Coorientador(a): Vera Lúcia Nojima

Relator(a): Luma Perobeli

**Universidade Federal de Juiz de Fora
Faculdade de Comunicação
Programa de Pós-graduação em Comunicação**

X Jornadas Internas PPGCOM UFJF – 2023

Equipe organizadora

Coordenadora: Prof.^a Dr.^a Claudia de Albuquerque Thomé

Vice-coordenador: Prof. Dr. Paulo Roberto Figueira Leal

Laryssa Gabellini (Bolsista Capes, doutoranda)

Maurício João Vieira Filho (Bolsista Capes, doutorando)

A equipe organizadora das Jornadas Internas não se responsabiliza pelos conteúdos reproduzidos abaixo, os quais são de total responsabilidade dos(as) autores(as) que submeteram, o que inclui revisão textual e das normatizações, aspectos éticos e conceituais.

ORIENTAÇÃO PARA DINÂMICA DAS MESAS

Cada participante terá até 10 minutos para apresentar sua pesquisa, elencando aspectos principais do trabalho, tais como objeto, objetivos, metodologia e conceitos e/ou autores-chave. Na sequência da apresentação, será feito o relato do trabalho. O(A) estudante a quem foi atribuída a relatoria terá até 5 minutos para tecer suas considerações sobre a pesquisa apresentada pelo(a) colega. O relato deve conter a indicação de pontos fortes e de aspectos que podem ser aprimorados, bem como sugestões de abordagens e bibliografias que possam vir a contribuir para a construção do trabalho. Após a relatoria, a mediação auxiliará na construção do diálogo sobre o resumo. Haverá suporte para apresentação em slides com áudio e vídeo. Ressaltamos que as apresentações devem, preferencialmente, ser levadas em pendrives ou dispositivos que não necessitem de acesso à internet.

Durante as sessões também será disponibilizado, ao final das apresentações, tempo hábil para que todos(as) participantes possam conversar sobre as pesquisas apresentadas, ficando a cargo da coordenação e mediação a condução dos debates.

Os resumos dos trabalhos estão disponíveis a seguir conforme as linhas de pesquisa e em ordem alfabética pelo nome dos(das) discentes.

PROCESSOS COMUNICACIONAIS E INTERFACES SOCIAIS

Violência e masculinismo:

A misoginia presente nos conteúdos de Thiago Schutz, coach do movimento *Red Pill* no Brasil

Ana Luiza Vieira Morais¹

Luiz Ademir de Oliveira²

Resumo curto:

Este artigo visa problematizar como discursos misóginos e machistas se disseminam no contexto das plataformas de redes sociais, em especial no *Instagram*, a partir de movimentos do masculinismo, que ganharam impulsos nos últimos anos, como a Red Pill. Parte-se da desigualdade de gênero e a violência simbólica (Bourdieu, 2002; Miguel & Biroli, 2014), do conceito de masculinidade (Connel e Messerschmidt, 2013) e das transformações nos meios digitais (Jenkins, 2009; Kellner, 2001; Thompson 2008). Recorre-se à perspectiva teórico-metodológica da Análise de Conteúdo (Bardin, 2011) para tentar identificar o discurso misógino e sexista usado na busca por deslegitimar a autonomia das mulheres e atacar o feminismo.

Resumo expandido:

Em janeiro deste ano, o coach e influenciador de masculinidade Thiago Schutz publicou no *Instagram* um recorte de sua participação no Buteco Podcast (canal *YouTube*), que viralizou. Durante a entrevista, o coach disse que se um homem estiver ingerindo certa bebida, por exemplo, o Campari, ao chegar perto dele uma mulher e lhe oferecer uma cerveja, ele não pode aceitar. Uma vez que “a mulher tem muito essa coisa de tentar moldar o cara; tentar colocar o cara debaixo dela, mas isso não é na maldade, é como se fosse um teste realmente, né? Tipo assim, deixa eu ver quanto esse cara segura a opinião dele” (SCHUTZ, 2023). Em fevereiro, após criticar tal posicionamento em um vídeo irônico, sem citar o coach, a humorista e atriz Livia La Gatto recebeu mais de dez ligações dele pelo Instagram, além da seguinte mensagem: “Você tem 24 horas para retirar seu conteúdo sobre mim. Depois disso é processo ou bala. Você escolhe”. Thiago foi denunciado e tornou-se réu do caso contra Livia em março, após a conclusão do inquérito policial e o encaminhamento de denúncia pelo Ministério Público de São Paulo. Mas afinal, o que é *Red Pill*? A expressão é uma referência ao filme *Matrix* (1999), em que o personagem principal, *Neo*, deve escolher entre duas pílulas: a pílula vermelha, que permitirá que ele veja a verdade por trás da ilusão em que vive, ou a

¹ Discente do primeiro ano do Mestrado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Processos comunicacionais e interfaces sociais, bolsista CAPES. E-mail: analuizavieiramorais@gmail.com

² Professor orientador. E-mail: luizoli@ufsj.edu.br

pílula azul, que fará com que ele esqueça tudo e retorne ao mundo de fantasia. O movimento, criado a partir de fóruns na internet, prega que é necessário tomar a pílula vermelha para recuperar a virilidade perdida, principalmente nos últimos anos, com o avanço do feminismo. O caso de Thiago Schutz contra Livia La Gatto e os conteúdos misóginos que o coach publica, levanta perguntas sobre como um movimento do masculinismo, estimula a desigualdade de gênero e a violência contra a mulher e constrói uma masculinidade tóxica para jovens e adolescentes a partir do acesso desses conteúdos em plataformas como o Instagram e o Youtube. Para a pesquisa bibliográfica já recorri a autores que tratam da violência simbólica, feminismo e dominação masculina (Bourdieu, 2002; Miguel & Biroli, 2014). Nos anos 70, ainda durante a segunda onda do feminismo, surgiu nos Estados Unidos um movimento pela libertação dos homens. Entretanto, o movimento não durou muito tempo, houve uma cisão na década de 80 e parte do grupo passou a celebrar as noções tradicionais de masculinidade e a ver o feminismo não como um aliado, mas como algoz. O objetivo a partir de agora é aprofundar em autores que tratam sobre masculinidade (Connell e Messerschmidt, 2013) e das transformações que os meios digitais trouxeram para a sociedade (Jenkins, 2009; Kellner, 2001). Quanto à pesquisa documental, pretende-se recorrer ao livro “O Livro das *Red Flags*: Manual *Red Pill*”, escrito por Thiago Schutz e que possui trechos postados no Instagram, 3 destes posts serão analisados para o artigo.

Palavras-chave: Masculinismo. *Red Pill*. Violência Simbólica. *Instagram*. Feminismo.

Referências

- ARONOWITZ, Nona Willis. **O movimento de 'liberação dos homens' que o tempo apagou.** 2023. Disponível em: <https://www.vice.com/pt/article/eve7zk/o-movimento-de-liberacao-dos-homens-que-otempo-apagou>. Acesso em: 16 ago. 2023.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo.** São Paulo: Edições 70, 2011.
- BAROUKH, Will; FURTADO, Johnattan. **Manual Red Pill: os perigos do relacionamento (com Thiago Schutz) I Buteco Podcast #092.** 2023. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=dL65twRZA34>. Acesso em: 22 jul. 2023.
- BOURDIEU, Pierre (1998). **A Dominação Masculina.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2ª edição, 2002.
- CONNELL, Robert W.; MESSERSCHMIDT, James W. Masculinidade hegemônica: repensando o conceito. Rev. Estud. Fern., v. 21, n. 1, p.241-82, Florianópolis, 2013. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-026X2013000100014&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 15 ago. 2023.

G1. Livia La Gatto: **quem é a atriz e humorista conhecida por fazer sátiras e que acusa coach de ameaçá-la de morte.** 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/saopaulo/noticia/2023/02/28/livia-la-gatto-quem-e-a-atriz-e-humorista-conhecida-por-fazer-satiras-e-queacusa-coach-de-ameaca-la-de-morte.ghtml>. Acesso em: 22 jul. 2023.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009a.

MIGUEL, Luís Felipe; BIROLI, Flávia. **Feminismo e Política.** Boitempo Editorial, 2014.

OLIVEIRA, Rosane Cristina de; SILVA, Renato da. Masculinismo e misoginia na sociedade brasileira: uma análise dos discursos dos adeptos ao masculinismo nas redes sociais. **Revista Philogus**, Rio de Janeiro, v. 27, n. 81, p. 1609-1625, 2021.

THOMPSON, J.B. **A nova visibilidade.** MATRIZes, v.1, n.2, p.15-28, 2008.

Brasil em Quadro:

O enquadramento noticioso do The New York Times sobre o Brasil no período do governo Jair Bolsonaro

Ana Resende Quadros³
Luiz Ademir de Oliveira⁴

Resumo curto:

A proposta de pesquisa é desenvolver um estudo sobre o enquadramento noticioso do jornal estadunidense The New York Times a respeito das narrativas construídas sobre o Brasil no período do governo do ex-presidente Jair Bolsonaro (PL) no período entre 2019 e 2022. O objetivo é compreender as imagens construídas sobre o Brasil, sobre os brasileiros e sobre o então presidente da República, Jair Bolsonaro. Para isso, será feita uma análise de conteúdo, com aspectos quantitativos e qualitativos, dos textos publicados pelo jornal em seu site que usem os termos “Brazil” e “Bolsonaro” entre janeiro de 2019 e dezembro de 2022. Devido ao volume de textos publicados no período que abordem essas duas palavras-chave, foi necessário estabelecer um critério para a análise qualitativa, analisando-se apenas os textos considerados mais relevantes a cada mês pelo buscador do The New York Times.

Resumo expandido:

O governo de Jair Bolsonaro foi marcado por polêmicas, como o negacionismo diante da pandemia⁵, prejuízo das causas ambientais⁶ e atitudes controversas na política externa⁷. Sendo assim, Bolsonaro teve potencial para prejudicar a imagem nacional, uma vez que a imagem de um país é formada tanto pelo discurso oficial quanto pelas representações que os demais atores fazem sobre ele (Sales, 2016).

Surge, então, a pergunta: seria a imagem de um líder capaz de influenciar a representação da mídia sobre um povo? É isso que se pretende responder nesta pesquisa, ao destrinchar qual a imagem que o jornal *The New York Times* (escolhido por

³ Discente do 3º ano do Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Processos Comunicacionais e Interfaces Sociais. E-mail: anarquadros@gmail.com.

⁴ Professor orientador. E-mail: luizoli@ufsj.edu.br

⁵ GUERIN, Orla. **Covid-19 pandemic**: 'Everything you should not do, Brazil has done'. 9 de julho de 2021. Disponível em: <<https://www.bbc.com/news/world-latin-america-57733540>> Acesso em 1 de fevereiro de 2022.

⁶ LODOÑO, Ernesto & CASADO, Leticia. **Amazon Deforestation in Brazil Rose Sharply on Bolsonaro's Watch**. 19 de novembro de 2019. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2019/11/18/world/americas/brazil-amazon-deforestation.html?searchResultPosition=6>> Acesso em 1 de fevereiro de 2022.

⁷ PUTTI, Alexandre. **Relembre momentos em que Araújo provocou crises diplomáticas com a China**. 18 de maio de 2021. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/politica/relembre-momentos-em-que-araujo-provocou-crisis-diplomaticas-com-a-china/>> Acesso em 1 de fevereiro de 2022.

ser um *quality paper*) constrói do Brasil, dos brasileiros e de Jair Bolsonaro entre 2019 e 2022. Para tanto, serão adotadas as seguintes metodologias:

- 1- Pesquisa bibliográfica Stumpf (2010). Foram desenvolvidos um capítulo sobre o conceito identidade e sobre a construção da identidade nacional e outro sobre o poder da comunicação e sua interseção com a política. Porém, eles serão adaptados para que haja um capítulo sobre a construção das identidades (Hall, 2006) e o papel na mídia na sociedade (Thompson, 1998) e outro sobre a construção da identidade nacional, trazendo visões tanto internas (Freyre, 1995) quanto externas do Brasil (Skidmore, 1994);
- 2- Pesquisa Documental (Moreira, 2008). Serão coletadas as notícias publicadas no site do *The New York Times* no período entre janeiro de 2019 e dezembro de 2022 que utilizem os termos “Brazil” e “Bolsonaro”. A coleta será feita pelo buscador disponível no site do jornal, que leva em conta sua relevância.
- 3- Análise de Conteúdo (Bardin, 2011). Serão analisados dados como o número de matérias por temática e por mês, editoriais mais frequentes, matérias que foram para a edição impressa do jornal, avaliação dos enquadramentos noticiosos presentes na cobertura do Brasil e a imagem construída sobre os brasileiros e sobre o então Presidente da República.

Atualmente, está sendo realizada uma adaptação dos dois capítulos teóricos já escritos e a pesquisa documental já se encontra em desenvolvimento. A seguir, será feita a elaboração do livro de códigos quantitativo e qualitativo da Análise de Conteúdo.

Palavras-chave: Enquadramento. Identidade Nacional. Jornalismo Internacional. Brasil. Bolsonaro.

Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Editora 70, 2011.

FREYRE, Gilberto. **Casa grande & senzala: formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal**. 30 ed. Rio de Janeiro: Record, 1995.

HALL, Stuart. **Identidades Culturais na Pós-modernidade**. 11.^a ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

MOREIRA, Sônia Virgínia. Pesquisa Documental. In: In DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2008.

SALES, Camila Maria Risso. **O Brasil na Economist**: pensando a influência do perfil político-ideológico da revista na formação da imagem internacional do país. Tese (Doutorado) São Carlos: UFSCar, 2016.

SKIDMORE, Thomas E. **O Brasil visto de fora**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1994.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica. In DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2010, p.51-61.

THOMPSON, John. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. – Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

Memes macumbeiros: apagamento cultural na zona fronteira do discursoAna Luísa Schuchter Rofino⁸João Paulo Malerba⁹**Resumo curto:**

O projeto de mestrado, em curso, analisa os discursos codificados e socialmente partilhados sobre as Comunidades Tradicionais de Terreiro (CTTro) frente à histórica demonização do sagrado preto. Entendendo as *imagens de controle* (COLLINS, 2019), como dimensão ideológica do racismo, investigamos as significações mobilizadas em memes macumbeiros, no Instagram, em dois movimentos: a) na desestabilização das representações racistas das religiões de axé; b) na perpetuação do racismo religioso diante do baixo poder de agência social desses conteúdos virais. Assume-se que a *zona fronteira da discursividade* (SODRÉ, 2023) atua na conservação de valores racialmente discriminatórios nas plataformas de mídias sociais. A metodologia adotada será a Análise de Conteúdo e o corpus de pesquisa será os memes produzidos, sobre Pombagira, no Novembro Negro (2023), por perfis de influenciadores de axé.

Palavras chaves: Racismo Religioso. Imagens de controle. Forma Social. Memes.

Resumo expandido:

No Brasil, a leitura social das religiões afrodiaspóricas é marcada pelas narrativas racistas, centradas na lógica do racismo religioso (FLOR DO NASCIMENTO, 2017), que a mídia tem operado historicamente. Entretanto, após os anos 2000, ocorre a inserção massiva do povo de axé no ambiente digital para fins de interação, propagação de conhecimento e ativismo. Atualmente, o fenômeno reflete a articulação complexa de sentidos que reconfiguram o papel desses cultos religiosos, conectando a religião com discursos de gênero, raça e política (LÖVHEIM, CAMPBELL, 2017). No *Instagram*, por exemplo, onde ocorre a exposição religiosa e a disputa de valor social, fotografias dos filhos de santo, mensagens de Guias e Orixás, perfis de sacerdotes e sacerdotisas são facilmente encontrados. Isso porque diversos influenciadores de axé vêm produzindo conteúdos sobre a ritualística e a vivência cotidiana dos povos de axé.

Porém, o espaço do *ciberaxé* (CONCEIÇÃO, 2018) não está imune aos efeitos da cultura de violência dirigidas às CTTro: as plataformas de mídias sociais também reforçam valores conservadores que discriminam o sagrado preto uma vez que os atuais

⁸ Discente do 1º ano do Mestrado/Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Mídia e Processos Sociais. Bolsista CAPES DEMANDA SOCIAL. Email: analuisa.schuchter@estudante.ufjf.br

⁹ Professor Orientador. Email: joaopaulo.malerba@ufjf.br

meios e personalidades da comunicação continuam atravessados pela consciência eurocêntrica.

Neste contexto, investigamos se os memes possibilitam o debate sobre as práticas de letramento racial na cultura digital ao apresentarem discursos midiaticizados sobre a identidade negra religiosa. No processo de empiria, abordaremos o uso de imagens de controle (COLLINS, 2019) e da zona fronteira do discurso (SODRÉ, 2023) como mecanismos potenciais não só de desestabilização das representações racistas das religiões de axé, mas também de persistência da forma social escravista materializada nas narrativas. Logo, trata-se de uma descrição do racismo religioso e, diametralmente, da discussão sobre a importância de um olhar opositor (hooks, b, 2019) capaz de produzir abalos e favorecer a ampliação da luta antirracista.

Partimos da perspectiva teórica que o funcionamento cibercultural dos memes acaba por instrumentalizar o processo de aprendizagem ubíqua (SANTAELLA, 2013) que operam e, produzir efeitos ideológicos que encobrem a codificação. Portanto, em uma sociedade na qual o racismo atinge a historicidade do campo emocional, os memes - aparentemente e, a princípio - favorecem as práticas de não letramento religioso e racial sobre as CTTro. Ainda assim, por mais violentos que sejam ao manipular significados e sentidos, os objetos de pesquisa do projeto, vem sinalizando que esses artefatos não são e/ou estão estáveis, pelo contrário: seguem provocando debates e conflitos na contemporaneidade ao apresentarem vulnerabilidades habilitadas para frustrar as armadilhas.

A metodologia adotada será a Análise de Conteúdo (BARDIN, 1997) por compreender um estudo atravessado pelo campo das ciências sociais e o projeto encontra-se na fase de elaboração do sumário e escrita dos primeiros capítulos, após testes empíricos através de artigos.

Referências bibliográficas

ALMEIDA, Silvio. **Racismo Estrutural**. São Paulo: Loyola, 2020.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa. Lisboa: Edições 70, 1977.

COLLINS, Patricia Hill. **Pensamento feminista negro: conhecimento, consciência e a política do empoderamento**. São Paulo: Boitempo editorial, 2019.

CONCEIÇÃO, Lúcio André Andrade da. **Ciberaxé**: redes formativas e de difusão do conhecimento do candomblé. 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/32425>. Acesso em: 01 jul. 2023.

FLOR DO NASCIMENTO, Wanderson. O fenômeno do racismo religioso: desafio para os povos tradicionais de matrizes africanas. **Revista Eixo**, Brasília, v. 6, n. 2 (Especial), p.52, nov. 2017.

HALL, Stuart. **Da diáspora: identidade e mediações culturais**. Liv Sovik (org). Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

hooks, b. O olhar opositor: mulheres negras espectadoras. In: hooks, bell. **Olhares negros**: raça e representação. Tradução de Stephanie Borges. São Paulo: Elefante, 2019. p. 214-240.

LÖVHEIM, Mia, CAMPBELL, Heidi. Considering critical methods and theoretical lenses in digital religion studies. **New Media & Society**, 19(1), p. 5–14, 2017.

NOGUEIRA, Sidnei. **Intolerância Religiosa**. Loyola. Jandaíra, São Paulo: 2020.

SODRÉ, Muniz A. **O fascismo da cor**: uma radiografia do racismo nacional. Petrópolis, RJ: Vozes, 2023.

“O que falam e como falam os ex-outsiders de Minas Gerais?”

Uma análise das estratégias de comunicação de Romeu Zema (NOVO), Alexandre Kalil (PSD) e Carlos Viana (Podemos) nas eleições de 2022 e 2024

Arthur Raposo Gomes¹⁰
Luiz Ademir de Oliveira¹¹

Resumo curto:

Nos últimos anos, novos rostos na política brasileira se destacaram. O termo "outsider" na Ciência Política pode se referir a candidatos sem experiência política anterior ou fora do *establishment* político. O projeto de pesquisa investiga as estratégias de comunicação de Alexandre Kalil, Carlos Viana e Romeu Zema, candidatos ao Governo de Minas em 2022, em relação ao pleito que concorreram em 2022 e nas eleições municipais de 2024 em Belo Horizonte. A pesquisa aborda temas como midiaticização, comunicação eleitoral e democracia no século XXI. O método envolve pesquisa bibliográfica, documental e análise de conteúdo, encontrando-se em fase intermediária, com dados coletados durante as eleições de 2022 e artigos acadêmicos apresentados em congressos.

Resumo expandido:

Nos últimos anos, a política brasileira viu a ascensão de novos nomes em diversos níveis. Em 2016, Alexandre Kalil, ex-presidente do Clube Atlético Mineiro, por exemplo, conquistou a prefeitura de Belo Horizonte com discurso crítico e uso das mídias sociais. Quatro anos depois, reelegeu-se pelo PSD, aproximando-se do sistema político tradicional. Em 2018, Romeu Zema, do Partido Novo, tornou-se governador de Minas Gerais como um *outsider*, mas teve que se adequar as normativas do meio político. Em 2022, ambos, e o ex-jornalista de emissoras locais e atual senador, Carlos Viana, concorreram ao Poder Executivo mineiro. O termo "*outsider*" não é recente nas Ciências Sociais e teve origem na obra "Os Estabelecidos e os *Outsiders*" de Norbert Elias em 1965. O livro analisou uma comunidade inglesa, distinguindo entre os "estabelecidos" e os "*outsiders*" - pessoas que chegaram de outras localidades com comportamentos distintos. Na Ciência Política, os "*outsiders*" podem ser divididos em dois grupos: aqueles sem experiência política anterior e aqueles fora do *establishment* político. Neste contexto, o trabalho de Padilha foca no primeiro grupo, definindo "*outsiders*" como candidatos sem experiência política prévia em cargos eleitos (PADILHA, 2020).

¹⁰ Discente do 2º ano do Mestrado/Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa "Processos comunicacionais e interfaces sociais". E-mail: arthurraposogomes@gmail.com.

¹¹ Professor(a) orientador(a). E-mail: luizoli@ufsj.edu.br

Este projeto de pesquisa visa analisar as estratégias de comunicação de Alexandre Kalil, Carlos Viana e Romeu Zema, candidatos ao Governo de Minas em 2022, em relação às eleições municipais de 2024 em Belo Horizonte. Serão investigadas, por exemplo, as principais temáticas, influências políticas, imagem projetada e estratégias transmidiáticas de propaganda política-eleitoral. O projeto faz parte na pesquisa “De *outsiders* a candidatos sistêmicos: análises das estratégias políticas e midiáticas dos candidatos ao governo de Minas Gerais em 2022 sob a ótica da narrativa transmidiática”, coordenada pelo docente-orientador, bem como aprovada e subsidiada a partir do Edital de Bolsista de Produtividade CNPq.

Os eixos temáticos do referencial teórico são constituídos por: (1) "Mídia e política: processos, relações e conexões", quando serão associados textos que tratam sobre midiatização, a interface mídia e política e as narrativas transmidiáticas; (2) "Comunicação Eleitoral e suas especificidades"; e (3) "Política e democracia no século XXI: das tendências globais aos localismos", quando será refletido sobre conceitos de política, democracia, representação política e especificidades do cenário mineiro. Entre os nomes incluídos estão: Adriano Duarte Rodrigues (1990), sobre discurso na mídia, Afonso de Albuquerque (1999) sobre o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral; Sig Hjarvard (2012), sobre midiatização, Pierre Bordieu (1989), sobre capital; Pippa Norris (2003), sobre campanhas eleitorais; Rogér-Gérard Schwardzenberg (1977), sobre estado-espetáculo.

O processo metodológico está sendo dividido em três estratégias: (1) pesquisa bibliográfica, sobre temas elencados anteriormente; (2) pesquisa documental, sobre matérias na imprensa e conteúdos publicados nas respectivas *fanpages* dos então candidatos e exibidos na TV durante o Horário Eleitoral durante o período de campanha em 2022 e em 2024; e (3) Análise de conteúdo.

Quanto a fase atual da pesquisa, o projeto encontra-se em etapa intermediária: visto que parte do *corpus* a ser analisado já foi coletado, ainda durante o período eleitoral de 2022, assim como artigos e textos acadêmicos com recortes de estudo já têm sido apresentados em congressos e estão presentes em publicações.

Palavras-chave: Comunicação Eleitoral. Minas Gerais. *Outsiders*. Discurso. Eleições.

Referências

ALBUQUERQUE, A. de. **Aqui você vê a realidade na tevê: a propaganda política na Televisão.** Niterói, Universidade Federal Fluminense, 1999.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

RODRIGUES, A. **Estratégias da Comunicação.** Lisboa: Editorial Presença, 1990.

HJARVARD, Stig. Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. In: **MATRIZES.** Ano 5, n. 2, jan./jun. 2012 – São Paulo. Brasil. P. 53-91.

NORRIS, Pippa. *A virtuous circle: political communication in postindustrial societies.* Cambridge: Cambridge University Press, 2000. Republicada em 2003.

PADILHA, Rafael Linhares e. **Outsiders na política e outliers nas redes: uma análise do uso das mídias sociais pelos Deputados Estaduais do Sul e do Nordeste.** Artigo apresentado no I Seminário Discente de Ciência Política (SDCP). Programa de Pós-Graduação em Ciência Política (PPGCP) da Universidade Federal do Paraná (UFPR) Curitiba, 20 a 21 de agosto de 2020.

SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. **O Estado Espetáculo: ensaio sobre e contra o starsystem em política.** Círculo do Livro. São Paulo: 1977.

Da página à tela:
Intermedialidade na minissérie *Capitu*

Beatriz Coelho Ferreira¹²
João Queiroz¹³

Resumo curto:

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 Euclides Marinho, dirigida por Luiz Fernando Carvalho e exibida pela TV Globo em dezembro de 2008, a série traz uma nova leitura da obra machadiana que causou inquietação em seu público ao romper com o naturalismo hegemônico da teledramaturgia de sua época e ao mesclar linguagens tão distintas, como o cinema, literatura, teatro, dança, música, artes visuais, moda, cultura pop e anacronismos entre os séculos XIX e XXI. Partindo do pressuposto de que a minissérie inaugura um novo estilo televisivo, buscamos compreender, sob o viés da Intermedialidade, de que forma as mídias se relacionam e quais resultados – narrativos e estéticos – derivam de tal interação.

Resumo expandido:

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 Euclides Marinho, dirigida por Luiz Fernando Carvalho e exibida pela TV Globo em dezembro de 2008, a série traz uma nova leitura da obra machadiana que causou inquietação em seu público ao romper com o naturalismo hegemônico da teledramaturgia de sua época e ao mesclar linguagens tão distintas, como o cinema, literatura, teatro, dança, música, artes visuais, moda, cultura pop e anacronismos entre os séculos XIX e XXI. Partindo do pressuposto de que a minissérie inaugura um novo estilo televisivo, buscamos compreender, sob o viés da Intermedialidade, de que forma as mídias se relacionam e quais resultados – narrativos e estéticos – derivam de tal interação.

O objetivo central do trabalho consiste na busca por respostas à pergunta central desta pesquisa, que foi construída com base no interesse pela investigação da relação intermediária entre diferentes mídias e diálogos com diferentes formas artísticas. Logo, ficou formulada da seguinte maneira: *Com base nos estudos intermediários e suas três*

¹² Discente do segundo ano do Mestrado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Mídias e Processos Sociais. Bolsista FAPEMIG. E-mail: beatrizcoelhojf@hotmail.com

¹³ Professor orientador. E-mail: queirozj@gmail.com

formas de relação propostas por Rajewsky (relação entre mídias em geral, transposições de uma mídia para outra e união de mídias), de que forma as mídias se relacionam na minissérie Capitu?

Os primeiros passos da pesquisa consistiram no levantamento de referenciais teóricos sobre Intermidialidade e como o conceito vem se desenvolvendo ao longo dos anos, que darão embasamento às questões abordadas na análise. Também foram consultadas publicações de diversos estudos feitos sobre a minissérie, sob diferentes perspectivas e com diferentes abordagens teóricas, a fim de ampliar o repertório de pesquisa. Como material de análise foram selecionados a própria minissérie, que será explorada de forma crítica e pormenorizada, e o livro lançado pela editora Casa da Palavra (*Capitu: minissérie de Luiz Fernando Carvalho*). O método adotado, por sua vez, consiste em um estudo comparativo entre a minissérie *Capitu* e as linguagens artísticas identificadas em sua composição, como: linguagem teatral, cinematográfica, artes visuais, dentre outras. O propósito da análise comparativa é identificar as aproximações e distanciamentos do objeto em relação a outras linguagens artísticas.

A pesquisa encontra-se em fase final, portanto, alguns resultados já podem ser vislumbrados, tais como: 1) A minissérie foge ao naturalismo e rompe com o estilo narrativo televisivo de seu tempo, propondo uma nova narrativa pautada em soluções cinematográficas e teatrais; 2) *Capitu* inova ao lançar campanhas interativas de divulgação (*Passe adiante, Capitu* e *Mil Casmurros*) que operam em sinergia com a internet e mobilizaram milhões de internautas a interagir em seus respectivos websites; 3) A minissérie homenageia grandes clássicos do cinema, do teatro e das artes visuais em sua composição estética, assim como também homenageia grandes diretores, artistas e dramaturgos.

Palavras-chave: Comunicação. *Capitu*. Intermidialidade. Tradução Intersemiótica. Televisão.

Referências

ASSIS, Machado de. **Dom Casmurro**. São Paulo: Editora Moderna, 1983.

CAPITU ©. TV GLOBO A partir do romance Dom Casmurro de Machado de Assis. Escrita por Euclides Marinho. Colaboração de Daniel Piza, Luís Alberto de Abreu e Edna Palatnik. Texto final e direção geral de Luiz Fernando Carvalho. Globo Marcas; Som Livre: 2009. DVD 1 / 2.

CARVALHO, Luiz Fernando et al. **Capitu**: minissérie de Luiz Fernando Carvalho. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2008.

CLÜVER, Claus. Estudos interartes: conceitos, termos, objetivos. **Literatura e Sociedade**, São Paulo, vol. 2, n. 2, p. 37-55, 1997.

CLÜVER, Claus. Inter textus/ Inter artes/ Inter media. **Aletria**: revista de estudos de literatura, Belo Horizonte: v. 14, p. 11-41, 2006.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Editora Senac, 2000.

NEPOMUCENO, Mariana Maciel. **O elogio da ilusão**: Capitu de Luiz Fernando Carvalho. 2015. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Federal de 13 Pernambuco, Recife, 2015.

OLIVEIRA, Daniella Moreira de. **Entre a pena e a câmera**: o silêncio das Capitus de Machado de Assis e Luiz Fernando Carvalho. 2020. Dissertação (Mestrado em Letras e Linguística). Universidade do Estado do Rio de Janeiro, São Gonçalo, 2020.

PINATI, Flávia Giúlia Andriolo. **Capitu**: uma transposição metaficcional. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2014.

RAJEWSKY, Irina. Intermediality, intertextuality, and remediation: a literary perspective on intermediality. **Intermédialités: histoire et théorie des arts, des lettres et des techniques** (Intermediality: History and Theory of the Arts, Literature and Technologies), n.6, p.13–64, 2005.

A morte (é)ditada:

Um estudo da cobertura da pandemia pelo telejornalismo brasileiro.
com subtítulo, se houver

Caio Ferreira¹⁴

Jhonatan Mata¹⁵

Resumo curto:

O presente trabalho pretende analisar a cobertura dos marcos de 100 mil, 500 mil e 700 mil mortes pela pandemia de COVID-19 no Brasil, nos 7 principais canais da TV aberta Brasileira e também na Tv Jovem Pan, já que esta distribui seu sinal gratuitamente nas parabólicas e no Youtube. Através da metodologia de análise da materialidade audiovisual (COUTINHO, 2016; 2018) pretendemos compreender o impacto da edição audiovisual na construção de sentidos de um telejornal, bem como analisar a presença ou não da partidarização nos canais de TV no país, com a queda, ou não do padrão “Catch All” no jornalismo (Lycarião, Magalhães, & Albuquerque, 2018). Também é um objetivo do trabalho entender como as emissoras de televisão brasileiras cobriram e se posicionaram em relação à responsabilização, ou não, do então governo pelo alto número de mortes.

Resumo expandido:

Cientes sobre a importância que a TV aberta desempenha no Brasil, nossa proposta visa mapear e comparar potenciais e limitações dos noticiários, a partir da cobertura do anúncio das 100 mil, 500 mil e 700 mil mortes pela COVID-19. Para delimitar os telejornais a serem analisados, utilizamos os números do IBOPE para selecionar as 7 principais emissoras de TV aberta no Brasil, em termos de audiência. Chegamos a esse recorte ao colocar como objetivo analisar canais públicos, educativos e comerciais. Como os líderes de audiência são todos canais comerciais, chegamos até o número 7 para que os canais públicos e educativos também fizessem parte da pesquisa. Assim, as emissoras que tiveram suas produções selecionadas para a pesquisa são: TV Globo, Record TV, Rede Bandeirantes, Rede Brasileira de Televisão (SBT), Rede TV, TV Brasil, TV Cultura e TV Jovem Pan. Os telejornais analisados, serão os principais de cada emissora, são eles: Jornal Nacional, Jornal da Record News, Jornal da Band, SBT Brasil, Rede Tv News, Reporter Brasil, Jornal da Cultura e Jornal Jovem Pan/Jornal da Manhã.

¹⁴ Discente do segundo ano do Mestrado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Mídia e Processos Sociais. Bolsista Capes. E-mail: caioffs84@gmail.com.

¹⁵ Professor(a) orientador(a) Jhonatan Mata. E-mail: jhonatanmata@yahoo.com.br

Temos como objetivo da pesquisa, além de um dossiê que apresente como a TV aberta brasileira cobriu a pandemia, analisar como os recursos de edição audiovisuais são utilizados no telejornalismo para a construção de sentidos. Também pretendemos entender se existiu, ou não, uma partidarização dos canais de tv durante esse período, e como isso se apresentava nos principais telejornais da emissora. Para isso, buscamos referências nas discussões sobre a queda do padrão "catch-all" de jornalismo, que seria a tendência dos canais de TV a buscar atender a uma ampla gama de públicos, devido a fenômenos que vêm transformando o mercado de informações (Lycarião, Magalhães, & Albuquerque, 2018).

A crescente oferta de entretenimento, o consumo personalizado de mídia e a polarização política têm contribuído para a perda de centralidade desse padrão. Isso tem levado a uma maior dependência da mídia comercial em relação às demandas por conteúdo noticioso ideologicamente enviesado (Lycarião, Magalhães, & Albuquerque, 2018). Em outras palavras, o jornalismo, em vez de buscar ser neutro e abrangente, tem se inclinado a atender a públicos com afinidades ideológicas específicas.

Nossas análises estão sendo feitas através do Método de análise da materialidade audiovisual (COUTINHO, 2016; 2018), que nos permite entender o audiovisual como um todo: imagem+som+enquadramento+edição+tempo de forma que todos esses elementos são considerados na hora de fazer o estudo.

Nesse momento estamos finalizando as análises dos objetos, e pudemos perceber que, embora as emissoras de tv brasileiras estejam passando pelo processo de partidarização (Lycarião, Magalhães, & Albuquerque, 2018), não percebemos de forma generalizada a queda do padrão "catch-all" em seus principais telejornais. Os recursos de edição audiovisual empregados para noticiar as mortes da pandemia nos dão muito mais caminhos para entender o posicionamento dessas emissoras em relação à gestão da pandemia feita pelo governo federal, do que propriamente os seus posicionamentos públicos nos seus principais telejornais.

Palavras-chave: Telejornalismo; Pandemia; covid-19; TV Aberta.

Referências

LYCARIÃO, Diógenes; MAGALHÃES, Eleonora; ALBUQUERQUE, Afonso. Noticiário "objetivo" em liquidação: a decadência do padrão "catch-all" na mídia comercial. Revista

Famecos, Porto Alegre, v. 25, n. 2, p. 1-19, maio, junho, julho e agosto de 2018: ID28384. DOI: <http://dx.doi.org/10.15448/1980-3729.2018.2.28384>.

COUTINHO, Iluska. O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível. Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual, São Paulo, **Anais** do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2016.

MATA, Jhonatan. A vida virou uma *live*: reflexões sobre o conceito de amadorismo e transmissão ao vivo a partir das lives musicais num contexto de pandemia. In: ROCHA, Adriano Medeiros da; LAIA, Evandro José Medeiros (Org.). **Audiovisual revolucionário**. São Paulo: Editora dos Frades, 2021, pp.367-400.

Gortázar, N. (2021, 15 Abril). Inação e desinformação do Governo Bolsonaro agravam a pandemia no Brasil. <https://brasil.elpais.com/brasil/2021-04-16/inacao-e-desinformacao-do-governo-bolsonaro-agravam-a-pandemia-no-brasil.html>

Pereira, Gustavo Teixeira de Faria (2020). *Novas Telas para o Telejornalismo : o conflito entre o quarto e quinto estado/poder e a expansão do conteúdo para além das localidades* / Gustavo Teixeira de Faria Pereira. -- 2020. 116 f.

BDSM made in Brazil:

uma análise de discurso do fetichismo brasileiro

Fernanda Machado Alves Bonfim¹⁶Wedencley Alves¹⁷**Resumo curto:**

Pensando as pessoas e comunidades fetichistas brasileiras praticantes e adeptas do BDSM - Bondage, Disciplina, Dominação, Sadismo e Masoquismo - proponho a reflexão acerca das diversas formas e níveis em que a comunicação e disputa de sentidos se dão. Do micro ao macro, apresento conceitos, dinâmicas e tradições próprias do BDSM brasileiro para refletir sobre a complexidade e amplitude possíveis nos estudos do campo da comunicação sobre tais grupos e o que estes podem revelar sobre a sociedade como um todo. Articulando as teorias propostas por Orlandi e Pecheux (ORLANDI, 2020) realizo a análise dos discursos mobilizados pelos sujeitos fetichistas brasileiros e suas constantes disputas e negociações de sentidos.

Resumo expandido:

Diversos registros históricos demonstram que, há pelo menos um século, pessoas fetichistas têm se organizado social e culturalmente na Europa e nos Estados Unidos. Por meio de revistas, bares e códigos de vestimenta próprios, diversas comunidades fetichistas propagaram sua cultura ao longo do século XX. Porém, na década de 1990, a popularização da internet estabeleceu um marco para estes grupos.

O uso dos fóruns online estadunidenses, para o debate dos mais diversos assuntos, possibilitou a socialização de fetichistas das mais diferentes regiões e fetiches, e assim, para categorizar os debates sobre este tema, foi criado o acrônimo BDSM, que agrupou os adeptos de práticas de Bondage, Disciplina, Dominação, Submissão, Sadismo e Masoquismo.

Seu uso chega no Brasil no início do século XXI, período em que surgiram também as primeiras casas fetichistas do país. Em comparação às realidades europeia e estadunidense, a demora para que fossem criados espaços físicos destinados a tais grupos demonstra como as comunidades fetichistas brasileiras enfrentaram um percurso muito distinto. (FACCHINI e MACHADO, 2013)

Com a minha pesquisa busco não apenas identificar a forma que as comunidades BDSM brasileiras utilizam os meios de comunicação, mas, principalmente, demonstrar como os

¹⁶ Discente do 2º ano do Mestrado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Processos Comunicacionais e Interfaces Sociais. Bolsista CAPES. E-mail: fernandabonfim.jornalismo@gmail.com.

¹⁷ Professor(a) orientador(a). E-mail: wedencley@gmail.com

discursos sobre dor, prazer, consentimento e poder são articulados e encontram-se em constante disputa em diversos níveis pelas pessoas e comunidades fetichistas.

Para isso, analiso quatro níveis da comunicação BDSM, do micro para o macro: pessoal, coletiva, instrumental e externa. O primeiro nível foca na comunicação entre as pessoas que irão realizar a prática fetichista, o segundo trata das comunidades e a comunicação entre adeptos do BDSM, o terceiro é sobre o uso dos meios de comunicação disponíveis e acessíveis a estas pessoas, e, por último, a comunicação de fetichistas com os não-fetichistas - conhecidos como “baunilhas”.

Parto do ponto de vista da Análise de Discurso (percurso Pêcheux, Orlandi et al) para compreender como as formações discursivas são diretamente afetadas pelo momento histórico e ideologias nos quais se dão e há o entendimento de que os sentidos sempre estão em disputa e negociação. Assim, cabe a análise de discursos que se materializam nas falas, conceitos e ações de sujeitos fetichistas, considerando a memória discursiva do fetichismo no Brasil e no mundo e os modos de atualização operados pelos praticantes. (ORLANDI, 2020)

Para além do baixo número de pesquisas desenvolvidas no Brasil sobre pessoas e comunidades fetichistas, - ainda que, a grande maioria destas tenha estudado em algum nível o uso dos meios de comunicação - a compreensão de comunicação associada a tais grupos é muito limitada frente a seu potencial.

Assim, minha pesquisa tem sido desenvolvida com o objetivo de apresentar a complexidade e amplitude da comunicação fetichista brasileira, de forma a propiciar mais estudos sobre os diversos níveis e formas que as pessoas e comunidades fetichistas são afetados e afetam os discursos vigentes.

Palavras-chave: Fetichismo. BDSM. Comunicação. Discurso. Sexualidades Dissidentes.

Referências

FACCHINI, R. ; MACHADO, S. R. . 'Praticamos SM, repudiamos agressão?: classificações, redes e organização comunitária em torno do BDSM no contexto brasileiro. Sexualidad, Salud y Sociedad (Rio de Janeiro) , p. 195-228, 2013.
ORLANDI, Eni P. Análise de Discurso: princípios e procedimentos. 13a Edição. Campinas, SP: Pontes Editores. 2020

Da violência silenciada à violência silenciosa:
um estudo sobre os efeitos de trauma no caso Leila Cravo

Gabrielle Sevidanes Alves¹⁸

Wedencley Alves Santana¹⁹

Resumo curto:

Esta pesquisa tem como proposta uma análise do podcast Leila (2022) como memória discursiva e acontecimento. O podcast apresenta o caso ocorrido em 1975, em que a jornalista, atriz e apresentadora de televisão Leila Cravo teria sido vítima de uma tentativa de feminicídio. O objetivo da pesquisa é investigar como o podcast se constitui em uma atualização da memória discursiva (a memória sobre tudo que foi dito sobre o caso à época e depois) diante dos processos de silenciamento da mídia hegemônica. Como pano de fundo, a pesquisa busca problematizar a relação entre trauma, dizibilidade e visibilidade num mundo em que os processos de midiaticização chegam a um nível tal de capilarização, que chega a determinar por vezes o modo como os sujeitos se percebem em sociedade. A metodologia da pesquisa é qualitativa, com um estudo de caso a partir de materiais midiáticos e base teórica fundamentada na Análise do Discurso em diálogo com teorias da Comunicação.

Resumo expandido:

O podcast Leila (2022) é o objeto empírico de pesquisa. Escrito por Daniel Pech e produzido pela Globoplay, o produto jornalístico revisita acontecimentos da vida da atriz e apresentadora Leila Cravo. Leila atuou em novelas da Globo e foi apresentadora do programa Fantástico na década de 1970, sendo considerada, à época, uma estrela em ascensão. Porém, um episódio controverso mudou o curso de sua vida e de sua carreira. Em 1975, Leila Cravo foi encontrada ferida e inconsciente em uma rua do Rio de Janeiro. Apesar de a hipótese inicial ter sido a de que ela havia se jogado da varanda de um motel, é revelado posteriormente que se trata de um caso de violência contra a mulher. Leila sobreviveu à violência para contar sua história, mas recebeu muito pouco espaço para ser ouvida.

Para Azzariti (2019), quando uma vítima de violência é impedida de testemunhar sobre o trauma vivenciado, ela passa por uma nova experiência traumática, o que nos motivou a discutir a relação entre trauma, dizibilidade e visibilidade, num mundo que os processos de midiaticização chegam a determinar o modo como os sujeitos se veem em sociedade. Para essa discussão de fundo, olhamos para um estudo de caso em particular, buscando analisar a relação entre memória discursiva e acontecimento no podcast sobre caso Leila Cravo, um dos primeiros produtos jornalísticos a se interessar

¹⁸ Discente do segundo ano do Mestrado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Processos Comunicacionais e Interfaces Sociais. Bolsista CAPES. E-mail: gabrielle.sevidanes@estudante.ufjf.br

¹⁹ Professor orientador. E-mail: wedencley@gmail.com

pela versão da atriz e jornalista, quebrando um longo processo de silenciamento operado pela imprensa desde 1975.

O objetivo da pesquisa é analisar o podcast enquanto memória discursiva e acontecimento, comparando-o com publicações da época a respeito do caso Leila Cravo e, pontualmente, o que se disse posteriormente. A base teórico-metodológica da pesquisa é a Análise do Discurso (AD) franco-brasileira (Pechêux-Orlandi). A AD é um ponto de vista teórico que traz ferramentas de leitura e interpretação de um enunciado discursivo, levando em consideração o caráter histórico da linguagem. De acordo com Orlandi (2007), a AD permite a compreensão sobre como as relações de poder são simbolizadas.

Com relação a metodologia implementada, trata-se de um estudo de caso, de caráter qualitativo, com a finalidade de compreender alguns dos possíveis enlaces entre discurso, trauma, dizibilidade, visibilidade e silenciamento a partir de um material midiático selecionado. Para atingir os objetivos propostos, a primeira etapa foi ouvir e redigir o podcast Leila na íntegra. Durante esta etapa, outros materiais foram consultados para verificar, comparar ou complementar algumas informações, conforme necessário. As informações que emergiram durante esse processo foram ordenadas para serem analisadas, etapa em que a pesquisa se encontra atualmente. Na primeira fase da análise, identificamos as formas discursivas (Rippel, Campos e Alves, 2018) do podcast e, no momento atual, buscamos identificar as contribuições do podcast para a memória discursiva do caso Leila Cravo.

Palavras-chave: Comunicação; Discurso; Violência; Trauma; Silenciamento.

Referências

AZZARITI, M.; AZZARITI, M. SILÊNCIO, SILENCIAMENTO E TORTURA: VIOLÊNCIA E SENTIDOS (SILENCE, SILENCING AND TORTURE: VIOLENCE AND SENSES). **PERcursos Linguísticos**, [S. l.], v. 5, n. 11, p. 120–132, 2015.

LEILA. [PODCAST]. Direção: Daniel Pech. Rio de Janeiro: Globoplay. 2022.
ORLANDI, E. P. **Michel Pêcheux e a Análise de Discurso. Estudos da Língua(gem)** - Vitória da Conquista, n.1, junho de 2005.

RIPPEL, N.; CAMPOS, I.; ALVES, W. A Gazeta de Notícias e a Revolta dos Marinheiros: Capítulo de uma história das práticas e formas discursivas na imprensa. **Alcar**. 2018.

Viabilidades de remediação do rádio terrestre brasileiro na contemporaneidade

Helena Amaral²⁰
Carlos Pernisa Júnior²¹
Marcelo Ferreira Moreno²²

Resumo curto

Esta pesquisa se propõe a compreender quais são os principais fatores que impedem avanços no rádio terrestre brasileiro, ainda analógico, e quais são as viabilidades - atuais e potenciais - que as tecnologias digitais oferecem ao meio na contemporaneidade. Para tanto, toma-se como objeto de análise o rádio digital, a partir de um olhar para o processo de discussões e testes para sua implementação no país, iniciados na primeira década dos anos 2000. Como aporte teórico-metodológico principal, recorrer-se-á à cartografia, na perspectiva de Gilles Deleuze e Félix Guattari. Como métodos, serão utilizados o levantamento bibliográfico, entrevistas e análise documental. Os dados apurados também servirão de base para se pensar o cenário atual e para a construção de propostas que, ao aproximarem *broadcasting* e *broadband*, podem contribuir com uma renovação do rádio brasileiro.

Resumo expandido

Centenário, o rádio terrestre brasileiro tem adotado estratégias e inovações que vem garantindo sua sobrevivência ante o surgimento de novos meios, plataformas e dispositivos. No que diz respeito à tecnologia de transmissão, no entanto, o veículo encontra-se “preso” ao passado: conta, ainda, com sistema analógico.

Embora iniciativas importantes tenham sido tomadas na primeira década dos anos 2000 - como a realização de testes com padrões internacionais de rádio digital²³ e a promulgação de portaria que institui o Sistema Brasileiro de Rádio Digital²⁴ -, o país não concluiu a digitalização. Como ressalta Nelia Del Bianco (2010), digitalizar é diferente de estar presente em outros suportes: possibilita que o rádio tenha em si os instrumentos de que necessita para convergir com outros meios dentro da mesma linguagem.

²⁰ Discente do 4º ano do Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Processos Comunicacionais e Interfaces Sociais. Bolsista FAPEMIG. E-mail: helenamaral@hotmail.com

²¹ Professor orientador. E-mail: carlos.pernisa@ufjf.br

²² Professor coorientador. E-mail: marcelo.moreno@ufjf.br

²³ Foram realizados testes com o sistema norte-americano *HDRadio*, criado pela iniciativa privada e com necessidade de pagamento de licenças de uso, e com o *Digital Radio Mondiale (DRM)*, padrão de código aberto, desenvolvido por um consórcio global de países.

²⁴ Trata-se da Portaria Nº290, publicada pelo Ministério das Comunicações em março de 2010. Embora institua o Sistema Brasileiro de Rádio Digital, não apresenta uma definição sobre o padrão a ser implantado no país, assim como não contempla instâncias, métodos, cronograma e atuação do governo na elaboração das políticas públicas de desenvolvimento do sistema.

Apesar dos benefícios da digitalização²⁵, diversos fatores contribuíram para uma perda de interesse dos radiodifusores no tema, com consequente retrocesso em discussões, pesquisas e realização de experimentos. Mesmo diante de um consumo significativo de conteúdos sonoros²⁶, como os *podcasts*, e de aprimoramentos no campo tecnológico, pouco tem sido visto em termos de modernização e inovação no rádio terrestre brasileiro.

Partindo do pressuposto de que a digitalização das transmissões concorre para uma efetiva inserção do rádio nacional ao contexto pós-convergente (RAMÍREZ, 2020)²⁷, viabilizando sua renovação, este trabalho se propõe a compreender quais são os principais fatores que têm impedido o avanço do veículo no Brasil. Para tanto, tomar-se-á o rádio digital como objeto, a partir de uma investigação que combina os métodos entrevista - a serem feitas com representantes de setores envolvidos no processo de discussões e testes com padrões digitais -; levantamento bibliográfico - a ser empregado na busca por trabalhos acadêmicos sobre o tema, no campo da Comunicação -, e análise documental - voltada à consulta de resoluções, relatórios e regulamentações sobre o SBRD. Com base nas informações colhidas, busca-se entender aquele contexto e como chegamos ao cenário atual.

A pesquisa também se propõe a avaliar quais são as viabilidades atuais e potenciais que as tecnologias digitais oferecem ao rádio no cenário hodierno. Considerando-se o *status* destas hoje, pode-se, por exemplo, pensar em uma integração com a banda larga (*broadband*) - como vem sendo desenvolvido para a TV Digital²⁸ -, possibilitando a oferta de soluções, conteúdos e serviços que podem contribuir com a renovação do rádio nacional.

Partindo da perspectiva de Gilles Deleuze e Félix Guattari, adota-se a cartografia como principal aporte teórico-metodológico. Aplicada a diferentes campos de estudo, a abordagem dos pesquisadores aponta para a construção de um mapa de pesquisa aberto,

²⁵ Tais como melhorias na qualidade do som, maior robustez de sinal, integração de outros formatos (texto, fotos, vídeos, etc.) ao áudio e oferta de serviços de emergência.

²⁶ Nove em cada dez entrevistados(as) de uma pesquisa feita pela Kantar Ibope Media, divulgada no documento Inside Audio 2023, afirmam ter consumido algum formato de áudio nos 30 dias anteriores. O estudo mostra, ainda, que 80% da população das 13 regiões metropolitanas pesquisadas escuta rádio, sendo de quase quatro horas o consumo diário por pessoa. Metade dos(as) entrevistados(as) afirmam ter ouvido *podcasts* nos três meses anteriores à pesquisa, um aumento de 23% em relação a 2022.

²⁷ Para o pesquisador Rubén Ramírez, em um contexto no qual os meios digitais continuam a se infiltrar de forma exponencial na vida humana, o uso do conceito de convergência, tal como aplicado atualmente, não é suficiente para análise dos fenômenos midiáticos. Propõe, então, o reconhecimento da pós-convergência como realização teórica, apontando aspectos como a hipermediação, a biodigitalidade e a hiperconexão como conceitos de possível aplicação à mídia pós-convergente.

²⁸ Para mais informações, ver: https://forumsbtyd.org.br/tv3_0/#panel-62d193f2420ab

sujeito a modificações quando o investigador/cartógrafo é afetado por suas experiências e pelo objeto, e organizado à semelhança de um rizoma - com diferentes conexões e entradas (ROSÁRIO; COCA, 2018)²⁹.

Palavras-chave: Rádio brasileiro. Rádio digital terrestre. Inovação. *Broadcasting. Broadband.*

Referências

DEL BIANCO, Nelia R. Promessas de mudanças na programação e na linguagem das emissoras digitalizadas. In: MAGNONI, Antônio Francisco; CARVALHO, Juliano Maurício de. *O novo rádio: cenários da radiodifusão na era digital*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010. p. 91-112.

KANTAR IBOPE MEDIA. *Inside Audio 2023* (pesquisa). Disponível em: < <https://kantariibopemedia.com/conteudo/estudo/inside-audio-2023/>>. Acesso em: 21 out. 2023.

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA, INOVAÇÕES E COMUNICAÇÃO. *Portaria Nº 290, de 30 de março de 2010*. Institui o Sistema Brasileiro de Rádio Digital-SRBD e dá outras providências. Disponível em: <https://www.anatel.gov.br/hotsites/Direito_Telecomunicacoes/TextoIntegral/NOR/prt/minicom_20100330_290.pdf>. Acesso em: 04 de outubro de 2019.

RAMÍREZ, Rubén. Post-Convergent Mediatization: Toward a Media Typology Beyond Web 2.0. *Mediatizations Studies*, Frankfurt (Alemanha), no.4, p. 9-23, 2020. Disponível em: <<https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=1108215>>. Acesso em: 19 set. 2023.

ROSÁRIO, Nísia Martins do; COCA, Adriana Pierre. A cartografia como um mapa movente para a pesquisa em comunicação. *Comunicação e Inovação*, São Caetano do Sul (SP), vol.19, no.41, p.34-48, Set.-Dez. 2018. Disponível em: <https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/5481>. Acesso em: 30 out. 2023.

²⁹ Com base nestas e em outras características da cartografia, entende-se que a mesma é adequada a análise aqui proposta, tendo em vista o dinamismo do processo a ser investigado e a possibilidade de construção de conhecimento com os(as) participantes - e não a partir destes(as) (ROSÁRIO; COCA, 2018). Também serão usadas como referências teóricas as perspectivas da Economia Política da Comunicação - EPC (PIERANTI, 2022; BOLAÑO, 2012; FERRARETTO, 2012) - que vai nos permitir traçar um olhar crítico para o viés comercial do rádio, produtor de bens simbólicos que envolve diferentes setores, instâncias, actantes -; da plataformação (VAN DIJCK et al, 2018), conceito que diz respeito à penetração de plataformas digitais nos diferentes setores sociais e seus impactos, e que vai possibilitar uma análise de viabilidades que se apresentam ao rádio na contemporaneidade, - e da remediação dos meios (BOLTER; GRUSIN, 2000), termo utilizado em referência ao fenômeno de remodelação/reforma de um meio por outro e que vai nos ajudar a compreender os processos de transformação do rádio e das mídias sonoras.

**Espetáculo e personalismo na sociedade midiaticizada:
Análise da propaganda eleitoral dos candidatos Romeu Zema (Novo) e Alexandre
Kalil (PSD) ao governo de Minas Gerais em 2022**

Iuri Fontora Almeida³⁰
Luiz Ademir de Oliveira³¹

Resumo curto:

O presente artigo tem o objetivo de analisar as estratégias midiáticas acionadas pelos candidatos Alexandre Kalil (PSD) e Romeu Zema (Novo) nos programas de TV do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE). Com base na coleta e análise feitas por Oliveira et al (2023), são identificadas as principais temáticas trabalhadas pelos atores políticos no Horário Eleitoral. A partir daí, tomando como recorte o último programa exibido na campanha eleitoral, desenvolve-se uma análise de conteúdo (Bardin, 2011), quanti e qualitativa. Os dois candidatos ingressaram na política como outsiders, mas depois acabaram aderindo à política tradicional. No artigo, discute-se a relação mídia e política, a comunicação eleitoral e as especificidades do HGPE, com ênfase no debate sobre espetacularização (Debord, 1997; Gomes, 2004) e personalismo (Manin, 2013).

Resumo expandido:

O artigo analisa as estratégias midiáticas do candidato Romeu Zema (Novo) em sua reeleição, na eleição de 2022, para o Governo de Minas e de seu principal adversário Alexandre Kalil (PSD) a partir do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE). Zema disputou a reeleição e ganhou com 5.677.713 votos (56,71%), contra 3.459.551 votos de Alexandre Kalil (PSD), que ficou em segundo lugar e foi prefeito reeleito de Belo Horizonte. O governador e o ex-prefeito da capital mineira entraram no cenário político com discurso antissistema e de crítica aos partidos tradicionais.

O estudo apresenta a análise detalhada dos programas do HGPE em 2022, a partir da coleta e codificação de dados feita por Oliveira et al (2022). Identifica-se que tanto Zema quanto Kalil investiram maior tempo na construção da imagem pública, reforçando a tese do forte caráter personalista da disputa. No entanto, como observaram Oliveira et al, no caso de Kalil, apesar de atuar a sua imagem pessoal, fez um forte vínculo com a imagem do presidente Lula, o que o tornou quase um coadjuvante na disputa.

³⁰ Discente do primeiro ano do Mestrado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Mídias e Processos Sociais. E-mail: iurifontoura@yahoo.com.br.

³¹ Professor(a) orientador(a). E-mail: luizoli@ufsj.edu.br

Como forma de aprofundar nosso debate, tomaremos o último programa do HGPE, exibido no dia 28 de setembro de 2022, para fazer uma análise mais aprofundada tanto sobre aspectos quantitativos como para uma análise qualitativa a fim de identificar temáticas mais acionadas, como foi construída a imagem pública dos candidatos e a adaptação do discurso político à lógica midiática via espetacularização e personalismo.

Para a discussão da simbiose da interface entre comunicação e política, leva-se em consideração a ideia de centralidade da mídia, proposta por Adriano Duarte Rodrigues (1990), ou seja, a mídia enquanto esfera de mediação social. No entanto destaca-se um novo paradigma que surge a partir dos anos 2000, o que Braga (2012) trata como midiaticização, impulsiona pelas novas tecnologias e o advento da internet enquanto importante esfera comunicacional. Desta maneira os indivíduos passam a ter contato com mensagens midiáticas num processo contínuo e ininterrupto.

Tomando como parâmetro Bardin (2011) será feita uma análise quantitativa e qualitativa do último programa eleitoral do HGPE, exibido no dia 28 de setembro de 2022. Como Corpus, no presente artigo será analisado o último programa dos candidatos Alexandre Kalil (PSD) e Romeu Zema (NOVO) no primeiro turno, já que a eleição foi decidida em turno único.

Antes, no entanto, será apresentado os resultados da coleta e análise dos programas do HGPE ao governo de Minas Gerais feitos pelos autores Oliveira, Fernandes, Chaves e Gomes (2023), no artigo “Outsiders ou candidatos sistêmicos? Análise das estratégias dos candidatos Romeu Zema (Novo) e Alexandre Kalil (PSD) na disputa pelo governo de Minas em 2022 no HGPE”.

A pesquisa em questão está em fase de coleta e análise do enquadramento noticioso dado as candidatos Zema (NOVO) e Kalil (PSD) pelo Jornal O Tempo, que será apresentada ao final juntamente com os dados do HGPE.

Palavras-chave: HGPE. Romeu Zema. Alexandre Kalil. Governo de Minas. Eleições 2022.

Referências

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2011.

BRAGA, J. L. “Circuitos *versus* campos sociais”. In: MATTOS, M. A.; JANOTTI JÚNIOR, J.; JACKS, N. (Org.). **Mediação & Midiaticização**. Salvador: EDUFBA, 2012, p.31-52.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

HONNETH, A. **Luta por Reconhecimento**: A gramática moral dos conflitos sociais. São Paulo: Editora 34, 1996.

OLIVEIRA, L.A.; FERNANDES, C.M.; CHAVES, F.R.; RAPOSO GOMES, A. Outsiders ou candidatos sistêmicos? Análise das estratégias dos candidatos Romeu Zema (Novo) e Alexandre Kalil (PSD) na disputa pelo governo de Minas em 2022 no HGPE. In: PANKE, L.; AZEVEDO, A.; CUNHA.M. **Eleições 2022**: a propaganda televisiva nas eleições estaduais. Campina Grande-PB: EDUEPB, 2023, p.471-493.

RODRIGUES, A. D. **Estratégias de Comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1990.

Psicopatologia e poder disciplinar

Uma análise discursiva da psicologia baseada em evidências

Autor: Lucas Ribeiro Vaz Vitorino

Orientador: Wedencley Alves Santana

Resumo curto:

Este trabalho tem como objetivo investigar os efeitos de poder dentre as práticas da psicologia e da psiquiatria, se apoiando na disciplina da análise de discurso como forma de verificação. Parte-se da proposta que a psiquiatria sempre fora tomada como discurso de norma e de controle, porém, mesmo a psicologia tendo origens diversas, tem-se como hipótese que esta também é atravessada por um discurso que pode ter como finalidade, inconsciente ou não, a volta do poder disciplinar no campo no contemporâneo. Como objeto, pretende-se utilizar do discurso da Psicologia Baseada em Evidências, em crescimento no Brasil a partir do Séc XXI. Tem-se como hipóteses para essa consequência o processo de espetacularização e o neoliberalismo, que desagua na midiaticização da clínica. Ou seja, tem como base a tese que o sujeito em intenso estado de consumo e produção é levado a consumir diagnósticos e medicamentos também, ocasionando uma subversão da clínica no campo da saúde mental.

Resumo expandido:

Essa pesquisa tem por objetivo uma análise discursiva do campo da psicologia, principalmente em sua vertente teórica e prática chamada de Psicologia Baseada em Evidências (PBE), conforme esta conquista espaço e mobiliza discussões, comentários e sustentações em ambientes midiáticos no contemporâneo. Para a apreciação deste objeto, a pesquisa se apoia na disciplina da Análise de Discurso em sua vertente Pêcheux – Orlandi, em diálogo com conceitos e noções foucaultianas como poder disciplinar, biopoder e governamentalidade. Tem como hipótese central que espetacularização da vida e a necessidade cada vez maior do consumo e produtividade do neoliberalismo leva ao fenômeno no campo da psicopatologia do caráter performático dos sintomas e diagnósticos (Dunker, Safatle, Silva, 2018). Como resposta a esse fenômeno, o campo da psicologia apresenta como característica a divulgação de métodos diagnósticos e da cientificação dos hábitos em ambientes midiáticos. Tal processo de midiaticização da clínica pode ser interpretado como uma forma da psicologia ser vista como um sustento ideológico e econômico da atualidade, no momento em que corrobora com um discurso de consumo e produção no capitalismo (Calazans, Matozinho, 2021), seja de medicamentos ou de terapias. Visto que uma das funções da publicidade é a construção de ideais a fim de que o sujeito consuma determinado produto, a exposição do sujeito a processos diagnósticos como se fossem mercadorias nas redes sociais podem gerar fenômenos de identificação com o próprio

diagnóstico. Sabendo que o sujeito no neoliberalismo pode ser entendido como um sujeito-empresa (Dunker, 2018), onde são deslocados para o campo pessoal as noções de gestão de riscos e análise de desempenho, tal característica pode ser vista no campo da psicopatologia a partir da introdução de termos como “eficiência” e “déficit”, que, em última instância, diz que todos são transtornados e necessitados de tratamento, a partir da tirania do sucesso como fenômeno discursivo. Termos estes presentes em linhas terapêuticas como a PBE. Durante o processo da pesquisa, partiu-se de estudos sobre o caráter higienista e de segregação da história da psiquiatria. A partir de textos como História da loucura (Foucault, 1972) e A ordem psiquiátrica: a idade de ouro do alienismo (Castel, 1978), percebeu-se como esta nasce em um discurso voltado para o controle, em linhas de tratamento que visavam retirar o sujeito de seu contexto territorial e cultural e em contextos asilares, chamados manicômios. Em diálogo com a teoria foucaultiana, tem-se um exemplo de um poder chamado disciplinar, visto que os manicômios tinham como finalidade última um retorno a uma falsa normalidade do sujeito através de métodos coercitivos. Como resultados esperados, tem-se a proposta de que com a queda dos tratamentos asilares, ou seja, disciplinares, um novo poder emerge dentro do campo da saúde mental, que é o biopoder. Nessa nova forma de gestão de si, supera-se os muros dos manicômios para dar lugar aos muros da bioquímica, com sua manutenção feita pelo próprio sujeito, como forma de supressão e silenciamento. É nesse contexto que este trabalho tem como proposta uma análise discursiva da PBE nas redes, a fim de verificar como, de forma inconsciente ou não, tal linha terapêutica promove um retorno a um discurso de poder e norma, dessa vez instalado no sujeito como forma de responder a um desempenho e demanda social.

Palavras-chave: Psicologia. Psiquiatria. Análise de discurso. Neoliberalismo. Mediatização.

Referências

- Calazans, R., Matozinho, C. (2021). *Pandemia e neoliberalismo: a melancolia contra o novo normal*. Rio de Janeiro: Mórula.
- Castel, R. (1978). *A ordem psiquiátrica: a idade de ouro do alienismo*. Rio de Janeiro: Graal.
- Dunker, C., Safatle, V., Silva Junior, N. (ORG). (2018). *Patologias do social: arqueologias do sofrimento psíquico*. Belo Horizonte: Autêntica.

Dunker, C. (2018). *Reinvenção da intimidade: políticas do sofrimento cotidiano*. São Paulo: Ubu.

Foucault, M. (1972). *História da loucura*. São Paulo: Perspectiva.

As possibilidades de imersão na narrativa através da tecnologia e-MotionMariana de Toledo Lopes³²Carlos Pernisa Júnior³³Stanley Cunha Teixeira³⁴**Resumo curto:**

Este trabalho tem como objetivo apresentar os resultados iniciais da pesquisa que visa compreender o processo de imersão na narrativa, através da tecnologia e-Motion. Como forma de tentar retomar entre os jovens o hábito da leitura, a tecnologia e-Motion propõe que a imersão na narrativa se dê por meio da ativação, através do movimento dos olhos, de botões invisíveis, estrategicamente colocados ao longo do texto, possibilitando assim a ativação de sons, animações, intervenções gráficas e outros artifícios que levem à imersão de maneira sutil. A partir da revisão bibliográfica de autores da área e com o apoio das narrativas criadas e roteirizadas pelos estudantes da disciplina de Laboratório de Mídia Digital II, do curso de RTVI/UFJF, será apresentado o vídeo com a simulação da leitura através da tecnologia e-Motion.

Resumo expandido:

A tecnologia e-Motion, idealizada pelo pesquisador Dr. Stanley Cunha Teixeira, membro do Laboratório de Mídia Digital da UFJF, teve como inspiração o *Eye Tracking*, um dispositivo que permite analisar em que área é fixada a atenção do usuário e por quanto tempo ela se dá. Essas informações são colhidas por meio da emissão e retorno de raios infravermelhos para os olhos do usuário. Uma vez que atingem as pupilas, os raios infravermelhos retornam ao dispositivo, permitindo calcular com precisão para onde o usuário está olhando e ainda medir os movimentos oculares como as fixações, sacadas e regressões. (BARRETO, 2012)

Tendo como base o método de rastreamento ocular, a tecnologia e-Motion propõe que, a partir dos movimentos dos olhos, seja possível acionar “botões invisíveis” durante a leitura de uma narrativa por meio de celular ou *tablet*. Assim que acionados, esses botões permitem alteração no *layout* da tela ou até mesmo no ambiente ao redor do leitor. A partir dessas alterações, pretende-se que a experiência de leitura seja mais imersiva e interessante, principalmente para os jovens nativos digitais que têm pouco ou nenhum hábito de leitura. Além disso, o estudo dessa tecnologia abre possibilidades para formas diferentes de contar histórias em mídias digitais, usando tecnologias como a internet das coisas e as histórias pervasivas.

³² Discente do 2º ano do Mestrado/Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa "Processos comunicacionais e interfaces sociais".

. Bolsista CAPES. E-mail: marianatlopes@gmail.com.

³³ Professor(a) orientador(a). E-mail: carlos.pernisa@ufjf.br

³⁴ Professor(a) coorientador(a). E-mail: stanley_teixeira@yahoo.com.br

No primeiro semestre de 2023, durante o estágio docência, os estudantes da disciplina de Laboratório de Mídia Digital II, criaram e roteirizaram nove diferentes histórias para serem realizadas com a tecnologia e-Motion. A partir de uma dessas narrativas, foi criado um vídeo que faz a simulação da leitura por meio da tecnologia e-Motion. Neste material, é possível encontrar alguns conceitos trabalhados na pesquisa, como a imersão. Intervenções gráficas, efeitos sonoros e movimentos sutis nas imagens são alguns métodos propostos para que a imersão seja mais natural e efetiva, acontecendo de forma transparente ao leitor, ou seja, sem que ele se dê conta dos processos que acontecem durante a leitura. Para Murray (2003), a ideia de imersão pode ser dita como a experiência prazerosa de estar em um lugar cuidadosamente pensado e organizado para que o usuário sinta-se envolto pela realidade da narrativa, muitas vezes, assumindo o papel de personagem. O termo faz analogia à sensação de um mergulho em água e que afeta todo o sistema sensorial. (MURRAY, 2003)

Tendo como base, além dos autores acima, Luiz Gonzaga Motta, Henry Jenkins, Zygmunt Bauman, Marshall McLuhan, entre outros, este trabalho pretende refletir sobre algumas possibilidades narrativas para a aplicação da tecnologia e-Motion, que encontra-se ainda aguardando recursos para ser realizada. Depois de realizado o primeiro vídeo que simula a leitura através da tecnologia e-Motion, outra história será escrita, roteirizada e editada, desta vez com outras possibilidades de efeitos sonoros e intervenções gráficas.

Palavras-chave: Comunicação. Narrativa. Imersão. Tecnologia. e-Motion.

Referências

BARRETO, Ana Margarida. Eye Tracking como Método de Investigação Aplicado às Ciências da Comunicação. **Revista Comunicando**, Portugal, v.1, n.1, p. 168 - 186, Dezembro, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.58050/comunicando.v1i1.126>. Acesso em: 1/11/2023.

Experiências imersivas, memória e webcomics são temas do primeiro dia de apresentações da HQweek!. **Site do Laboratório de Mídia Digital**. <https://www2.ufjf.br/midiadigital>, 2020. Disponível em: <https://www.ufjf.br/midiadigital/2020/05/26/experiencias-imersivas-memoria-e-webcomics-sao-temas-do-primeiro-dia-de-apresentacoes-da-hqweek/>. Acesso em: 30/10/2023.

MURRAY, J. H. **Hamlet no Holodeck**: o futuro da narrativa no ciberespaço. 1 ed. São Paulo: Unesp, 2003.

A ficção científica brasileira na mídia:
reflexões e influência na construção do imaginário tecnológico

Millena Gonçalves Constantino dos SANTOS³⁵
Luiz Ademir de OLIVEIRA³⁶

Resumo curto:

Este resumo expandido foi produzido para o evento *X Jornadas Internas PPGCOM-UFJF*, a ser realizado em novembro de 2023. O texto apresentado é parte da proposta de pesquisa da autora que está cursando o 1º ano de Mestrado em Comunicação. Com a pesquisa, busca-se refletir sobre a relação entre o imaginário tecnológico (Durand, 2002; Maffesoli, 2001; Silva, 2003; Tucherman, 2005), ciências e disputas simbólicas (Bourdieu, 1983; Foucault, 2018) no campo social, que marcam presença nas narrativas seriadas de ficção científica brasileiras (Suppia, 2007; Suvin, 1977). Até o momento, por meio da pesquisa bibliográfica, buscou-se o delimitar os objetos de pesquisa a duas narrativas seriadas: *3%* (2016) e *Onisciente* (2020), além da busca pelo estado da arte e ambas e as reflexões acerca do tema existentes no Campo da Comunicação. A metodologia proposta é a híbrida entre a Análise de Conteúdo, de Bardin (2011), e a Análise Fílmica, de Penafria (2009).

Resumo expandido:

A priori, debate-se sobre a multiplicidade de definição conceitual de imaginário e imaginário tecnológico, com base na discussão de autoras e autores como Tucherman (2005), Silva (2003), Durand (2002) e Maffesoli (2001). Ainda que, por vezes, tensionados, os autores permitem estabelecer a conexão do imaginário tecnológico com a troca de símbolos e signos na sociedade.

O debate sobre Ciência, Paradigmas e Campos Simbólicos reflete relações de poder no contexto social, considerando que “não há vida simbólica fora do imaginário” (Silva, 2003, p.7) e que este “atravessa todos os domínios da vida e concilia o que aparentemente é inconciliável. Mesmo os campos mais racionais, como as esferas política, ideológica e econômica, são recortados por imaginários” (Maffesoli, 2001, p.78). Ou seja, o real e o imaginário não se mostram como conceitos opostos ou mutualmente excludentes.

Dessa forma, a discussão de campo simbólico, e a consequente disputa pelo domínio do poder simbólico (Bourdieu, 1983; Foucault, 2018), fazem-se essencial para

³⁵ Discente do 1º ano do Mestrado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Processos Comunicacionais e Interface Sociais, bolsista pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). E-mail: goncalvesmillena94@gmail.com.

³⁶ Professor orientador. E-mail: luizoli@ufsj.edu.br.

que se estabeleça a relação necessária para se pensar as influências do imaginário tecnológico nas narrativas seriadas televisivas.

Não existe um consenso na definição do gênero de Ficção Científica (FC). No Brasil, o gênero não deixa de ser explorado no audiovisual, no entanto, o que norteia suas narrativas também é um emaranhado de definições e a linha que separa o que é FC e o que é fantasia dificulta o mapeamento dessas produções. Além disso, Suppia (2007) fala sobre como, muitas vezes, o gênero se baseia na alta tecnologia de produção, o que faz com que poucas obras ganhem espaço em grandes streamings. Entende-se, assim, que existem importantes narrativas seriadas de FC brasileiras que não estão nas maiores plataformas de streaming – como Netflix, Amazon e HBO – e que, assim, o acesso a elas é restringido.

As narrativas seriadas 3% (2016) e Onisciente (2020) – a princípio definidas como objetos desta pesquisa – estão ambas na plataforma Netflix, e possuem pontos de aproximação ao que Suvin (1977) chama de *novum*. Segundo o autor, uma narrativa de ficção científica deve apresentar um elemento que representa uma novidade, seja ele uma tecnologia, uma ferramenta ou até mesmo um indício, que interliga o mundo fictício da série a realidade social em que ela foi produzida. Optou-se por essa definição do gênero através do conceito de *novum* já que ele abre caminhos para explorar outras definições e elementos da FC quanto gênero. Assim, propõe-se uma metodologia híbrida: a Análise de Conteúdo, de Bardin (2011), e a Análise Fílmica, de Penafria (2009), de forma com que sejam complementares entre si.

Entende-se que se trata ainda de uma discussão e análise embrionários, mas que contribuem para a apropriação das teorias e da sua articulação com a empiria. Os desafios que se colocam nas próximas etapas é alargar e consolidar a pesquisa bibliográfica bem como a construção da base teórica, ao mesmo tempo que se efetiva a pesquisa documental e se inicia as análises dos objetos definidos. O ato de pesquisa é, sem dúvida, desafiador e intrigante, por impor desafios ao mesmo tempo que permite vislumbrar novos olhares sobre os temas e os objetos de investigação. Estes que se deslocam do lugar de produtos e obras que geram fruição e entretenimento, para a posição de “constructos” para uma abordagem científica e sistematizada. Com o intuito, assim, de se entender as relações que permeiam a Comunicação, a Ficção Científica bem como as suas interfaces com a ciência e a tecnologia em permanente interlocução com a dinâmica social.

Palavras-chave: Imaginário Tecnológico. Disputa Simbólica. Ficção Científica. Análise de Conteúdo. Análise Fílmica.

Referências

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. 1ª ed. São Paulo: Edições 70, 2011.

BOURDIEU, P. **O campo científico**. In: ORTIZ, R. (Org). Pierre Bourdieu: Sociologia (Grandes Cientistas Sociais). São Paulo: Ática, 1983, 122,155.

DURAND, G. **Estruturas Antropológicas do Imaginário**: introdução à arquetipologia geral. 1ªed. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**. 7ª ed. – Rio de Janeiro/ São Paulo: Paz e Terra, 2018.

MAFFESOLI, M. O imaginário é uma realidade. **Revista Famecos**, no. 15, pp. 74-82, 2001.

PENAFRIA, M. Análise de Filmes-conceitos e metodologia (s). In: CONGRESSO SOPCOM, 6., 2009, Lisboa. **Anais [...]**. Lisboa: SOPCOM, 2009. p. 1-10.

SILVA, J. M. **As tecnologias do imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

SUPPIA, A. L. P. de O. **Limite de alerta! Ficção científica em atmosfera rarefeita**: uma introdução ao estudo da FC no cinema brasileiro e em algumas cinematografias off-Hollywood. 2007. Tese de Doutorado. [sn].

SUVIN, D. A ficção científica e o *novum* (1977). **Outra travessia**, v. 2, n. 32, p. 167-193, 2021. Tradução: Larissa Costa da Mata.

TUCHERMAN, I. Imaginário Tecnológico. **Anais XXV Intercom**, 2005, Rio de Janeiro. **Anais da XXV Intercom 2005**.

Mídia, gênero e conservadorismo na Estrada Real (MG):
como mulheres eleitas em 2020 constroem suas representações nas redes sociais digitais

Najla Márcia Nazareth dos Passos³⁷

Paulo Roberto Figueira Leal³⁸

Resumo curto:

O objetivo desta pesquisa é verificar como prefeitas, vice-prefeitas e vereadoras eleitas em 2020 nos municípios do circuito histórico da Estrada Real, em Minas Gerais, construíram suas representações nas redes sociais digitais e como elas as têm mantido nos três primeiros anos de mandatos. A pesquisa considera a crescente utilização da estratégia de campanha permanente, caracterizada pela intensificação do processo de midiaticização. O recorte escolhido engloba a análise da construção dos perfis do Facebook de 18 mulheres eleitas em 6 municípios da Estrada Real, o circuito histórico reconhecido pelo tradicionalismo e conservadorismo, em que o percentual de prefeitas eleitas foi de apenas 4%. A metodologia utilizada é a análise de conteúdo. Os primeiros resultados apontam que, enquanto nas cidades pequenas há candidatos fora das redes sociais, nas cidades maiores isso é impensável.

Resumo expandido:

As Eleições 2020 mostraram que o Brasil ainda está longe de corrigir as assimetrias de gênero que fazem dele o segundo pior país da América Latina em representatividade feminina em cargos públicos eletivos, atrás apenas do Haiti. Embora as mulheres sejam a maioria da população e do eleitorado, as prefeitas eleitas foram 12,1% do total de candidatos, de acordo com dados do Tribunal Superior Eleitoral (TSE). No Estado de Minas Gerais, alçaram apenas 7,2% dos postos do Executivo Municipal mineiro. Já na trilha da Estrada Real, o maior circuito turístico do país, a representatividade feminina nas prefeituras foi de apenas 4%.

O propósito deste artigo é pesquisar como prefeitas, vice-prefeitas e vereadoras eleitas em 2020, em municípios mineiros do circuito histórico da Estrada Real, construíram suas representações políticas na esfera pública das redes sociais, de forma a se conectarem com os eleitores e com seus anseios, mesmo em ambiente tão hostil à participação feminina na política. Também é nosso objetivo responder às seguintes questões: essas representações permanecem as mesmas no exercício dos mandatos, dentro da lógica da campanha permanente? Quais arquétipos das mulheres candidatas predominam em um e em outro caso? Como os feminismos contemporâneos perpassam

³⁷ Discente do 3º ano do Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Processos Comunicacionais e Interfaces Sociais. Bolsista da CAPES. E-mail: najlapassosdf@gmail.com.

³⁸ Professor(a) orientador(a). E-mail: pabeto.figueira@uol.com.br.

as representações construídas pelas mulheres eleitas em 2020, tanto na campanha eleitoral quanto no exercício dos mandatos, modulando os compromissos com causas mais ou menos progressistas?

Para definir os municípios a serem pesquisados, nós criamos o Índice de Representatividade Feminina (ITF), que mediu o percentual de mulheres eleitas por mil habitantes das cidades. O período engloba a campanha eleitoral de 2020 e o cumprimento do mandato nos três anos seguintes. A rede social digital selecionada para a extração e análise das postagens foi o Facebook, por ser a mais utilizada entre os brasileiros.

A metodologia usada é a análise de conteúdo, conforme proposto por Bardin (2010). Para empreender a pesquisa, definimos 21 categorias para aferir os feminismos mobilizados e utilizamos as três categorias propostas por PANKE (2016) para identificar os arquétipos. A fundamentação teórica prevê a utilização de conceitos da teoria feminista (FRASER, 2019 e 2021; BUTLER, 2019; HARAWAY, 2019; WATTING, 2019; OYEWÙMÍ, 2021), além de outros como neoconservadorismo (BIROLI, MACHADO, e VAGGIONE, 2020), comunicação política (PANKE, 2016 e 2021), esfera pública conectada (HABERMAS, 2014; BENKLER 2006), campo político (BOURDIEU, 2021 e 2011), ação conectiva (BENNETT e SEGERBERG, 2012), campanha permanente (LILLEKER, 2006) e midiaticização (HIJARVARD, 2008). A pesquisa está na fase de coleta de dados para a análise de conteúdo, mas já é possível apontar alguns primeiros resultados, como o fato de que, enquanto nas cidades pequenas ainda há espaço para alguns amadorismos, como não participar da esfera pública conectada ou desconsiderar a lógica da campanha permanente, nas cidades maiores isso é impensável.

Palavras-chave: Comunicação política. Campanha permanente. Midiaticização. Ação conectiva. Feminismos.

Referências

- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.
- BENNETT, W. Lance; SEGERBERG, Alexandra. *The Logic of Connective Action*. **Information, Communication & Society**, 15:5, p.739-768, 2012.
- BOURDIEU, P. O campo político. In: **Dossiê "Dominação e Contra-poder"** • Rev. Bras. Ciênc. Polít. (5) • Jul 201.1

<https://doi.org/10.1590/S0103-33522011000100008>

FRASER, N. Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy. Social Text. In: **JSTOR**. New York, n. 25/26, Duke University Press, 1990, p. 56–80. Disponível em: <https://doi.org/10.2307/466240>. Acesso em: 11 out. 2021.

HABERMAS, J. **Mudança estrutural da esfera pública**. São Paulo: Editora Unesp, 2014.

HJARVARD, S. Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **Matrizes**, vol. 5, núm. 2, enero-junio, 2012, p. 53-91 Universidade de São Paulo São Paulo, Brasil.

LILLEKER, D.G. **Interviewing the political elite**: Navigating a potential minefield. London: SAGE Publications Ltd, 2006.

PANKE, L. **Campanhas eleitorais para mulheres – desafios e tendências**. Curitiba: 1ed, UFPR, 2016.

A FLA TV como canal da maior torcida do mundo:

Um estudo sobre a produção de informação audiovisual na construção da marca
Flamengo

Paula Leão Delgado³⁹

Iluska Maria da Silva Coutinho⁴⁰

Resumo curto:

Entendendo que a comunicação está cada vez mais híbrida, mais do que mesclando a publicidade e jornalismo, mas fundindo as duas áreas em novos formatos e plataformas, hoje observamos a postura de algumas empresas de informar e entreter seus consumidores a partir de seus canais. Entretanto, como detém todo o processo de produção da informação, ocupando desde o lugar de fonte até veículo de divulgação da, subvertem tanto a função da publicidade quanto a função jornalística dos meios. Este trabalho pretende analisar, através da metodologia da Análise da Materialidade Audiovisual (COUTINHO, 2016, 2018), três crises internas que abalaram a imagem do Flamengo em 2023, com o objetivo de compreender como as técnicas do jornalismo estão sendo utilizadas pela FLA TV, canal do Flamengo no Youtube, como uma estratégia de relacionamento e fortalecimento da marca.

Resumo expandido:

O presente trabalho tem como tema a presença do Jornalismo como forma de conhecimento, serviço e gênero audiovisual na produção realizada pela FLA TV, canal oficial do Clube de Regatas do Flamengo no YouTube, com 6,8 milhões de inscritos, a maior tv de clubes do Brasil⁴¹. A hipótese a ser investigada é a utilização dos saberes e técnicas do jornalismo como forma estratégia publicitária para “vender” uma aproximação entre os torcedores e a marca Flamengo no ambiente digital.

O recorte empírico selecionado é constituído por três significantes crises de imagem do Flamengo em 2023, nas quais agressões físicas e morais entre integrantes do clube foram expostas nas mídias. O objeto analisado será a playlist “Semana rubro negra” e a análise será especificamente dos vídeos que foram publicados nas semanas das agressões: 07 de julho; 04 e 18 de agosto de 2023.

³⁹ Discente do ano de 2022 do Mestrado/Doutorado em Comunicação da UFJF, Processos comunicacionais e interfaces sociais. Bolsista CNPq. E-mail: paula.delgado@estudante.ufff.br

⁴⁰ Doutora em Comunicação e Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e da Faculdade de Jornalismo da UFJF. Coordenadora do Núcleo de Jornalismo e Audiovisual e da Rede Telejor. E-mail: iluska.coutinho@ufff.br

⁴¹

https://www.espn.com.br/futebol/palmeiras/artigo/_/id/12803489/palmeiras-consegue-feito-so-flamengo-havia-alcancado-brasil-15-maior-clube-futebol-mundo-youtube-veja-ranking Acesso em 30 de out. de 2023

O foco de interesse deste trabalho está em compreender a relação entre publicidade, jornalismo e produtos do futebol. Esses três universos, campos de prática e saber, estão cada vez mais ligados dentro das plataformas digitais de comunicação, movimentando milhões de consumidores de produtos midiáticos e não midiáticos.

Alterações nos fluxos comunicacionais e interações entre a informação, os *media* e a sociedade foram intensificadas com o desenvolvimento da internet e aparatos tecnológicos (HJARVARD, 2014). As transformações digitais cooperaram para que a publicidade começasse a ocupar novos espaços, como no jornalismo e no entretenimento, mas não como inserções de patrocínio, mas como um conteúdo inserido dentro do produto midiático (COVALESKI, 2013). A partir disso, pretende-se trabalhar com o conceito de *branded content* (ASMUSSEN, B. *et al.*), (COVALESKI, 2013), no qual se explora o elo entre publicidade, jornalismo e entretenimento através dos meios de comunicação.

Entendendo o Flamengo como uma marca e os torcedores como um potencial público consumidor (Costa, 2014;) e ativo estratégico (NETO, 2011), os clubes de futebol utilizam da estratégia do *branded content* para construir narrativas (COUTINHO, 2015) em suas plataformas.

A pesquisa empírica dos vídeos anteriormente citados veiculados na FLA TV recorre à Análise da Materialidade Audiovisual (COUTINHO, 2016, 2018) para se compreender a construção dos produtos midiáticos como um todo, suas camadas e narrativas para que se possa manter um olhar crítico e cético sobre a produção de notícias, suas metodologias e práticas jornalísticas.

Em uma análise flutuante inicial entendeu-se que o Flamengo, no momento das crises, preferiu omitir qualquer informação e não se pronunciar sobre os ocorridos em seus canais, não fazendo nenhum tipo de publicação ou declaração sobre os ocorridos, desconsiderando até mesmo os comentários de seus torcedores que buscavam mais informações. Procura-se ainda fazer uma análise mais profunda dos materiais audiovisuais quanto às camadas de textos e para-textos (Coutinho, 2018) nas entrevistas e comentários dos vídeos analisados.

Palavras-chave: Youtube. FLA TV. Jornalismo audiovisual. Publicidade. Branded Content

Referências

ASMUSSEN, B.; WIDER, S.; WILLIAMS, R.; STEVENSON, N.; WHITEHEAD, E.; CANTER, A. Defining branded content for the digital age. The industry experts' views on branded content as a new marketing communications concept: A collaborative research project commissioned by the BCMA and conducted by Oxford Brookes University and Ipsos MORI. 2016. Disponível em:

https://www.thebcma.info/wp-content/uploads/2016/07/BCMA-Research-Report_FINAL.pdf

Acesso em: 30 de out. de 2023

COSTA, L. TVs de clubes no Brasil: um olhar sobre a produção audiovisual das assessorias dos times de futebol. Rio de Janeiro, RJ, 2016.

COUTINHO, I. Comunicação e Narrativas Audiovisuais. Florianópolis: Insular, 2015.

COUTINHO, I. . 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, V7. Florianópolis: Insular, 2018.

COUTINHO, I. O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível. In Anais XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, São Paulo, SP, 2016.

COVALESKI, R. Publicidade híbrida. Curitiba: Maxi Editora, 2010.

HJARVARD, S. Midiatização: conceituando a mudança social e cultural. Revista Matrizes, 8(1), 2014. p. 21-44. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v8i1p21-44>. Acesso em: 30 de out. de 2023.

NETO, E. Marketing esportivo: uma análise das expectativas dos consumidores do futebol brasileiro. Brasília, DF, 2001.

Como falamos de política para crianças e adolescentes:
do jornalismo “hegemônico” às reinações prosumers da Retrospectiva Animada

Sara de Moraes Bridi⁴²
Paulo Roberto Figueira Leal⁴³
Jhonatan Alves Pereira Mata⁴⁴

Resumo curto:

A pesquisa busca compreender em que medida, Felipe Castanhari, por meio de sua Retrospectiva animada, se apropria das notícias produzidas por diferentes mídias a fim de produzir sentido e levar informação de cunho social e político ao público infantojuvenil. Como recurso metodológico, é utilizada a análise da materialidade do audiovisual (COUTINHO, 2016), compreendendo o produto audiovisual e seus paratextos como parte de um mesmo objeto. Dessa forma, almejamos tensionar a hipótese de que existe um consumo de notícias sobre política por parte do público interagente infantojuvenil intermediado por linguagens que diferem das puramente telejornalísticas. Como primeiros resultados alcançados, detectamos uma estratégia na produção de Felipe Castanhari que denominamos de “Estética Easter-egg”, na qual o interagente é convidado a descobrir referências à notícias escondidas ao longo da produção.

Resumo expandido:

Criança não gosta (ou não pode) saber de “notícia séria”? Apesar de diversos estudos demonstrarem o contrário (CARTER; ALAN, 2005; COUTINHO; MATA, 2011; DORETTO, 2018; SILVEIRA, 2019; DONEDA, 2022), adultos tendem a supor que os pequenos têm dificuldade para lidar com a informação. E justamente porque essa inteligência é subestimada, um enorme potencial é desperdiçado. Numa era de *streamings*, heróis e memes postados em vídeos curtos, cidadania e engajamento político podem acontecer de diferentes formas. Por um lado, nas mídias hegemônicas, uma parcela mínima é dedicada à faixa-etária e produções telejornalísticas colocam crianças e adolescentes à margem dos acontecimentos (MATA, BRIDI, 2023). Por outra via, esse vácuo acaba por ser preenchido por produções independentes, recheadas de um *mashup* de ativismo político e cultura pop que, apesar de não plenamente percebidas pela mídia tradicional, acabam por ganhar maior visibilidade em postagens de *influencers* e políticos. Como profissionais de comunicação temos conseguido alcançar

⁴² Discente do 2º ano do Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Processos Comunicacionais e Interfaces Sociais. Se for bolsista, informar e identificar agência de fomento (ex: bolsista FAPEMIG). E-mail: sarademoraes@gmail.com.

⁴³ Professor(a) orientador(a). E-mail: paulo.leal@ufjf.br

⁴⁴ Professor(a) coorientador(a). E-mail: jhonatanmata@yahoo.com.br

o público infantojuvenil com uma linguagem que os atraia e os estimule a compreender os processos políticos nos quais estão inseridos?

Ao noticiar o cotidiano, a atividade jornalística seleciona aquilo que pode ser tido enquanto acontecimento (FRANÇA, 2012) de acordo com o que se convencionou enquanto valores-notícia (WOLF, 1987; TRAQUINA, 2004). Ao final de cada ano, as retrospectivas se tornaram produtos comumente editados e exibidos, principalmente pelas emissoras de televisão, em cerimônias midiáticas de rememoração (MUSSE; THOMÉ, 2016). Em 2022, no entanto, um ano marcado por uma série de eventos de expressividade nacional e mundial, a retrospectiva da TV Globo teve a menor audiência da história do programa (com 15,1 pontos no Ibope), segundo fontes da emissora sobre a audiência do produto⁴⁵.

Em contrapartida, um conteúdo com a mesma proposta publicado pelo canal do Youtube “Nostalgia”, do influenciador digital Felipe Castanhari, obteve, em apenas 2 meses, 5,3 milhões de *views* (o que equivale à metade da audiência conquistada pela Globo durante a apresentação da Retrospectiva 2022). Para encontrar meios de fazer florescer fluência midiática e política entre crianças e adolescentes, nos atemos, nesta pesquisa, a analisar as adaptações feitas por Felipe Castanhari na medida em que se apropria de conteúdo jornalístico para expressar suas opiniões políticas e se conectar com o público infantojuvenil.

A partir da análise da materialidade do audiovisual (COUTINHO, 2016), compreendendo a produção como um todo e também seus paratextos, percebemos uma forte marcação de posicionamentos políticos bem como recursos de linguagem, reunidos no que nomeamos como estética Easter-egg, para atrair o público infantojuvenil para tais assuntos. Ao espalhar “pistas” de notícias ao longo do produto, Castanhari impulsiona um jogo de caça ao tesouro no qual seus interagentes disputam pelo maior número de informações encontradas. No processo, eles acabam por ampliar sua rede de conhecimento.

Referências

CARTER, C. ; ALLAN, S. Hearing their voices: young people, citizenship and online news. *In*: WILLIAMS, A.; THURLOW, C. (org.), **Talking adolescence: perspectives on communication in the teenage years** (pp. 73-90). Nova Iorque: Peter Lang, 2005

⁴⁵ Os dados foram comparados pelo portal Notícias da TV em <https://bit.ly/42EEEwd>. Acesso em: 15 maio 2023.

COUTINHO, Iluska. 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** – São Paulo, 05 a 09/09/2016. Disponível em:

<<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-3118-1.pdf>> Acesso em: 02 Nov. 2022

COUTINHO, I. ; MATA, J. **Juventude, cidadania e telejornalismo local**. As representações sociais produzidas e consumidas pelo jovem telespectador. I Seminário de Pesquisa Juventudes e cidades. UFJF, 2011

DONEDA, Luciana. O jornalismo infantojuvenil e o caso do Jornal Joca no Brasil. **ECCOM**, v. 13, n. 25, jan/jun. 2022. Disponível em: <<http://www.publicacoes.fatea.br/index.php/RAF/article/view/14>> . Acesso em: 06 Jan. 2023.

DORETTO, Juliana. Jornalismo para a infância: uma proposta de definição. **Ciberlegenda**, v. 30 (1), p. 59-72./ 2014

FRANÇA, Vera. **O acontecimento e a mídia**. **Galaxia** (Online), n. 24, p. 10-21, dez. 2012. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/12939>. Acesso em: 15 mai. 2023.

MATA, J., **O amador no audiovisual: conteúdos gerados por cidadãos comuns**. Juiz de Fora: Editora UFJF, 2019

MATA, J; BRIDI, S. M. ARMY BTS, engajamento político e fluência midiática: a representação dos “adoráveis representantes” no telejornalismo multitelas, *in* PEREIRA, A.; MELLO, E,;

MUSSE, Christina Ferraz; THOMÉ, Claudia de Albuquerque. Telejornalismo e Poder. Memórias (re) construídas pelo “Jornal Nacional”. In: PORCELLO; EMERIM; FINGER (Orgs.). **Telejornalismo e Poder**: Florianópolis, SC: Insular, 2016.

FINGER, C.; EMERIM, C. (orgs.). **Na TV e em outras telas**. Coleção Jornalismo Audiovisual. v. 17. Florianópolis, SC: Editora Insular, 2023.

SILVEIRA, P. Notícias televisivas e públicos infantis: o porquê da aposta em jornalismo segmentado para as crianças. *Observatorio*, 13(2), pp 48-67. 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.15847/obsOBS13220191467>. Acesso em 23 Jun 2023.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. Volume 2. Florianópolis: Insular, 2004.
WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Tradução: Maria Jorge Vilar de Figueiredo. Lisboa: Editorial Presença, 1987.

Plataformização, Poder e Resistência:

Os enquadramentos das manifestações golpistas pós-eleição de 2022 na enciclopédia

Wikipédia Lusófona

Suély Zonta⁴⁶

Telma Sueli Pinto Johnson⁴⁷

Paulo Roberto Figueira Leal⁴⁸

Resumo curto:

Com o avanço da internet, a rede de computadores foi transformada em um ambiente colonizado com o avanço das plataformas online comerciais. O fenômeno chamado por muitos autores de plataformação é o ponto de partida para o desenvolvimento deste trabalho de pesquisa. Toma como pressuposto que as chamadas Big Techs exercem um poder simbólico e de dominação nas atividades das plataformas online e usuários. O propósito é compreender se a plataforma gratuita digital criada em 2002, consegue ser resistência diante de um cenário global de colonização de dados. Dessa maneira será pesquisada a relação de poder e resistência na plataformação, investigando o papel da Wikipédia Lusófona, a partir dos registros na enciclopédia, sobre eventos políticos controversos contemporâneos ocorridos após o pleito presidencial que resultou na derrota do então candidato Jair Bolsonaro, do espectro da ultradireita, e na vitória do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, maior liderança da esquerda no Brasil.

Resumo expandido:

O termo plataformação, utilizado para explicar o crescimento das empresas de plataformas, não possui uma única definição na literatura. Para Gillespie (2018), uma plataforma oferece a oportunidade de agir, conectar ou falar de maneiras poderosas e eficazes. Outros autores definem plataforma como “princípio ativo da economia” (VAN GORP; BATURA, 2015) ou “Promotores de encontro ou agenciadores” (EVANS; SCHAMALENSEE, 2016).

Poell, Nieborg e Van Dijck (2020) explicam que a comunidade acadêmica passou de uma discussão de plataforma como coisa para analisar a “plataformação” que seria o processo. Valente (2021, p. 209) afirma “que são em geral sistemas operando no mercado capitalista” e “assumem uma condição especial, transformando-se naquilo que chamamos de ‘monopólios digitais’”.

⁴⁶Discente do 2º ano do Mestrado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Mídias e Processos Sociais. Bolsista Capes. E-mail: suzonta@gmail.com.

⁴⁷ Professora orientadora. E-mail: telma.johnson@ufjf.br

⁴⁸ Professor coorientador. E-mail: Paulo.leal@ufjf.br

Na perspectiva de Couldry e Mejías (2019), a estrutura das plataformas, embora escrita na linguagem “suave” dos símbolos, é forte o suficiente para destruir vidas. Com isso, o que sempre poderia ser contestado, passa a parecer algo sem desafio, uma estrutura de poder difícil de mover ou romper. Como apontado por Pierre Bourdieu (1989, p. 8), “o poder simbólico é, com efeito, esse poder invisível o qual só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que o exercem”.

Ao buscar compreender como as manifestações golpistas pós-eleição presidencial 2022 no Brasil foram enquadradas na enciclopédia Wikipédia Lusófona cabem as perguntas: seria a Wikipedia um modelo de plataforma de resistência e uma enciclopédia baseada na construção da memória coletiva de eventos em tempos de polarização política acirrada? Como a inserção de verbetes sobre os movimentos golpistas, após as eleições de 2022 no Brasil, foi realizada pelos participantes da Wikipédia Lusófona, a quais fontes de informação recorreram e como se deram os processos de moderação e discussão dos verbetes entre os editores?

O desenho metodológico da pesquisa empírica adota a abordagem dos métodos digitais, proposta originalmente por Rogers (2009) como um programa de pesquisa que faz distinção das propriedades e características entre o nativamente digital e o digitalizado.

A construção da abordagem dos métodos digitais é fortemente influenciada pela perspectiva da Teoria Ator-Rede (TAR), que parte do pressuposto que o mundo é constituído por complexas redes de relações negociadas entre agregados humanos e não-humanos (LATOUR, 2012), visto que a Wikipédia Lusófona é um objeto nativamente digital.

O método de análise de conteúdo de Bardin (2008) nos guiará nas etapas de pré-análise, construção do objeto, exploração do material, tratamento dos resultados e inferências. Neste primeiro momento da pesquisa empírica estão sendo coletados os verbetes na Wikipédia Lusófona, por meio da sua ferramenta de busca, sobre as manifestações antidemocráticas pós-eleição de 2022, que escalaram para os ataques golpistas de 08 de janeiro de 2023, em Brasília. Como estratégia de monitoramento, o período de coleta de dados abrange o período de 31 de outubro de 2022 a 30 de outubro de 2023.

Identificamos nove verbetes após buscas pelos termos “manifestações golpistas”, “ataques golpistas”, “manifestações de 8 de janeiro”, “protestos em

Brasília”. A partir do material obtido, realizaremos o processo de leitura “flutuante” (BARDIN, 2008) dos documentos para conhecer os textos em busca de impressões e orientações para a projeção das teorias sobre o material e decisões sobre técnicas de análises subsequentes.

Palavras-chave: Internet. Poder. Resistência. Plataformização. Wikipédia

Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Tradução: Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2011.

BOURDIE, Pierre. **O poder simbólico**. Tradução de Fernando Tomaz. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil, 1989.

COULDRY, Nick; MEJIAS, Ulises. **The costs of connection: how data is colonizing human life and appropriating it for capitalism**. Stanford, California: Stanford University Press, 2019.

D'ANDRÉA, Carlos. **Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos**. Salvador: EDUFBA, Coleção Cibercultura, 2020.

EVANS, David; SCHAMALENSEE, Richard. **Matchmakers: the new economics of multisided platforms**. Boston, Massachusetts: Harvard Business Review Press, 2016.

GILLESPIE, Tarleton. **Custodians of the internet: platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media**. New Haven: Yale University Press, 2018.

LATOURE, Bruno. **Reagregando o social**. Salvador: Edufba, 2012; Bauru, São Paulo: Edusc, 2012.

POELL, Thomas; NIEBORG, David B.; VAN DIJCK, José. Plataformização. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**, v. 22, n. 1, p. 2-10, jan./abr. 2020.

ROGERS, Richard. **The End of the Virtual: Digital Methods**. Amsterdam: Vossiuspers UvA, 2009.

VALENTE, Jonas C. **Das Plataformas online aos monopólios digitais: tecnologia, informação e poder**. Belo Horizonte: Ed. Dialética, 2021.

VAN GORP, Nicolai; BATURA, Olga. **Challenges for competition policy in a digitalised economy**. Bélgica: Policy Department A: Economic and Scientific Policy European, 2015. Disponível em: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/542235/IPOL_STU\(2015\)_542235_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/542235/IPOL_STU(2015)_542235_EN.pdf). Acesso em 3 set. 2023.

COM O CORAÇÃO EXPOSTO:

dramaturgia e violências contra a mulher em Pacto Brutal

Veruska Yasmim Paião Rocha⁴⁹Jhonatan Alves Pereira Mata⁵⁰**Resumo curto:**

O objetivo desta pesquisa é analisar o papel do telejornalismo, dos jornalistas e da mulher como personagens – do crime e da narrativa em questão - na série documental Pacto Brutal: O assassinato de Daniella Perez (HBO MAX, 2022). Também nos interessa investigar quais estratégias que a produção utiliza para apresentá-los e como a violência contra a mulher é abordada. A metodologia escolhida para realizar o estudo foi a análise da materialidade audiovisual (COUTINHO, 2016), que trata da possibilidade de avaliar a unidade de texto, som, imagem, tempo e edição, contemplando todos os códigos, elementos e símbolos do audiovisual. Além disso, buscamos entender as relações entre mundo real e fictivo na cobertura do delito que configuram uma nova forma de existência, que Sodré(2002) conceitua por bios midiático.

Resumo expandido:

A morte da atriz Daniella Perez, a punhaladas, em novembro de 1992, para além de impulsionar a caracteriza  o do homicídio premeditado e ampliar debates sobre a violência de g  nero (   época não classificada como feminicídio e tratada como “crime passionnal”) colocou em discussão o próprio papel do jornalismo na exposi  o, dilui  o ou naturaliza  o de violências físicas e simbólicas contra a mulher. O crime, amplamente “audiovisualizado em 1992,    revisto 30 anos depois por meio da série documental “Pacto Brutal” (HBO, 2022) e coloca em destaque o lugar do telejornalismo no desvelar dos fatos. Ainda que a mãe da vítima, a autora de novelas Glória Perez sublinhe o papel da imprensa em contribuir para que o assassinato tenha sido contado    época como uma “novela barata” e reforce a necessidade de expor “a verdade dos autos do processo”, a série utiliza o telejornalismo como recurso para revisar a cobertura da imprensa, legitimando em tela sua importância social, sobretudo, no que se diz às discussões da perspectiva de g  nero. De acordo com Iluska Coutinho e Ariane Pereira (2021) o enfoque nas questões de g  nero pode ser considerado como um item de qualidade para o jornalismo audiovisual capaz de desconstruir estereótipos sexistas e contribuir para a promo  o de comportamentos não machistas via a dramaturgia do telejornalismo.

⁴⁹ Discente do 2  o ano do Mestrado em Comunica  o da UFJF, Linha de Pesquisa Processos Comunicacionais e Interfaces Sociais. Bolsista CAPES. E-mail: yasmimadvir@gmail.com .

⁵⁰ Professor(a) orientador(a). E-mail: jhonatanmata@yahoo.com.br.

Por meio da Análise da Materialidade Audiovisual (AMA) proposta por Coutinho(2016), que tem como princípio a não decomposição do material, estabelecemos três eixos de avaliação, levando em conta as promessas do produto: a representação da mulher, a representação dos jornalistas e saberes e estratégias para apresentar o jornalismo e as mulheres. Além da questão principal, temos outras investigações paralelas como, por exemplo, a mistura entre os mundos da ficção e realidade, apontada por François Jost(2007). Com relação ao aspecto documental, observamos que a palavra é utilizada como estratégia de narração, não como formato.

Outro ponto interessante é o papel que a vinheta da série desempenha como promessa de leitura. A trilha, composta especialmente para a série, empresta um caráter de tensão à abertura. Associados às imagens de arquivo, familiares e também dos autos do processo, tais recursos promovem um mergulho nostálgico. Um afastamento de imagens específicas da telenovela “De corpo e alma” ou mesmo de outras atuações de Daniela Perez nos dá indícios da própria exigência da mãe da vítima, Gloria Perez, de que o tom folhetinesco com que o crime havia sido abordado até então fosse substituído por um produto capaz de mostrar “a verdade dos autos”. No lugar de imagens dos personagens Yasmim e Bira se abraçando, em cenas da ficção, algo recorrente nos produtos midiáticos de 1992, que estampavam o “casal” nas capas e vídeos, temos a atriz abraçando parentes, treinando dança, bem como fotografias de Daniela criança ou vestida de noiva na vida real, abraçada ao marido, Raul Gazola.

Palavras-chave: Telejornalismo; Série documental; Feminicídio; Gênero; Violência contra a Mulher.

Referências

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade** - tratado de sociologia do conhecimento. 24. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2004.

CHAER, Sandra; SANTORO, Sônia. **Las palabras tienen sexo**: Introducción a un periodismo con perspectiva de género. Buenos Aires: Artemisa, 2007.

COUTINHO, Iluska. O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível. In: XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2016, São Paulo, SP. Anais eletrônicos... São Paulo, USP, 2016 Disponível em <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-3118-1.pdf>

COUTINHO, Iluska; PEREIRA, Ariane. Perspectiva de gênero em telas: acréscimos ético-informacionais à dramaturgia do telejornalismo. In: EMERIM, C., PEREIRA, A.,

COUTINHO, I (org.). **Teorias do telejornalismo como direito humano**. Florianópolis: Insular, 2021, v. 11, p. 75-89.

GOFFMAN, Erving. **A Representação do Eu na Vida Cotidiana**. Petrópolis: Editora, Vozes, 2002.

JOST, François. **Compreender a Televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

JOST, François. Que significa falar de “realidade” para a televisão? In: GOMES, Itânia Maria Mota (org). **Televisão e Realidade**. Salvador: EDUFBA, 2009.
<https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/1048/1/Televis%C3%A3o%20e%20Realidade.pdf>

MATA, Jhonatan Alves Pereira. **Um telejornal pra chamar de seu**: Identidade, representação e inserção popular no telejornalismo local. Florianópolis: Insular, 2013.

MATA, Jhonatan. **O amador no audiovisual**: a incorporação de conteúdos gerados por cidadãos comuns às produções telejornalísticas da TV brasileira. Juiz de Fora: Editora UFJF, 2019

MARTINS, Raimundo. 2012. **Porque e como falamos da cultura visual?** Visualidades, v. 4, n. 1 e 2, 16 abr. 2012

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. 8.ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

**CAMPANHA PERMANENTE E ESTRATÉGIA MIDIÁTICA:
uma análise dos líderes da bancada BBB**

Willian José de Carvalho⁵¹
Paulo Roberto Figueira Leal⁵²

Resumo curto:

O presente artigo busca investigar quais foram as principais estratégias midiáticas utilizada pelos líderes das bancadas da Bala, do Boi e da Bíblia nos primeiros seis meses do governo Bolsonaro no *microblogging* X (antigo *Twitter*). O então governo Bolsonaro, em um primeiro momento abriu mão do presidencialismo de coalizão (Abranches, 1988; 2018) e desse modo, por aproximação ideológica, buscou-se utilizar dessas bancadas a força para governança junto ao Congresso Nacional. Através da análise de conteúdo (Bardin, 2011), o estudo analisou as postagens desses líderes na plataforma a fim de verificar quais foram as estratégias utilizadas tanto para visibilidade midiática, quanto para construção e manutenção da imagem. Pôde-se verificar que as postagens mantiveram uma aproximação ideológica ao então presidente, bem como utilizaram-se dos temas ligados a suas bancadas para a campanha permanente (Blumenthal, 1980; Heclo, 2000; Lilleker, 2007; Noguera, 2001).

Resumo expandido:

A eleição de Jair Messias Bolsonaro (PL) se deu após uma crise institucional brasileira cercada de diversos fatores. Apesar de se apresentar como um *outsider* da política nacional, o então deputado federal ousou fazer um voo maior e buscar a chefia do Planalto. A sua disputa inicialmente seria com o então ex-presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva que liderava as pesquisas de intenção de votos. Entretanto, por ser réu na operação Lava-Jato e ter condenação por órgão colegiado, em setembro de 2018, o Tribunal Superior Eleitoral, por seis votos a um, negou o registro da candidatura do petista. Fernando Haddad foi o escolhido para disputar contra Bolsonaro. O ex-militar conseguiu vencer as eleições e tornou-se o 38º presidente do país para um mandato de quatro anos.

Das várias pautas apresentadas por Bolsonaro, tiveram destaques a pauta de costumes, em que os valores da tradicional família brasileira eram defendidos; a defesa do armamento da população a partir de um discurso higienista “bandido bom é bandido morto” e a supervalorização de um discurso religioso muito forte com o lema “Deus acima de tudo”. O resultado das eleições gerais no país, para muitos, um retrocesso

⁵¹ Discente do quarto ano do Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Processos Comunicacionais e Interfaces Sociais. E-mail: wjcjornalismo@gmail.com.

⁵² Professor(a) orientador(a) e docente colaborador do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFJF. E-mail: paulo.leal@ufjf.br

histórico, também se refletiu nas eleições proporcionais do Congresso Nacional. A Câmara dos Deputados elegeu membros de 30 partidos diferentes. O PT e antigo PSL, partido em que Bolsonaro disputou as eleições (hoje União Brasil, após junção com o Democratas) elegeram o maior número de representantes. A bancada do PT ficou com 56 deputados e a do PSL, 52. Em seguida com mais cadeiras na Casa apareceram PP (37), MDB (34) e PSD (34).

Apesar do Brasil ser uma república federativa presidencialista, o poder não está centrado apenas na figura do presidente. O poder do Estado está dividido em três órgãos políticos distintos: o judiciário, o executivo e o legislativo. Esse último é composto pelos deputados e senadores federais que compõem o Congresso Nacional. Diante do conceito de presidencialismo de coalizão apresentado por Abranches (1988; 2018), o autor defende que a política nacional segue as regras de um arranjo institucional no qual o presidente busca apoio do legislativo através de alianças partidárias, no caso brasileiro, crucial para a governabilidade, uma vez que a aprovação dos projetos do Executivo depende do Congresso Nacional.

A necessidade de negociação de apoio é cada vez mais vista como uma troca de favores políticos e a partir desse conceito simplista, o então presidente Bolsonaro disse que abriria mão de negociar com a velha política, ou seja, com os partidos políticos e enxergou nas bancadas suprapartidárias do Congresso Nacional, conhecida popularmente como bancadas temáticas, uma estrutura de apoio para avançar nas principais votações dentro do legislativo federal. Em especial, a frente parlamentar da Segurança Nacional, chamada de bancada da bala, a frente parlamentar Evangélica, conhecida como bancada da Bíblia e a frente parlamentar da Agropecuária, apelidada como bancada do boi. Sendo essas de maior aproximação ideológica com o seu governo.

Por meio da Análise de Conteúdo (Bardin, 2011) método analítico no qual permite a interpretação qualitativa de dados e utilizada para analisar postagens em plataformas de mídias digitais, como o Twitter/X, a fim de investigar diversas questões, a metodologia foi escolhida para investigar as estratégias utilizadas pelos líderes dessas bancadas em busca da visibilidade midiática, bem como ferramenta para a manutenção da presença constante e ativa na mídia, o que pode ser denominado como Campanha Permanente (Blumenthal, 1980), essa necessidade de um contato contínuo se justifica pelo fato de o poder ser conquistado diariamente. Ou seja, pode-se afirmar que, nas disputas políticas, os discursos já começam a ser construídos e desconstruídos, antes mesmo do período

eleitoral, particularmente relevante no contexto das plataformas de mídias digitais como as redes sociais, onde os políticos podem interagir diretamente com o público e moldar a sua imagem pública.

A combinação dessas duas abordagens permitiu uma análise aprofundada das táticas de comunicação política utilizadas no *microblogging Twitter/X* desses líderes. Foi possível investigar temas comuns, mensagens-chave e táticas de engajamento em postagens de políticos no Twitter. Ao mesmo tempo, o conceito de Campanha Permanente forneceu um quadro para entender como essas postagens contribuem para a estratégia geral de um político de manter a visibilidade e o engajamento do público ao longo do tempo.

Palavras-chave: Comunicação e Política. Campanha Permanente. Congresso Nacional. Bancadas Temáticas. *Twitter/X*.

Referências

ABRANCHES, Sérgio. O Presidencialismo de Coalizão: o Dilema Institucional. In: **Dados**, n. 31, p. 5–33, 1998

ABRANCHES, Sérgio. **Presidencialismo de coalizão: raízes e evolução do modelo político brasileiro**. São Paulo, SP: Companhia das Letras, 2018.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: 70, 2011.

BLUMENTHAL, Sidney. **The permanent campaign: inside the world of elite political operatives**. Boston: Beacon, 1980.

HECLO, Hugh. Campaign in gand governing: a conspectus. In: ORNSTEIN, N. J.; MANN, T. E. (eds.). **The permanent campaign and its future**. Washington, D.C.: American Enterprise Institute and The Brookings Institution, 2000. p. 1-37.

LEAL, Paulo Roberto Figueira ; ROSSINI, Patrícia. As campanhas eleitorais no contexto da política personalizada. **Comunicação Política e Eleitoral no Brasil: Perspectivas e Limitações no dinamismo Político/ QUEIROZ, A. C. F.; TOMAZIELO, P. S.; MACEDO R. G. (orgs)**. São Paulo: Politicom, 2012.

NOGUERA, Felipe. La campaña permanente. In: R. Izurieta; R. M. Perina; C. Arterton (Orgs.); **Estrategias de comunicación para gobiernos**. Washington D.C.: UPD/OEA e GSPM/The George Washington University: p.83–108, 2001.

ROSSETTO, Graça; CARREIRO, Rodrigo; ALMADA, Maria Paula. Twitter e comunicação política: limites e possibilidades. **Revista Compolítica**, n. 3, vol. 2, ed. jul-dez, ano 2013.

SILVA, Talita Victor. **O uso do Twitter pelos deputados federais brasileiros: estudo sobre atuação e tendências de comportamento**. Monografia (especialização) do Curso

de Instituições e Processos Políticos do Legislativo, Câmara dos Deputados, Centro de Formação, Treinamento e Aperfeiçoamento (Cefor). Brasília: 2012.

REDES, LINGUAGENS, MEMÓRIAS

A mediatização dos periódicos científicos na era da cultura digital

Adriana Aparecida de Oliveira⁵³
Frederico Braida⁵⁴

Resumo curto:

Os processos de mediatização têm impactado vários setores da sociedade, como transporte, educação, alimentação, lazer e, também, a ciência. Levando-se em consideração o contexto da mediatização da ciência, a pesquisa parte da seguinte questão: como os periódicos científicos respondem ao processo de mediatização da ciência e quais estratégias estão sendo utilizadas pelas publicações nesse cenário? A pesquisa possui natureza quali-quantitativa, exploratória e bibliográfica e lançará um olhar crítico para a compreensão, reflexão e análise do fenômeno de mediatização dos periódicos científicos. Espera-se, ao final dessa pesquisa, propor um modelo com identificação de características e categorias de mediatização dos periódicos científicos, baseado em critérios e estratégias adotadas pelas publicações investigadas.

Resumo expandido:

A internet alterou comportamentos humanos, estabeleceu novas formas de comunicação, permitindo maior interatividade e eliminando barreiras geográficas, conforme menciona Hjarvard (2012, p. 75). A sociedade aderiu às funcionalidades e facilidades proporcionadas pelas mídias digitais em sua rotina para realização de compras, transações bancárias, diversão, contatos profissionais e sociais. O termo mediatização tem sido usado em diferentes cenários e circunstâncias para indicar a influência exercida pela mídia na sociedade. Hjarvard (2012, p. 54), quando defende que a mediatização, indica a mídia como agente de mudança cultural e social, destacando que, inicialmente, o termo foi utilizado para indicar a influência que os meios de comunicação exercem na política e as consequências desse impacto. Na visão de Hjarvard (2012, p. 54), a mídia, aliada à tecnologia de informação e comunicação, reconfigurou práticas sociais, obrigando indivíduos e instituições a alterarem suas ações.

Araújo *et al.* (2020), Medeiros e Barata (2014), Costa *et al.* (2016) e Varella (2019) destacam a importância do uso das redes sociais para a divulgação das pesquisas publicadas em periódicos científicos. Marcondes (2018) adverte sobre a necessidade do

⁵³ Discente do 2º. ano do Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Redes, Linguagens, Memórias. E-mail: adriana.oliveira@ufjf.br.

⁵⁴ Professor orientador. E-mail: frederico.braida@ufjf.br

uso de linguagem acessível na divulgação científica. Moura-Neto e Riella (2020) mencionam o *visual abstract* que foi introduzido em periódicos científicos brasileiros. Porém, Oliveira (2018) enfatiza que os sites e as plataformas de mídias sociais acadêmicas são empresas orientadas por objetivos e estratégias de modo que “os dados pessoais são convertidos em *commodities*. As *affordances* oferecidas pelas plataformas também são mencionadas por Hjarvard (2012, p. 76), que reconhece que o conjunto de *affordances* podem facilitar, limitar e estruturar a comunicação científica.

Nesse cenário de profusão tecnológica, levando-se em consideração o contexto da midiatização da ciência, as revistas científicas alcançam novos espaços digitais e midiáticos, que proporcionam maior interação com o seu público, acelerando a comunicação científica e a divulgação pública da ciência.

A investigação busca compreender como os periódicos científicos respondem ao processo de midiatização da ciência e quais estratégias estão sendo utilizadas pelas publicações nesse cenário. O projeto se fundamenta em uma pesquisa de natureza quali-quantitativa, exploratória e bibliográfica, que permitirá identificar e tensionar as abordagens teóricas sobre midiatização e midiatização da ciência, fundamentais para compreensão, identificação e reflexão crítica das estratégias adotadas para a midiatização dos periódicos científicos. O recorte da investigação abrange as revistas indexadas na Coleção SciELO Brasil. O resultado será a proposição de um modelo com identificação de características e categorias de midiatização dos periódicos científicos, baseado em critérios e estratégias adotadas pelas publicações investigadas.

Palavras-chave: Midiatização. Midiatização dos periódicos científicos. Midiatização da ciência. Cultura digital.

Referências

ARAÚJO, Ronaldo Ferreira de *et al.* Marketing científico digital e práticas de comunicação e divulgação de portais de periódicos: notas de uma primeira incursão. In: SILVEIRA, Lúcia da; SILVA, Fabiano Couto Côrrea da (org.). **Gestão editorial de periódicos científicos: tendências e boas práticas**. Florianópolis: Edições Bosque, 2020. p. 197-222. Disponível em: <https://doi.org/10.5007/978-65-87206-08-0>. Acesso em: 5 out. 2022.

COSTA, Luciana Ferreira da *et al.* O uso de mídias sociais por revistas científicas da área da Ciência da Informação para ações de marketing digital. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v. 21, n. 2, p. 338-358, abr./jul. 2016.

Disponível em: <https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/1159>. Acesso em: 13 fev. 2023.

HJARVARD, Stig. Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **Matrizes**, São Paulo, v. 5, n. 2, p. 53-91, 13 jun. 2012. DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v5i2p53-91>. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38327>. Acesso em: 8 nov. 2022.

MARCONDES, Marina Leme. **Pares e “ímpares”**: a experiência da revista História, Ciências, Saúde - Manguinhos no Facebook. 2018. 183 f. Dissertação (Mestrado em Divulgação de Ciências, Tecnologia e Saúde) - Fundação Oswaldo Cruz, Casa Oswaldo cruz, Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: https://www.arca.fiocruz.br/bitstream/icict/31108/2/dissertacao_marina_lemle.pdf. Acesso em: 2 mar. 2023.

MEDEIROS, Carolina Ferreira; BARATA, Germana. Em busca de maior visibilidade, periódicos científicos brasileiros investem em redes sociais. In: WORKSHOP DE EDITORAÇÃO CIENTÍFICA, 8., 2014, Campos do Jordão. **Anais [...]**. Botucatu: ABEC, 2014. p. 1-3. Disponível em: <http://ocs.abecbrasil.org.br/index.php/WEC/viiiwec/paper/view/79>. Acesso em: 5 jan. 2023.

MOURA-NETO, José A.; RIELLA, Miguel C. Visual abstracts: an innovative way to disseminate scientific Information. **Brazilian Journal of Nephrology**, v. 42, n. 3, p. 357-360, jul. 2020. DOI: doi.org/10.1590/2175-8239-JBN-2019-0213. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/jbn/a/4kqVkwSqkgFTbdC9VgThvnP/abstract/?lang=pt#>. Acesso em: 1 mar. 2023.

OLIVEIRA, Thaiane Moreira de. Midiatização da ciência. **Matrizes**, São Paulo, v. 12, n. 3, p. 101-126, 26 dez. 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v12i3p101-126>. Acesso em: 10 fev. 2023.

**Midiatização, lógicas organizacionais e aparência pública de mulheres em
contextos canábicos no Instagram:
disputas, dilemas e tensões no/do contemporâneo**

Amanda Thomaz Monteiro⁵⁵
Rennan Lanna Martins Mafra⁵⁶

Resumo curto:

As controvérsias públicas envolvendo a temática da cannabis/maconha fazem parte de um dos debates mais acalorados e divergentes em curso hoje em dia na sociedade brasileira. Localizada no campo da Comunicação Organizacional, nossa pesquisa aborda as lógicas organizacionais da midiatização, as quais remetem à construção da imagem pública, à produção de estratégias de visibilidade e à formação de públicos, e sua relação com a emergência de mulheres em contextos canábicos no Instagram. Nosso olhar se direciona para as relações e para os contextos que permeiam o tema, com o objetivo de compreender como as lógicas organizacionais da midiatização afetam a aparência pública de mulheres, em contextos canábicos, revelando disputas, dilemas e tensões no/do contemporâneo. Com uma lente metodológica constituída por um gesto estético e discursivo para a investigação do fenômeno numa abordagem qualitativa, propomos realizar uma análise indiciária e uma análise estética e das materialidades da comunicação, tendo, como escopo empírico, cinco perfis pré-selecionados no Instagram.

Resumo expandido:

Em fase de desenvolvimento com vistas à qualificação, nossa pesquisa aborda a temática das lógicas organizacionais da midiatização e sua relação com o aparecimento público de mulheres em contextos canábicos no Instagram. A questão da cannabis/maconha, que envolve tensões científicas, culturais, políticas e sociais, é balizada por angulações configuradas por constructos conceituais do campo da Comunicação no contexto organizacional (BALDISSERA, 2009; MAFRA e MARQUES, 2017). No que se refere à presença de mulheres nessa temática, é notável uma participação potente e crescente, seja de mulheres cientistas ou não cientistas; mulheres com problemas de saúde; mães na busca de alívio para o sofrimento de seus filhos; mulheres que querem fazer uso recreativo da planta; dentre tantas outras mulheres que, com suas lutas e desejos, aparecem na TV, na Internet, no cinema e nas redes sociais.

⁵⁵Discente do 2º ano do Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Redes, Linguagens, Memórias.

E-mail: amandathomaz.monteiro@estudante.ufjf.br

⁵⁶ Professor orientador. E-mail: rennan.mafra@ufv.br

Em meio a isso, um aspecto instigante da realidade chama a atenção: a evidência de mulheres que começam a lançar mão dos espaços relacionais propiciados pelas tecnologias contemporâneas - sobretudo as redes sociais - valendo-se de argumentos científicos e/ou não científicos para compartilharem suas experiências e relações com a planta. Nesse lugar, o Instagram, que se constitui como uma importante ambiência de comunicação interativa e está consolidado como a terceira rede social mais usada no Brasil, (WE ARE SOCIAL; MELTWATER, 2023), sendo utilizado tanto por pessoas comuns, quanto por organizações, revela-se um campo profícuo de estudos, uma vez que apresenta inúmeros perfis de mulheres dedicados ao tema da cannabis/maconha, em meio aos quais emergem demandas, experiências e posicionamentos publicamente partilhados.

Ao observarmos alguns perfis femininos nessa rede, percebemos que, num contexto de disputas existentes em torno da planta, essas mulheres parecem estar utilizando certas estratégias e procedimentos muito parecidos com o comportamento que organizações costumam adotar em seus relacionamentos com seus públicos. De maneira semelhante, a atuação dessas mulheres em seus perfis nos parece, então, se dar a partir de algo que permeia e norteia as relações e interações que elas estabelecem com seus seguidores. A esse algo vamos aqui denominar lógicas organizacionais, as quais remetem à construção da imagem pública, à produção de estratégias de visibilidade e à formação de públicos.

Com isso, nossa intenção é reconhecer que esse fenômeno existe, entender que ele pode indicar inúmeros elementos postos à convivência social contemporânea a partir das lógicas das redes, e pretender que ele seja investigado na tentativa de compreender comunicacionalmente como ele está afetando a própria existência pública de uma planta, cujas controvérsias contemporâneas que a envolvem se dão, no Brasil, por interesses econômicos, científicos, terapêuticos, racistas, geoestratégicos, políticos e culturais (BRANDÃO, 2017).

Isso posto, nossa proposta é utilizar uma lente metodológica constituída por um gesto estético e discursivo para a investigação do fenômeno. Para isso, apostamos na produção de uma metodologia particular para o nosso trabalho ao nos propormos, numa abordagem qualitativa, realizar uma análise indiciária (GINZBURG, 1989; BRAGA, 2008, 2016) e uma análise estética e das materialidades da comunicação (GUMBRECHT; PFEIFFER, 1994; GUMBRECHT, 2010a, 2021), tendo, como escopo empírico, cinco perfis pré-selecionados no Instagram, a partir dos quais pretendemos

problematizar a aparência pública de mulheres em contextos que envolvem a cannabis/maconha, com vistas a chegarmos numa problematização sobre o próprio tempo contemporâneo.

Palavras-chave: Midiatização; Lógicas Organizacionais; Mulheres; Cannabis; Contemporâneo.

Referências

BALDISSERA, Rudimar. Comunicação organizacional na perspectiva da complexidade. **Organicom**, São Paulo: USP, v.6, n.10-11, p.115-120, abril, 2009.

BRAGA, José Luiz. Comunicação, disciplina indiciária. **Revista Matrizes**, São Paulo, ano 2, n. 2, p. 73-88, abr. 2008.

BRAGA, José Luiz. O que é comunicação? In: **Libero**, São Paulo, v. 19, n. 38, 2016, p. 15-20. Disponível em <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2017/04/Casper-38_JoseBraga.pdf>. Acesso em 22 ago. 2021

BRANDÃO, Marcílio Dantas. **Dito, feito e percebido: controvérsias, performances e mudanças na arena da maconha**. 2017. Tese (Doutorado) – Curso de Sociologia, Universidade Federal de Pernambuco. Doctorat en Sciences Sociales, École des Hautes Études en Sciences Sociales, Recife, 2017. 410f.

GINZBURG, C. Sinais: raízes de um paradigma indiciário. In: **Mitos, emblemas, sinais – morfologia e história** [1986]. São Paulo, Companhia da Letras, 1989.

GUMBRECHT, Hans Ulrich; PFEIFFER, Ludwig. **Materialities of communication**. Stanford: Stanford University Press, 1994.

GUMBRECHT, H. U. **Produção de Presença – o que o sentido não consegue transmitir**. Rio de Janeiro: Contraponto: Ed-Puc Rio, 2010.

GUMBRECHT, H. U. **Os poderes da filologia: dinâmica de conhecimento textual**. Tradução: Greicy Pinto Bellin, Claudia Regina Camargo. 1.ed. Rio de Janeiro: Contraponto: 2021.

MAFRA, Rennan Lanna Martins; MARQUES, Angela. Topografias do diálogo nos contextos organizacionais. In: MARQUES, A. et al. (org.). **Comunicação organizacional: vertentes conceituais e metodológicas**. Belo Horizonte: PPGCOM-UFMG, p. 83-98, 2017.

WE ARE SOCIAL; MELTWATER. **Digital 2023 Global Overview Report**. Jan. 2023. Disponível em: <https://www.meltwater.com/en/global-digital-trends>. Acesso em: 24 jun. 2023.

Desafios da comunicação pública da ciência na era da desinformação

Bárbara Bastos de Lima Duque⁵⁷
Gabriela Borges⁵⁸

Resumo curto:

O estudo apresenta um processo de investigação sobre a relação que a sociedade tem com o conhecimento científico. O intuito é desvendar os motivos para a vulnerabilidade dos cidadãos em relação ao processo crescente de desinformação científica promovido por meio das mídias digitais. Entender algumas características da sociedade contemporânea, os níveis de compreensão das mídias e dos processos científicos se mostram como basilares para enfrentar os efeitos nefastos da chamada desinfodemia. Vislumbrar uma comunicação da ciência para além da publicação de resultados, e sim, com o objetivo de construção da cidadania, requer um entendimento aprofundado sobre as relações de poder.

Resumo expandido:

Vivemos em um contexto em que a cidadania é entendida não apenas como um conjunto de direitos legais, mas uma forma de participação ativa na vida pública. “Numa sociedade democrática, ser cidadão passa não só por ‘cumprir regras’, mas sobretudo, por participar de forma ativa, com vista a transformar os contextos sociais dentro da pluralidade” (MACEDO, 2005, p.335). Dentro desse novo olhar sobre a cidadania, torna-se imperioso investir em outras formas de participação plena na sociedade.

Tal como refere a Unesco no documento “Think Critically and Clic Wisely”, a prioridade das democracias deverá ser a promoção de uma cidadania ativa, capaz de informar decisões individuais com repercussões globais. Este processo envolve a sensibilização dos cidadãos, a partir de um conjunto de aprendizagens com vista a desenvolver massa crítica capaz de ler o mundo, observar e interpretar fenômenos e propor alternativas inovadoras políticas, econômicas e sociais. (CUNHA, 2022, p.186)

Essa nova cidadania se constitui com base em nossa participação em redes digitais que tudo conectam em fluxos informativos de dimensões incomensuráveis e em diálogos permanentes entre entes interagentes humanos e não humanos. Outro mundo se desenha e se estabelece, outro sentido de comum se abre. Devemos destacar que a divulgação científica está atrelada a situações complexas e conflituosas, em espaços de disputa, que devem ser considerados ao observar os fenômenos. Pensar em

⁵⁷ Discente do 3º ano do Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa: REDES, LINGUAGENS, MEMÓRIAS. E-mail: barbaraufjf@gmail.com.

⁵⁸ Professora orientadora. E-mail: gabriela.borges0@gmail.com

comunicação pública da ciência para enfrentar uma epidemia de desinformação em ambientes digitais e em uma cultura participativa configura-se um desafio urgente.

Investigamos o nível de competência midiática e compreensão pública da ciência de estudantes de escolas públicas brasileiras, se apropriaram desse conhecimento e de que forma estão inseridos nessa cultura participativa e como lidar com a desinformação e agnotologia. Percebemos que os cidadãos ficaram mais vulneráveis ao impacto da desinformação, especialmente no âmbito das mídias sociais (SALAVERRÍA et al. 2020) no período pandêmico e pós-pandêmico. A audiência social tornou-se não só um objeto de influência, mas também um potencial disseminador de falsidades, contribuindo para aumentar exponencialmente o seu raio de circulação social.

Enquanto o mundo carecia, mais do que nunca, de informações com base em evidências científicas, tais características dos meios de comunicação contemporâneos contribuíram para potencializar a insegurança e desconfiança em fontes que antes garantiam um lugar de autoridade. Assim, não é possível hoje falar de divulgação científica para apropriação do saber, sem implicar a questão das competências midiáticas.

A Internet mudou a forma como nos comunicamos. As características deste novo modelo de comunicação fazem com que muitas pessoas optem por se comunicar através da Internet como forma prioritária para além da comunicação presencial, principalmente entre os adolescentes, por isso focamos nossa investigação nesse público (PONDE, 2015).

Palavras-chave: Comunicação pública da ciência. literacia midiática. Cidadania. Infodemia. Desinformação

Referências

CUNHA, I. **Literacias para a cidadania global, in Comunicação & Educação**, Revista do Departamento de Comunicação e Artes da ECA/USP, 2023.
DOI: 10.11606/issn.2316-9125.v27i2p183-198

MACEDO, L. **Educação e literacia para as mídias na promoção da cidadania**. In: CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 4., 2005, Aveiro. Atas [...]. Aveiro: Comissão Editorial da Universidade de Aveiro, 2005.

SADABA, C. e SALAVERRIA, R. **Combatir la desinformación con alfabetización mediática: análisis de las tendencias en la Unión Europea.** Revista Latina de Comunicación Social, 81, 17-33, 2022. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2023-1552>

PONCE, A. **La competencia comunicativa de los jóvenes en la sociedad líquida. Evaluación de la competencia mediática en adolescentes.** Tesis Doctoral. Programa: Literatura europea y enseñanza de lenguas, Departamento Filología española y sus didácticas. Universidad de Huelva, Espanha, 2015.

Ativismo social e comunicação pública da ciência em contextos midiaticizados contemporâneos: um estudo a partir de @dexametajohnny

Daniel Lucas Santos da Silva⁵⁹
Prof. Dr. Rennan Lanna Martins Mafra⁶⁰

Resumo curto:

Observamos a emergência pública de Jônatas F. Barros, estudante negro que ingressou no curso de medicina na Universidade de Brasília (UNB) por meio de políticas de cotas em 2018, e que mobiliza produtos midiáticos sobre ciência, faculdade de medicina e saúde em meio a mídias digitais para dar aparência a, principalmente, questões raciais. Diante das produções que questionam, denunciam, informam e atualizam debates relativos a populações marginalizadas e negligenciadas, temos como objetivo geral compreender como o ativismo social promove processos de comunicação pública da ciência em contextos midiaticizados contemporâneos. Para isso, é utilizado a metodologia do paradigma indiciário (BRAGA, 2016), a fim de focar a comunicação pública da ciência como espaço potencial à redenção e ao encontro de historicidades, de gestos estéticos e organizacionais por ativistas sociais midiaticizados.

Resumo expandido:

No campo da comunicação pública da ciência temos como principal interesse observar emergências de processos comunicacionais que podem revelar, estabelecer e promover presenças, aparências e singularidades no tempo, o que nos ajuda a observar, como cientistas, os contextos contemporâneos em que vivemos. Dentre estes, a nos chamou atenção, por se tratar de um estudante negro que ingressou no curso de medicina na Universidade de Brasília (UNB) por meio de políticas de cotas em 2018, e que mobiliza produtos midiáticos sobre ciência, faculdade de medicina e saúde em meio a mídias digitais para dar aparência a, principalmente, questões raciais, e populações marginalizadas nestes conhecimentos. Visto seu empenho e produções que questionam, denunciam, informam e atualizam, o compreendemos como uma figura emblemática de um contexto de fortalecimento institucional das ciências humanas e de ampliação das políticas de cotas capaz de promover aparências em espaços de comunicação pública da ciência e provocar a emergência de uma forte luta em torno da relação entre ciência e sociedade. É em meio a este cenário que esta pesquisa constrói sua principal problemática de pesquisa: como o ativismo social promove processos de comunicação pública da ciência em contextos midiaticizados contemporâneos. Para isso, dividimos em

⁵⁹ Discente do ano de 2022 do Mestrado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Competências Midiáticas, Estética e Temporalidade. Bolsista Capes. E-mail: daniel.lucas@estudante.ufjf.br.

⁶⁰ Professor(a) orientador(a). E-mail: rennan.mafra@ufv.br.

três objetivos específicos, sendo eles (i) compreender como o ativista social mobiliza competências midiáticas para a promoção da comunicação pública da ciência; (ii) investigar como o ativista social promove/institui um gesto de historicidades a partir da intensificação de passados científicos na produção da comunicação pública da ciência; (iii) examinar como o ativismo social mediatizado no contexto de comunicação pública da ciência visa produzir um gesto dissensual no campo das organizações produtoras de ciências e políticas científicas. Por meio do paradigma indiciário (BRAGA, 2016), olhamos para os indícios para aparência pública mediatizada de Jônatas com arcabouço teórico ancorado nos campos da estética, mediatização, comunicação pública, temporalidade, com teóricos como Gumbrecht (2010), Benjamin (1987), Mihailidis (2014), Marques et al. (2017), Marques (2011), Rancière (2000), Telles (1990), Taylor (1997), Dewey (1980), entre outros. Sobre tal entrada, esta pesquisa pode evidenciar a potencialidade deste fenômeno como um gesto de ativismo social, que busca evidenciar o gesto organizacional, que se dirige a quem está hoje produzindo ciência. Sendo assim, este estudo enfoca a comunicação pública da ciência e o potencial espaço à redenção e ao encontro de historicidades e de problemas que têm sido vivenciados no campo científico, pelo campo das organizações produtoras de ciências e políticas científicas.

Palavras-chave: Comunicação Pública da ciência. Ativismo Social. Mediatização. Dissenso. Estética.

Referências

Benjamin, Walter. Experiência e Pobreza. In: Obras Escolhidas. Vol. 1. Magia E Técnica, Arte E Política. Ensaio Sobre Literatura e História Da Cultura. São Paulo: Brasiliense, 1987, P. 114-119 E P. 222-232.

Braga, José Luiz. O que é Comunicação?. Líbero, N. 38, P. 15-20, 2016.

Dewey, John. “Tendo Uma Experiência”. In: Leme, Murilo Otávio Rodrigues Paes. Os Pensadores. São Paulo: Abril Cultural, 1980, P. 89-105.

Gumbrecht, Hans Ulrich. Materialidades/O Não Hermenêutico/Presença: Relatório Anedótico De Mudanças Epistemológicas. In: Produção De Presença: O Que O Sentido Não Consegue Transmitir. Contraponto, 2010. P.21-117.

Marques, Angela; Mafra, Rennan; Martino, Luís Mauro. Um Outro Olhar Sobre A Comunicação Pública: A Constituição Discursiva De Sujeitos Políticos No Âmbito Das Organizações. Revista Dispositiva, V. 6, N. 9, 2017, Pp. 76-92.

Marques, Angela. Comunicação, Estética E Política: A Partilha Do Sensível Promovida Pelo Dissenso, Pela Resistência E Pela Comunidade. Revista Galáxia, São Paulo, N. 22, P. 25-39, Dez. 2011.

Mihalidis, Paul. The 5a's Of Media Literacy: A Normative Model For The Emerging Citizen. In: Mihailidis, Paul. Media Literacy And The Emerging Citizen: Youth, Engagement and Participation in Digital Culture. Berna: Peter Lang, P. 126–148, 2014.

Rancière, Jacques Et Al. Jacques Rancière: Literature, Politics, Aesthetics: Approaches To Democratic Disagreement. Substance, V. 29, N. 2, P. 3-24, 2000.

Taylor, Charles. As Fontes do Self. São Paulo: Edições Loyola, 1997 (Parte I, Capítulos 1, 2 E 4). Pp.15-76; E 125-145).

Telles, Vera Da S. Espaço Público E Espaço Privado Na Constituição Do Social: Notas Sobre O Pensamento De Hannah Arendt. Tempo Social; Rev. Social. Usp, S. Paulo, Volume 1(1), 1990.

Extremidades e Interconectividades de linguagens: o Influenciador Luccas Neto

Débora Oliveira⁶¹
Soraya Maria Ferreira Vieira⁶²

Resumo curto:

Considerando a importância dos estudos que envolvem o ambiente digital e a produção de conteúdo voltado para o público infantil nas plataformas digitais, a pesquisa apresenta uma análise do Youtube, Instagram e TikTok do influenciador Luccas Neto, a partir do percurso analítico das Extremidades com o objetivo de analisar o comportamento digital do influenciador Luccas Neto nas suas principais redes sociais, buscando compreender a relação entre as linguagens adotadas e o ecossistema digital no qual a mensagem está inserida. Ao longo de todo o mês de julho foi realizada a análise do material, o que totalizou mais de 200 publicações entre as três plataformas e os diversos formatos de linguagens que são oferecidos, o material está em fase de categorização entre os vértices das Extremidades para a análise.

Resumo expandido:

Vivemos em um *espaço ciberido*, como diz Lucia Santaella. As barreiras entre o ambiente físico e o ambiente digital são de difícil percepção, e frequentemente ambos invadem seus espaços. Com essa perspectiva, é fácil compreender como as transformações tecnológicas e as mudanças no ambiente digital tem uma grande importância também fora dele.

As redes sociais abrigam diferentes ecossistemas comunicacionais que se tornam responsáveis pela manutenção dessa “vida online”, desde a criação de novos formatos de mídia, que irão mediar os fluxos de comunicação, as linguagens e o tipo de comportamento que deve ser direcionado a cada um desses habitats.

Os usuários protagonizam essas dinâmicas, alinhando-se às sugestões geradas pelas plataformas. Alguns, no entanto, ganham destaque: os influenciadores. Pessoas que geram interesse de outros usuários, e que fomentam esse ecossistema através de um nicho, a influência desses perfis tem se tornado cada vez maior nos últimos anos, especialmente entre crianças e adolescentes. É importante, portanto, compreender como esses influenciadores se comunicam e como essa comunicação é afetada pelos diferentes ecossistemas comunicativos das diferentes plataformas.

A pesquisa tem como objetivo analisar o comportamento digital do influenciador Luccas Neto nas suas principais redes sociais, com o intuito de compreender a relação entre a forma de comunicação adotada e o ambiente comunicacional no qual a

⁶¹ Discente do segundo ano do Mestrado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Competência Midiática, Estética e Temporalidade. Bolsista CAPES. E-mail: deboraom2@gmail.com.

⁶² Professor(a) orientador(a). E-mail: sofferreira@gmail.com

mensagem está inserida.

Como principal representante do nicho, sua análise implica em uma possível compreensão de toda uma cadeia produtiva voltada para a produção de conteúdo infantil nas plataformas. Considerando que as redes sociais possuem suas próprias culturas, regras, e formatos é possível considerar que uma mesma pessoa pode oferecer diversos padrões de mensagens para as características distintivas das plataformas.

A metodologia usada é o percurso de análise elaborado por Christine Mello, uma abordagem metodológica que vem sendo utilizada em diferentes campos do conhecimento. A hipótese desta pesquisa parte da proposição de que as plataformas digitais se retroalimentam através das suas linguagens, formatos e conteúdos. Sendo possível observar através da ótica das extremidades, os vetores de contaminação, desconstrução e compartilhamento na produção do conteúdo.

A separação entre a *desconstrução*, *contaminação* e *compartilhamento* é didática. Ao observar com isso ocorre em termos práticos, observa-se que ambos os fenômenos ocorrem de forma dinâmica e simultânea, assim como um jogo, segundo Mello.

Entretanto, o ambiente digital é complexo demais para caber em categorias estáticas. Existe um processo de influência mútua entre os ecossistemas digitais.: o Instagram e o Youtube, por exemplo, se apropriam da linguagem do TikTok com os *Reels* e o *Shorts*. Isso se dá porque, muito embora se tratem de ecossistemas que possuem formas próprias de compartilhamento de conteúdos, eles habitam o ambiente digital, composto por pessoas que normalmente transitam entre as plataformas. Principalmente por esse fato, as plataformas tendem a se retroalimentar tanto na forma quanto no conteúdo.

Com o objetivo de delimitar o *corpus* de análise, foi feito o levantamento de todo o conteúdo vinculado no canal do Youtube e perfis do Instagram e TikTok do influenciador, considerando como recorte temporal todo o mês de julho de 2023, considerando o período de férias escolares. Ao todo, foram analisadas mais de 200 publicações.

Palavras-chave: Redes Sociais, Influenciadores, Infância, Linguagens, Extremidades.

Referências

SANTAELLA Lucia. *Humanos hiper-híbridos: linguagens e cultura na segunda era da internet*. São Paulo: Paulus, 2021.

MELLO, Christine. *Extremidades do Vídeo*. São Paulo: Editora SENAC, 2008.

Telejornalismo cidadão: Uma proposta conceitualElias Arruda¹Marco Aurélio Reis²**Resumo curto:**

O telejornalismo cidadão se desenvolve em diferentes plataformas digitais, surge como uma necessidade popular diante de suas perspectivas e demandas, muitas vezes ignoradas por grandes emissoras. O conceito pode estar presente nos grandes centros urbanos, nas regiões rurais, nas comunidades carentes e até mesmo em ONGs ou diferentes instituições, é a comunicação sendo desempenhada pelo público, que passa a ser protagonista da informação. Para o início dos estudos foram escolhidos autores que trabalharam conceitos sobre cultura midiática, teorias da comunicação e do telejornalismo, ferramentas para a promoção do jornalismo comunitário e aspectos relacionados à mídia e à educação.

Resumo Expandido:

Analisar o telejornalismo cidadão e a participação cidadão na produção da notícia, tendo como base os trabalhos realizados pela ong Voz das Comunidades e Tv Quilombo. Os objetos de estudo trazem diferentes ferramentas e perspectivas sob o olhar do jornalismo comunitário e da participação cidadã. O objetivo é Identificar as características que configuram o conceito de telejornalismo cidadão, explorando as novas ferramentas que surgiram com a internet, além de entender o papel do jornalista como curador neste processo. Entender o conceito sobre telejornalismo cidadão é fundamental para a academia e a sociedade civil. A popularização dos smartphones fez emergir novos mecanismos de comunicação e contribuiu para a criação de trabalhos organizados pela sociedade civil na busca por reconhecimento e espaço. O jornalista também está diante das mudanças e será necessário estudar como pode se encaixar neste novo sistema comunicacional promovido pelo telejornalismo cidadão.

Para compreender as questões que envolvem a cultura midiática e o modo como o telejornalismo influencia a sociedade, vamos usar autores como Douglas Kellner e Anabela Paiva. O conceito de comunidade também será revisto como forma de trazer aspectos importantes do jornalismo à sociedade. Para isso foram selecionados autores como Maria das Graças Targino e Edna de Mello Silva, além de trechos da Constituição Federal de 1988 que garantiu o direito à cidadania e a liberdade de expressão. Em seguida, vamos abordar autores que contribuíram para o entendimento do jornalismo na sociedade, métodos de comunicação, notícias e televisão. Citamos Muniz Sodré, Cicília M. Krohling Peruzzo, Alfredo Vizeu, Nelson Traquina, Iluska Coutinho e Itania Maria Mota Gomes. Neste sentido vamos analisar também autores e conceitos como “Hiperrealidade”, Edna de Mello Silva, “hipertelevisão”, Edna de Mello Silva e Iluska Coutinho, “Verticalização”, Marco Aurélio Reis, Cláudia Thomé e Piccinin, F, “jornalismo Open Source” e “Isegoria”, Maria das Graças Targino. Além das referências citadas anteriormente, Mark Glaser, Adriana Barsotti e Leonel Guiar serão usados, juntamente com os demais autores, no aprofundamento sobre conceitos que estejam relacionados aos estudos sobre jornalismo amador e cidadão. Para entender os aspectos e perspectivas do telejornalismo cidadão e as ferramentas usadas no jornalismo comunitário, será realizada uma pesquisa usando o método Estudo de Caso de Robert Yin (2001). O método possibilitará identificar novas ferramentas, estilos de

comunicação, modelos de narrativas, formatos de conteúdo e ferramentas para a promoção do telejornalismo cidadão. A hipótese é de que a internet contribuiu para uma extensão do telejornalismo pautada em uma agenda social, com poucos recursos, uso da internet e protagonismo cidadão, o que configura um novo modelo de jornalismo social como parte de sua expansão.

Palavras-chave: Telejornalismo, cidadania, telejornalismo cidadão, Tv Quilombo, Voz das Comunidades

Referências

REIS, Marco Aurélio. THOMÉ, Cláudia. **Reconfigurações das narrativas midiáticas no contexto da Sociedade 5.0 - “Narrativas Midiáticas Contemporâneas: Inquietações Diante do Caos” - 2022.**

Reis, M. A., Thomé, C. A., & Piccinin, F. (2021). **Verticalização no jornalismo audiovisual: Possibilidades narrativas para os direitos humanos.** In: Teorias do telejornalismo como direito humano. 1ed. Ed. Insular, v. 11, p. 165-182

SILVA, Edna de Mello. **Inovação no Jornalismo Audiovisual: Cenários da Notícia.** 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – VIRTUAL – 4 a 9/10/2021

COUTINHO, Iluska; SILVA, Edna de Mello. **Telejornalismo Expandido: o conteúdo jornalístico televisivo nas redes sociais.** SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo 14º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo Palhoça – Unisul – Novembro de 2016

COUTINHO, Iluska. **Dramaturgia do telejornalismo.** Mauad. 2012.

SILV, EDNA; ALVES, Yago. **Telejornalismo Expandido: A Apropriação de Redes Sociais e Aplicativos pelo Jornalismo Televisivo.** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, setembro de 2016.

TRAQUINA, Nelson. **Porque as notícias são como são / Nelson Traquina - 1. Ed.** Florianópolis, SC: Insular Livros, 2020.

TRAQUINA, Nelson. **A tribo jornalística: uma comunidade interpretativa transnacional 1.Ed.** Florianópolis, SC: Insular Livros, 2020.

VIZEU, Alfredo. **Decidindo o que é notícia bastidores do telejornalismo.** RAMOS, Silvia.

TARGINO, Maria das Graças. **Jornalismo cidadão informa ou desinforma?** Brasília: Ibict: UNESCO, 2009.

O *graffiti* e a comunicação na cidade

Fernanda de Façanha e Campos⁶³

Frederico Braidá⁶⁴

Antonio Colchete Filho⁶⁵

Resumo curto:

Este trabalho apresenta a definição de *graffiti*, seu surgimento e as relações que esse objeto possui com a comunicação. A pesquisa partiu da seguinte questão: como o *graffiti* torna-se uma forma de comunicação na cidade? O objetivo é evidenciar como o *graffiti* é uma forma de comunicar na cidade, a partir do ato de grafitar e das mensagens deixadas nos muros das cidades. A metodologia caracteriza-se como uma abordagem qualitativa do tipo exploratória e fonte de dados bibliográficos em literatura especializada. Verificou-se que o *graffiti* apresenta características destacadas na cidade, onde sua mensagem possui sentido comunicacional se estiver no muro e que a cidade é um lugar onde seus usuários se apropriam do ambiente.

Resumo expandido:

Na cidade, há diferentes categorias epistemológicas, caracterizada por Ferrara (2018, p. 128): a espacialidade, comunicabilidade e a visualidade. Nesse meio, existe o *graffiti*, que, para Silva (2014, p. 40), são inscrições urbanas que correspondem a uma mensagem, ou um conjunto delas, ou expressões filtradas pela marginalidade, anonimato e espontaneidade. Campos (2010, p. 77) explica o *graffiti* como um aglomerado de signos pictóricos, de grafias impenetráveis e traços aparentemente caóticos que possuem diferentes vontades enunciativas e maneiras de utilizar a arquitetura e o mobiliário urbano.

O *graffiti* surge a partir do Hip Hop, movimento que carrega um olhar sociopolítico de combate a precariedade e o descaso que estavam acontecendo no South Bronx. Para Pabón-Cólon (2018, p. 28), a expressão e reivindicação dos jovens negros e latinos concentraram-se em linguagens artísticas mesclando dança, música, escrita e

⁶³ Discente do terceiro ano do Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Redes, linguagens, memória. Bolsista CAPES. E-mail: fernanda.facanha@estudante.ufjf.br

⁶⁴ Orientador do trabalho. Professor Associado do Departamento de Projeto, Representação e Tecnologia da Arquitetura e Urbanismo; Professor Permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora. Doutor em Design; líder do Grupo de Pesquisa Leaud - Laboratório de Estudos das Linguagens e Expressões na Arquitetura, no Urbanismo e no Design. E-mail: frederico.braida@ufjf.br

⁶⁵ Coorientador do trabalho. Professor Titular do Departamento de Projeto, História e Teoria da Arquitetura e Urbanismo; Professor Permanente do Programa de Pós-Graduação em Ambiente Construído, Universidade Federal de Juiz de Fora. Doutor em Ciências Sociais; líder do Grupo de Pesquisa Ágora. Bolsista de Produtividade 2 - CNPq. E-mail: antonio.filho@ufjf.br

ritmo, tornando-se o *break*, *rap*, *graffiti* e *Dj*. Uma segunda origem do surgimento do *graffiti* ocorreu nos movimentos estudantis em maio de 1968, em Paris, França, após o fechamento do prédio Central da Universidade de Paris, a Sorbonne (Ponge, 2008, p. 88).

Adotando o *graffiti* uma forma de comunicar na cidade, Silva (2014, p. 48) observa que a produção do *graffiti* também pode ter como objetivo “contrainformar”, como um código linguístico, em que “subjaz nesses grafemas a função semiótica das línguas: comunicar”. Campos (2007, p. 250) acrescenta que a comunicação é um dos campos de estudo que o *graffiti* está presente com iniciativas, reflexões e estudos que reflitam sobre o tema. “A comunicação social ecoa, igualmente, a presença crescente desta linguagem nas ruas da cidade, convertendo-a num problema social” (Campos, 2007, p. 250). O autor frisa que suporte ao qual o *graffiti* está atrelado no espaço público é o muro, entretanto pode ser visto em outros suportes, como postes e portões. “O *graffiti* é uma forma de linguagem ligada umbilicalmente ao seu suporte que, independentemente da sua qualidade, deve estar exposta no espaço público e, de preferência, com bastante visibilidade.” (Campos, 2007, p. 252). O autor compreende que essa característica, de ligação entre o *graffiti* e o muro, o difere de outras linguagens e circuitos de comunicação, como a publicidade e as artes plásticas.

Conclui-se então que o *graffiti* apresenta características destacadas na cidade, onde sua mensagem possui sentido comunicacional, com maior ênfase, se estiver no muro. Essa mensagem é construída através da união de signos pictóricos, com particularidade de possuir valências e imperativos (Silva, 2014, p. 33) que permeiam a cidade, local onde os usuários se apropriam desse ambiente urbano (Ferrara, 1988, p. 41) que precisa ser lido e decifrado.

Palavras-chave: *Graffiti*. Comunicação. Cidade.

Referências

CAMPOS, R. **Pintando a cidade:** uma abordagem antropológica ao graffiti urbano. 2007. Tese (Doutoramento em Antropologia – Especialidade Antropologia Visual), Universidade Aberta, Lisboa, 2007.

CAMPOS, R. **Por que pintamos a cidade?** Uma abordagem etnográfica do graffiti urbano. Lisboa: Fim do Século, 2010

FERRARA, L. **A comunicação que não vemos.** São Paulo: Paulus, 2018.

FERRARA, L. **Ver a cidade**: cidade, imagem, leitura. São Paulo: Nobel, 1988.

PABÓN-COLÓN, J. N. **Graffiti Grrlz**: Performing feminism in the Hip Hop diaspora. New York: New York University Press, 2018.

SILVA, A. **Atmosferas urbanas**: grafite, arte pública, nichos estéticos. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2014.

Jornalismo de Soluções no Brasil:

estudo de caso sobre as Funções e Competências da atividade no Brasil

Franciane Maria Silva de Freitas ⁶⁶

Marco Aurélio dos Reis ⁶⁷

Resumo curto:

O projeto propõe desenvolver uma pesquisa sobre as funções e competências jornalísticas para a prática do Jornalismo de Soluções no Brasil. Visto que o Jornalismo está em constante transformação, principalmente após a pandemia do Coronavírus em 2020. Os veículos jornalísticos e em especial os do Brasil, tiveram que buscar alternativas para manter e atrair o público/audiência. Como o objetivo de aprofundar nas respostas dos problemas sociais, com um olhar complementar ao Hard News, o Jornalismo de Soluções tem sido considerado como proposta emergente nas redações. A partir da realização de um levantamento nas redações do site Gaúcha ZH e Ecoa Uol, pretende-se investigar quais funções e competências são necessárias para trabalhar com a prática do Joso no país. Os enredos selecionados serão analisados com o recurso metodológico do estudo de caso (YIN, 2001) e o método de análise qualitativa (BARDIN, 1977) para a realização da pesquisa.

Resumo expandido:

Considerando que o Jornalismo é uma atividade intelectual, criativa e fundamental na democracia (Traquina, 2005), veículos jornalísticos tradicionais estão desbravando 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 narrativas que vem sendo presente nas redações jornalísticas e que tem como objetivo, como aponta Simões (2022) apresentar histórias que oferecem soluções para os problemas enfrentados. A abordagem que iniciou em meados dos anos 2000 nas redações do jornal The New York Times foi se consolidando e se institucionalizou em 2013, se tornando a Solutions Journalism Network (SNJ).

A prática vem sendo adotada nas redações de todo o mundo, como uma alternativa para combater fenômenos como “news avoidance “(rejeição da notícia) e “news

⁶⁶ Discente do 2º ano do Mestrado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Mídia e Processos Sociais. Bolsista da CAPES. E-mail: franmarifrei@gmail.com

⁶⁷ Professor orientador, docente permanente do PPGCOM/UFJF, jornalista, mestre e doutor pela UFRJ. Professor substituto da Faculdade de Letras da UFJF (Departamento de Letras). Vice-líder do grupo de pesquisa “Narrativas Midiáticas e Dialogias” (CNPq/UFJF). E-mail: marco.aurelio.reis@educacao.mg.gov.br

fatigue” (cansaço das notícias), como aponta a pesquisa de tendências jornalísticas Digital News Report (2023). Na América Latina, o coordenador responsável pela rede de soluções do continente, Jonathan Gutiérrez em entrevista para Agostinho Heb (2023), explica que “os países latinos estão promovendo a abordagem de maneira adaptável as complexidades sociais e culturais de cada país”.

Com isso, minha pesquisa tem como objetivo analisar as funções (atividades realizadas desde a produção até a publicação de uma notícia) e competências (capacidades de agir de modo eficaz em determinada situação) – conceito nomeado por Perrenoud (1999), da prática do Jornalismo de Soluções nas redações brasileiras. As minhas escolhas para análise foram as redações do site Gaúcha ZH, por ser um produto criado em 2017 pelo Grupo Rede Brasil Sul (RBS), para integralidade de conteúdos da RBS TV, Rádio Gaúcha, Zero Hora e Diário Gaúcho.

Já o outro site que analiso é o site Ecoa Uol, surgiu em outubro de 2019 por iniciativa do Grupo Uol, que surgiu em 1996 no Brasil e é considerada uma das maiores empresas brasileiras de conteúdo, serviços e produtos da internet. O site é dividido em seis seções que são: Plural; Podcasts – subdivida em Trago boas notícias, conversa de portão e papo reto; Reportagens especiais; Colunas; Últimas e Soluções – dividida em “Empresas que inspiram” e “Iniciativas que inspiram”.

A escolha desses objetos empíricos foi pela pelas transformações que os veículos têm passado ao longo da história, como o Gaúcha ZH ser uma extensão de produto jornalístico impresso Zero Hora e do site Ecoa Uol, ser um produto nativo digital. Sendo assim, a pesquisa propõe analisar estratégias narrativas do Joso e mapear as novas funções e competências no jornalismo para essa prática no país. Pretende ainda verificar: 1) quais as funções e competências jornalísticas para a prática; 2) De que modo o Joso se aprofunda e apresenta as respostas sobre os problemas sociais; 3) Em que estruturas subjetivas o Joso está sendo praticado nas redações jornalísticas.

O trabalho encontra-se em estágio de finalização e o mapeamento das funções e competências já está sendo feito. O trabalho tem como metodologia o Estudo de Caso (YIN, 2001), com o procedimento metodológico Análise de Conteúdo (Bardin, 1997). Alguns dos resultados são: a criação de novas funções, como editor de engajamento e apurador de dados digitais e competências como levantar limites nas soluções apuradas e conduzir a formação de uma visão que interrelacione com os fatos abordados nas notícias.

Palavras-chave: Jornalismo de Soluções; Joso; Funções e Competências jornalísticas, Sojo ; Solutions Journalism

Referências

BARDIN, L. (1977). Análise de conteúdo. Lisboa edições, 70

Digital News Report. Digital News Report 2023 | Reuters Institute for the Study of Journalism. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023>

Heb, A. Jonathan Gutiérrez (SJN): “El periodismo de soluciones puede ayudar mucho para superar los desafíos del periodismo contemporáneo”. Laboratório de Periodismo Luca de Tena. 2023 Disponível em : <https://laboratoriodeperiodismo.org/jonathan-gutierrez-sjn-el-periodismo-de-soluciones-puede-ayudar-mucho-para-superar-los-desafios-del-periodismo-contemporaneo/>

SIMÕES, Antônio. Jornalismo de Soluções. Curitiba, Appris, 2022

SODRÉ.Muniz. Bios midiático // The media Bios .2013 Disponível em: <https://periodicos.pucminas.br/index.php/dispositiva/article/view/6093>

TRAQUINA N. Teorias do Jornalismo, a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Insular, 2008

PERRENOUD, Philippe. MAGNE, B. C. Construir: as competências desde a escola. Porto Alegre: Artmed, 1999.

YIN, Robert K. Estudo de caso – planejamento e métodos. (2Ed.). Porto Alegre: Bookman, 2001.

Estratégias sensíveis nas séries jornalísticas audiovisuais:

Um estudo da linguagem na Série Fome

Graciele Soares de Carvalho ⁶⁸
Cláudia de Albuquerque Thomé ⁶⁹**Resumo curto:**

A Série Fome exibida entre os dias 18 e 22 de junho de 2001, no Jornal Nacional da Rede Globo, é tratada como um documento histórico, pela condução e retratação humanizada diante de um problema social e da dor do outro. Parte-se do pressuposto que os repórteres Marcelo Canellas e Lúcio Alves usaram estratégias narrativas que abrangem recursos estilísticos que tem o potencial de gerar aproximação e despertar no telespectador o que é definido por Sodré (2016) como emoções. O trabalho investiga as estratégias narrativas usadas nas séries jornalísticas audiovisuais a partir de uma análise no telejornalismo seriado inserido no Jornal Nacional, tendo como referência a Série Fome. A metodologia é a Análise da Materialidade Audiovisual (COUTINHO, 2016), que além de dialogar com o trabalho, não descarta o olhar dos profissionais que trazem na bagagem a experiência das redações.

Resumo expandido:

Percebe-se que há mais de setenta anos, o telejornalismo brasileiro tem incorporado novas estratégias adotando uma anatomia narrativa que varia de acordo com o profissional de comunicação e também o público, conceito que é reforçado pelos pesquisadores Piccinin, Reis e Thomé (2020, p.160) que entendem que “há formas de narrar uma história, portanto que influenciam e são influenciadas pela tecnologia midiática e pelas linguagens que lhe são correspondentes”. Acredita-se que, dessa maneira, as narrativas do telejornal estariam baseadas em estratégias de convencimento com discursos capazes de manipular os afetos, como já foi destacado por Sodré (2016, p.11) “é verdade que as mídias e propaganda têm mostrado como estratégias racionais não espontâneas podem instrumentalizar o sensível, manipulando os afetos”.

A partir disso, buscamos identificar na pesquisa quais são as estratégias sensíveis usadas nas séries jornalísticas audiovisuais com o foco na Série Fome que,

⁶⁸Discente do segundo ano do Mestrado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Redes, linguagens, memórias e integrante do grupo de pesquisa “Narrativas Midiáticas e Dialogias” (CNPq/UFJF), e-mail: graciele_jornalismo@yahoo.com.br.

⁶⁹Professor(a) orientador(a), associada e docente permanente do Programa de Pós Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), pós-doutora pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), líder do grupo de pesquisa “Narrativas Midiáticas e Dialogias” (CNPq/UFJF), e-mail: claudia.thome@ufjf.br

apesar de ter sido exibida há mais de 20 anos, continua atual pela forma como foram aplicados os recursos narrativos que deixaram o material mais humanizado com potencial de gerar empatia no telespectador.

Depois do levantamento de referenciais teóricos e do estudo da Série, o trabalho já traz resultados parciais no qual verifica-se a presença de uma guinada subjetiva na Série, que segundo Thomé e Reis (2022) tem características editoriais e de engajamento de público. Durante a pesquisa, certifica-se também que houve uma abordagem com o foco na emoção, valorização do humano e em uma linguagem mais literária que para Martinez (2016) traz uma maneira mais profunda de se relacionar com o mundo. Outros recursos identificados foram os usos da linguagem conotativa e das figuras de construção, como elipse, zeugma, anáfora, que também podem ser usadas no texto por intenção estética (BECHARA, 2020). A análise mostra que estes recursos estilísticos desempenham um papel importante porque tornam o texto jornalístico mais envolvente e persuasivo.

Com base na metodologia da Análise da Materialidade Audiovisual (COUTINHO, 201), o estudo analisa a unidade texto + som + imagem + tempo + edição, que aborda o código, o significado e o conteúdo, refletidos no texto e nas imagens. Dentro do contexto da interpretação, como também sugere a técnica de pesquisa, propõe-se alguns eixos de avaliação que são abordados como as estratégias narrativas exploradas durante a construção do texto, nas imagens e na edição das reportagens.

A pesquisa segue em produção com o foco em um mapeamento temático em notícias de dor a partir de séries de reportagens audiovisuais, exibidas no Jornal Nacional, que também trazem os conceitos relatados anteriormente. Além de identificarmos as estratégias sensíveis, a proposta também é responder o questionamento: em que medida o jornalismo utiliza os recursos narrativos em temáticas que envolvem assuntos com grande comoção como foi feito na Série Fome?

Palavras-chave: Linguagem. Série Fome. Telejornalismo. Estratégias Sensíveis. Jornalismo Literário.

Referências

BECKER, Beatriz; THOMÉ, Cláudia Albuquerque. (2023). Subjetivação como estratégia do telejornalismo na defesa da ciência. Animus. **Revista Interamericana De**

Comunicação

Midiática, 21(47).

<<https://periodicos.ufsm.br/animus/article/view/72173>> Acessado em 28 maio 2023.

CANELLAS, Marcelo. **Série Fome**. Jornal Nacional, 2001. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=-A9zEQ1-ODQ>> Acessado em 15 jun. 2023.

COUTINHO, Iluska. **O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade**: A análise da materialidade audiovisual como método possível. In Anais do XXXIX Congresso- Brasileiro de Ciências da Comunicação. Intercom: São Paulo, 2016. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-3118-1.pdf>. Acesso em: 03 set. 2023.

MARTINEZ, M. **Jornalismo Literário: a realidade de forma autoral e humanizada**. Estudos em Jornalismo e Mídia, v. 6, n. 1, p. 71–83, 2009b.

MUNIZ, Sodré. **As Estratégias Sensíveis: afeto, mídia e política**. Rio de Janeiro: Editora Mauad X, 2016.

SONTAG, Susan. **Diante da dor dos outros**. São Paulo: Companhia das Letras, 2003

THOMÉ, Claudia; PICCININ, Fabiana; REIS, Marco Aurélio. Anatomias narrativas do Telejornalismo contemporâneo e seus elementos certificadores. In: EMERIM, Cárlica; PEREIRA, Arianne; COUTINHO, Iluska. (Orgs.). **Telejornalismo 70 anos: o sentido das e nas telas**. Florianópolis: Insular, 2020, v. 9, p. 159-196

THOMÉ, Cláudia de Albuquerque, REIS, Marco Aurelio. Emoção editorializada como estratégia narrativa no telejornalismo. **Anais do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. João Pessoa (PB): Intercom, 2022 <<https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2022/resumo/0810202221021062f4470215f04>> Acessado em 10 jun. 2023.

Anúncios e denúncias: o Norte de Minas pelo olhar de sua gente

Indinayara Francielle Batista Gouveia⁷⁰
Mariana Ramalho Procópio⁷¹

Resumo curto:

Para além do que está visível, as raízes do Norte de Minas e o imaginário de um lugar de pouco desenvolvimento fazem das narrativas construídas por comunicadores e comunicadoras populares processo de construção de um outro olhar sobre a região. Esta pesquisa tem como objetivo geral descrever e analisar o contexto comunicacional da região, a partir da dinâmica de produção de narrativas de comunicadores populares em relação à sociedade civil organizada. Como metodologia para o trabalho, o paradigma indiciário (BRAGA, 2008) é o que irá nos apoiar tanto numa perspectiva epistemológica quanto como modo de levantamento e organização de ocorrências empíricas para a análise. A partir disso, mobilizaremos a noção de imaginários sociodiscursivos (CHARAUDEAU, 2017), para compreender as relações estabelecidas no contexto do Norte de Minas.

Resumo expandido:

No Brasil, as desigualdades são perpetuadas através de sistemas de classificação e hierarquização que estão enraizados na cultura e nos sistemas simbólicos da sociedade. Em outras palavras, as pessoas são categorizadas e colocadas em diferentes posições na sociedade com base em características como raça, gênero e classe social. Essas categorizações não são neutras, mas sim influenciadas por sentidos capazes de levar à marginalização e discriminação de certos grupos. (MORAES; SILVA, 2019).

No Norte de Minas, algumas experiências despertam interesse em um universo de observações. Os anúncios e denúncias realizados pelos Xakriabás, etnia indígena presente no maior território originário do estado de Minas Gerais, reafirmam a presença da ancestralidade e a força da organização de um povo que luta pela sua memória, representação e existência. As denúncias das violações de direitos em comunidades geraizeiras reforçam uma unificação de luta de comunidades extrativistas em defesa do cerrado e suas nascentes, assim como demarcam semelhanças com a preservação dos

⁷⁰ Discente do 2º ano do Mestrado/Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Competência midiática, estética e temporalidade. E-mail: indigouveia@gmail.com.

⁷¹ Professora orientadora. E-mail: mariana.procopio@ufv.br

modos de vida dos povos que se organizam pela dinâmica das águas e das matas – quilombolas, vazanteiros, veredeiros – mas também pela cultura tradicional.

Nesse contexto, a comunicação popular se projeta como um universo a ser explorado. Percebe-se movimentos de formações estimuladas por organizações da sociedade civil, comunidades tradicionais reconhecendo o papel da comunicação como uma estratégia de luta. Esses acontecimentos apontam uma movimentação que busca romper barreiras de um imaginário socialmente construído pela força da mídia hegemônica, ancorados no desejo daqueles que possuem interesses em políticas desenvolvimentistas: não se promove monoculturas, onde se tem casas, não se instala empreendimentos de mineração, onde a pouca água disponível precisa ser suficiente para que comunidades nativas possam ter água para beber e produzir.

Com a popularização de diversas ferramentas, a comunicação tem se tornado cada vez mais estimuladora de processos comunicacionais. Esses processos se inserem em um contexto de midiatização, que, segundo Braga (2018, p.300) também direciona a investigar as interações que se desenvolvem.. Somos provocados a perceber e problematizar as interações mediadas pelo uso das tecnologias, em uma busca sobre os efeitos e transformações que são estabelecidas.

Até o momento, temos estruturado os capítulos voltados a compreender o Norte de Minas, como um lugar de pertencimento, ancorados em perceber a regionalidade presente no território, ecoada pelos múltiplos sujeitos que o habitam e analisar o território e seus sujeitos a partir das dinâmicas comunicacionais estabelecidas. Nesse percurso temos consolidado como corpus de análise um levantamento que chamamos de base de afetações, organizado a partir do paradigma indiciário, que compreende publicações disponíveis em redes sociais, documentos disponibilizados por outros pesquisadores e organizações em que: 1) comunicadores populares afirmam a identidade e suas ligações com a comunicação; 2) noticiam formações com grupos comunitários 3) ecoam os fazeres das comunidades, mobilizam a sociedade e visibilizam sobre violações de direitos.

Todo esse contexto de análise está ancorado em perceber os imaginários sociodiscursivos (CHARAUDEAU, 2017) que atravessam os processos comunicacionais estabelecidos, fruto dos processos que se materializam nas conexões entre o lugar e os sujeitos.

Palavras-chave: Comunicação popular. Imaginários sociodiscursivos. Norte de Minas. Anúncios e denúncias.

Referências

BRAGA, J. L. Comunicação, disciplina indiciária. **MATRIZES**, [S. l.], v. 1, n. 2, p. 73-88, 2008. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v1i2p73-88. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38193>. Acesso em: 15 dez. 2022.

BRAGA, José Luiz. Instituições & midiatização – um olhar comunicacional. In: FERREIRA, Jairo. Et al. (orgs) **Entre o que se diz e o que se pensa: onde está a midiatização?** Santa Maria: FACOS-UFSM, 2018. p. 291-311

CHARAUDEAU, Patrick. **Os estereótipos, muito bem. Os imaginários, ainda melhor.** Traduzido por André Luiz Silva e Rafael Magalhães Angrisano. Entrepalavras, Fortaleza, v. 7, p. 571-591. 2017. Disponível em: <<http://www.entrepalavras.ufc.br/revista/index.php/Revista/article/viewFile/857/433>> Acesso em: 02 jan. 2023.

MAFRA, Rennan Lanna Martins. As organizações modernas e o contemporâneo: notas para uma leitura comunicacional do presente. **Logos**, [S. l.], v. 28, n. 3, p. 89, 2022. DOI: 10.12957/logos.2021.62436.

MORAES, Fabiana; SILVA, Marcia Veiga da. A objetividade jornalística tem raça e tem gênero: a subjetividade como estratégia descolonizadora. In: ANAIS DO 28º ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2019, Porto Alegre. **Anais eletrônicos...** Campinas, Galoá, 2019. Disponível em: <<https://proceedings.science/compos/compos-2019/trabalhos/a-objetividade-jornalistica-tem-raca-e-tem-genero-a-subjetividade-como-estrategi?lang=pt-br>> Acesso em: 6 out. 2023.

PERUZZO, Cicilia Krohling. Comunicação popular, comunitária e alternativa na era digital: entre utopias freireanas e distopias. In: ANAIS DO 31º ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2022, Imperatriz. **Anais eletrônicos...** Campinas, Galoá, 2022. Disponível em: <<https://proceedings.science/compos/compos-2022/trabalhos/comunicacao-popular-com-unitaria-e-alternativa-na-era-digital-entre-utopias-freir?lang=pt-br>> Acesso em: 10 abr. 2023.

**Novas Nuances na Comédia Seriada Contemporânea:
Tristeza, Complexidade e Qualidade Televisiva**Larissa Nascimento Lopes de Oliveira⁷²Gabriela Borges Martins Caravela⁷³**Resumo curto:**

A comédia de situação, *sitcom*, tem passado por transformações na linguagem desde o seu surgimento ao final da década de 1940 e tem-se percebido que na produção contemporânea de origem anglófona, a dramatização e complexificação do enredo tem crescido (Mittell, 2015), e além disso, os arcos emocionais dos personagens têm se tornado cada vez mais tristes, fenômeno que recebeu nomeação de *dramédia* e *sadcom* (Salamova, 2016; Havas e Sulimma, 2018; Sánchez Saura, 2019; Mason, 2020; Sawallisch, 2021). Dado o contexto, esta tese visa analisar a conjuntura sócio-histórica da comédia seriada triste e os elementos que a caracterizam em torno do estilo, tom e narrativa, utilizando como objetos de análise um conjunto de ficções cômicas que possuem um arco de tristeza na composição dramática. Metodologicamente, será usado o modelo de análise de séries ficcionais de Borges et al. (2022).

Resumo expandido:

A comédia televisiva seriada, popularmente chamada de comédia de situação (*sitcom*), ficou conhecida em um formato multicâmera com utilização de claque de riso em *background*, mas desde o início das veiculações, são flexíveis no formato. Com o passar dos anos, a linguagem da *sitcom* trouxe modos de narrar diferentes para a TV, tanto a partir da montagem não-linear, quanto fazendo uso de animação, no recurso do falso documentário, entre outros.

O que tem-se percebido é que na comédia contemporânea de origem anglófona, a dramatização e complexificação do enredo tem crescido (Mittell, 2015), e esse movimento é influência da novelização do drama no início dos anos 2000 no modelo *narrowcasting*. Além disso, os arcos emocionais dos personagens têm se tornado cada vez mais tristes, fenômeno que recebeu nomeação de *dramédia* e *sadcom* (Salamova, 2016; Havas e Sulimma, 2018; Sánchez Saura, 2019; Mason, 2020; Sawallisch, 2021). Tais ficções, como *Dead To Me* (Netflix, 2019-2022), *Ted Lasso* (Apple TV+, 2020-2023), *Barry* (HBO, 2018-2023), *Fleabag* (BBC, 2016-2019), *The Bear* (Hulu,

⁷² Discente do 3º ano do Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Redes, Linguagens, Memórias. Bolsista CAPES. E-mail: larissanlo@outlook.com.

⁷³ Professor(a) orientador(a). E-mail: gabrielaborges.0@gmail.com

2022-Presente), entre outras, participam de uma composição de programas presentes em discursos de validação crítica, e influenciam o público a questionar sobre os acontecimentos em suas redes de sociabilidades.

Neste contexto, tem-se debatido na pesquisa as condições sócio-históricas que circundam esse tipo de ficção, o que caracteriza essa comédia de nuances deprimentes, a relação do humor de qualidade com tais obras e, como apêndice, no que esse tipo de série tem influenciado na produção de comédia televisiva no Brasil. Metodologicamente, será usado o modelo de análise de séries ficcionais de Borges et al. (2022) no âmbito da criação, isto é, plano de expressão, plano de conteúdo e mensagem audiovisual.

No início do curso de Doutorado, a ideia de gênero televisivo guiou a discussão no sentido de ser a comédia triste, *sadcom* (*sad*: triste; *com*: comédia), um novo gênero cômico contemporâneo. Todavia, após qualificação do trabalho, a argumentação referente a gênero e formato foi conduzida para o final do texto e inicialmente o olhar foi direcionado aos objetos: comédias seriadas que possuem um arco emocional triste. Em um capítulo introdutório será trabalhada a historicidade da comédia televisiva; no segundo capítulo, o contraposto do arco da trama e o arco emocional do personagem, tendo como hipótese que o arco da trama é cômico (eleva os personagens) e o arco emocional dos personagens é trágico (o faz declinar), juntamente às características de tom e estilo, sobretudo nas diferenciações de uma comédia tradicional para uma contemporânea; no terceiro capítulo, o humor de qualidade (Borges, 2015; Borges, Perobeli e Lima, 2016; Berger, 2017) e o que circunda sócio-historicamente essas ficções; e por fim, no quarto capítulo, haverá a discussão sobre gênero e formato e como esse tipo de serialização tem influenciado a produção brasileira.

Palavras-chave: Comédia Seriada. Televisão. Humor de Qualidade. Complexidade Narrativa. Arco Emocional.

Referências

BERGER, P. L. **O riso redentor**: a dimensão cômica da experiência humana. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2017.

BORGES, G. Humor e qualidade na tv brasileira: um contrassenso? *In*: CONGRESSO INTERNACIONAL IBERCOM, XIV, 2015, São Paulo. **Anais** [...]. São Paulo: 2015, p. 1-15. Disponível em: <<https://encurtador.com.br/evBC9>>. Acesso em: 06 nov. 2023.

BORGES, Gabriela; PEROBELI, L.; LIMA, M. S. Porta dos Fundos: humor de qualidade no audiovisual? Revista **GEMInIS**, v. 7, n. 2, jul./dez. 2016. Disponível em: <<https://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/267>>. Acesso em: 06 nov. 2023.

BORGES, G. et al. **A qualidade e a competência midiática na ficção seriada contemporânea no Brasil e em Portugal**. Coimbra: Coleção Humanitas, 2022.

MASON, Emma. “How do you not be sad?”: Sadness and Communication in BoJack Horseman. **Post45**, 2020. Disponível em: <<https://post45.org/2020/11/how-do-you-not-be-sadsadness-and-communication-in-bojack-horseman/>>. Acesso em: 30 mai. 2023

MITTELL, Jason. **Complex TV: The Poetics of Contemporary Television Storytelling**. New York: New York University Press, 2015.

SALAMOVA, Z. Adaptation of stand-up persona to the narratives of sitcom and dramedy. **Series**, v. 2, n. 1, p. 35-46, 2016. DOI: <https://doi.org/10.6092/issn.2421-454X/6162>

HAVAS, J. SULIMMA, M. Through the Gaps of My Fingers: Genre, Femininity, and Cringe Aesthetics in Dramedy Television. **Television & New Media**, v. 1, n. 1, p. 1-20, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1177/1527476418777838>

SÁNCHEZ SAURA, R. Bojack Horseman, or the exhaustion of postmodernism and the envisioning of a creative way out. **Creativity Studies**, v. 12, n. 2, p. 291-300, 2019. Disponível em: <<https://journals.vilniustech.lt/index.php/CS/article/view/10845/9474>>. Acesso em: 30 mai. 2023.

SAWALLISCH, N. “Horsin’ Around”? #MeToo, the Sadcom, and BoJack Horseman. **Humanities**, v. 10, n. 4, p. 1-10. Disponível em: <<https://www.mdpi.com/2076-0787/10/4/115>>. Acesso em: 29 mai. 2023.

Influenciadoras virtuais como condutoras de narrativas de vida em contextos contemporâneos: Lu da Magalu e suas amplificações comunicacionais.

Laryssa Gabellini⁷⁴
Mariana Ramalho Procópio⁷⁵

Resumo curto:

Esta pesquisa em andamento busca problematizar as narrativas de vida em contextos midiáticos contemporâneos, tendo como foco as dimensões pessoais, organizacionais e comerciais. Para tanto, escolhemos como objeto de estudo, a influenciadora virtual Lu, da Magalu. Especificamente, nosso objetivo é analisar os aspectos comunicacionais e sociais nas ações da influenciadora, que atua como uma amplificadora de produção, mídia e circulação da marca, ao mesmo tempo que constrói sua própria identidade. Em termos de procedimentos metodológicos, faremos uso do paradigma indiciário de Braga (2008), o qual nos permitirá coletar indícios das transformações comunicacionais e sociais que a narrativa de vida de uma influenciadora virtual revela. Tais indícios serão tensionados com as contribuições teóricas de Sibilia (2020), Procópio (2020), Arfuch (2008), D'Andrea (2021), Karhawi (2021), Terra (2021).

Resumo expandido:

A proposta de concepção desta tese de doutorado nasceu diante da percepção de uma crescente aposta do mercado na concepção de influenciadores virtuais como personificação de suas marcas. A partir da identificação desse fenômeno, questões que o permeiam ressaltam problemáticas que partem de discussões sobre as narrativas de si no contexto contemporâneo e digital, dos rastros biográficos que esses avatares proporcionam e das subjetividades que a partir da imbricação desses elementos podem surgir. Diante disso, trouxemos para as Jornadas Internas, um recorte desta proposta de pesquisa que busca elucidar notas sobre influenciadoras virtuais enquanto fios condutores de narrativas e construções de imagens de marcas a partir de um dos objetos de pesquisa da tese.

Partimos, então, do entendimento de que diante das tecnologias de comunicação e da amplitude dos espaços digitais, diferentes organizações se deparam com a necessidade de expandir diálogos, narrativas e participações, visando não apenas a consolidação de uma imagem de marca no imaginário social, mas mostrando-se

⁷⁴Discente do Doutorado ano 2022 do Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Redes, Linguagens, Memórias. Bolsista CAPES. E-mail: gabelliniacademico@gmail.com.

⁷⁵ Professora orientadora. E-mail: mariana.procopio@ufv.br.

participativa e pertencente do imaginário social ao qual seu público se encontra. Ou seja, envolvida com questões que impactam, afetam e fazem parte do dia-a-dia dos indivíduos que nesses espaços se colocam e interagem.

Um dos recursos buscados por organizações para acionar essas dimensões provém do investimento em influenciadores virtuais (Terra, 2021). Esse é o caso da varejista Magazine Luiza. Desenvolvida em 2003, Lu é descrita no perfil da marca no *Instagram* como “influenciadora virtual 3D”, “especialista digital do Magalu” e “criadora de conteúdo”. Lu se envolve com atividades de campanhas e promoções de produtos, além de participar de ações de combate à violência contra mulheres, emite opiniões quanto a questões de gênero e preconceito, o que determina um novo posicionamento da própria influenciadora perante sua representação da marca e seu público. No setor comercial, a influenciadora já interagiu ao vivo com apresentadores em uma *live* do Magalu na TV Globo, estampou capas das revistas *Vogue* (fevereiro de 2022) e *ELLE View* (março de 2023), enquanto produtora de conteúdo e pessoa influente, ganhou o *Leão de Ouro* da premiação Cannes 2022 e participou de um videoclipe.

Nesse sentido, por meio da mobilização de indícios (Braga, 2008), propomos identificar as tentativas de humanização de ações, pensamentos e participações sociais de influenciadores virtuais que tentam comercializar uma subjetividade a partir de uma narrativa criada para gerar identificação. O engendramento entre marca e influenciadora a partir do envolvimento em campanhas e ações de cunho social provoca um imbricamento de novos regimes de aparição e visibilidade, pensados inicialmente em contextos de subjetividade (Sibilia, 2020). Pelos espaços digitais são borradas noções e fronteiras entre processos mercadológicos e de identificação subjetiva a partir de um contexto social. Lu agrega camadas de interação e socialização que permitem aprofundar e evidenciar processos do agir do indivíduo enquanto mundo cultural. Ela se enquadra como mulher, comunicadora e representante de diversas frentes de ação da empresa, tendo sua potencialidade digital e tecnológica como parte de sua construção. Essa realidade permite a idealização de uma narrativa de vida moldada a partir de contextos contemporâneos, tendo como foco as dimensões pessoais, organizacionais e comerciais.

Palavras-chave: Narrativas de vida. Subjetividades. Espaços biográficos. Lu da Magalu.

Referências

ALVES, S. Influenciadores artificiais: marcas já usam influenciadores não reais em seus projetos. 23/08/2018. Site Brainstorm #9. Disponível em: <https://www.b9.com.br/95635/influenciadores-artificiais-marcas-ja-tem-usado-influenciado-res-nao-reais-em-seus-projetos/>. Acesso em: 26 ago. 2018.

ARFUCH, L. O espaço biográfico: dilemas da subjetividade contemporânea. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2008.

BRAGA, J. L. Comunicação, disciplina indiciária. MATRIZES, v. 1, n. 2, p. 73-88, 2008. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38193>. Acesso em: 17 out. 2023.

D'ANDRÉA, Carlos. Frederico de Brito. Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos. Salvador: EDUFBA, 2020.

FILHO, R. E. DOS S.; PROCÓPIO XAVIER, M. R. Saída do segundo armário: análise das narrativas autobiográficas de Felipe Mastrandéa. Intexto, n. 50, p. 243–262, 31 ago. 2020. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/83430/52853>

KARHAWI, Issaaf. Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. Revista Comunicare, São Paulo, v. 17, ed. especial, 2017, p. 46-61. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uplo-ads/2017/09/Artigo-1-Comunicare-17-Edi%C3%A7%C3%A3o-Especial.pdf>. Acesso em: 13 set. 2022. LAFLOUFA, Jacqueline. Influenciadores digitais: uma jornada. [S. l.]: Publicação independente, 2020. [Livro eletrônico].

RECUERO, R. Redes Sociais na Internet. São Paulo: Sulina, 2009.

SIBILIA, P. O Show do Eu: a intimidade como espetáculo (2nd ed.). Contraponto, 2020.

SIBILIA, P. O universo doméstico na era da extimidade: Nas artes, nas mídias e na internet. Revista Eco-Pós, v. 18, n. 1, p. 133–147, 20 jul. 2015.

TERRA, C. F. Marcas influenciadoras digitais: como transformar organizações em produtoras de conteúdos digitais. Difusão Editora, 2021.

**Competência Midiática na formação de professores:
a linguagem do documentário e a reforma agrária de Rose**

Luma Perobeli⁷⁶
Gabriela Borges⁷⁷
Julia Fagioli⁷⁸

Resumo curto:

Diante do bombardeio de imagens, interfaces, conteúdos e opiniões, educar-se para o questionamento de mensagens e alcance da literacia midiática significa desenvolver competências vitais para a manutenção saudável de uma sociedade hiperestimulada. Buscando compreender como o estudo do documentário no ambiente escolar pode contribuir com esse desenvolvimento, o objetivo desta pesquisa é elaborar ação formativa em competência midiática para educadores a partir de três filmes sobre a reforma agrária no Brasil, da cineasta Tetê Moraes: *Terra para Rose* (1987), *O sonho de Rose* (1997) e *Fruto da terra* (2008). Trata-se de uma experiência formativa que pretende realizar atividades e grupo focal com professores do ensino médio para perceber como a reflexão sobre a linguagem do documentário pode aprimorar a interação do público com conteúdos midiáticos.

Resumo expandido:

Para Soutto Mayor e Soares (2010), uma produção audiovisual não deve terminar com o fim de suas imagens, como *a priori* é utilizado no contexto escolar. Deve direcionar os indivíduos para trabalhos que adentrem o campo da continuidade que as imagens possibilitam. Campo da interação que leva a pensamentos que, se deslocados de conhecimentos históricos, especificidades de linguagem e recursos técnicos, pouco contemplarão a complexidade das construções imagéticas. Assim, se o que se segue após o visionamento de um filme, por exemplo, não considerar o cinema também como ponto de chegada (com ele próprio sendo alvo de análises e discussões), a potência do audiovisual em sala de aula acabará por cessar com o fim de suas imagens.

Neste sentido, o problema que fundamenta esta pesquisa é: como o estudo da linguagem do documentário pode auxiliar o espectador a desenvolver habilidades para lidar com as mídias? Considerando o diálogo deste gênero do cinema com representações da realidade, parte-se da hipótese de que a análise de aspectos internos e externos de um filme, associada às dimensões da competência midiática de Ferrés e Piscitelli (2015), pode aprimorar as habilidades críticas do público, capacitando-o para melhor interagir

⁷⁶Discente do segundo ano do Mestrado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Redes, linguagens, memórias. Bolsista CAPES. E-mail: lumaperobeli@hotmail.com.

⁷⁷ Professora orientadora. E-mail: gabriela.borges@ufjf.br

⁷⁸ Professora coorientadora. E-mail: julia.fagioli@gmail.com

com outros conteúdos. Assim, o objetivo geral deste trabalho é elaborar ação formativa em competência midiática para professores, a partir de três filmes sobre a reforma agrária no Brasil, da cineasta Tetê Moraes: *Terra para Rose* (1987)⁷⁹, *O sonho de Rose* (2000)⁸⁰ e *Fruto da terra* (2008)⁸¹.

A metodologia desta pesquisa tem início no modelo de Borges e Sigiliano (2021) para a análise de séries ficcionais. Ela não reproduz ou replica o referido modelo, mas se constrói a partir dele. Faz alterações de acordo com as especificidades dos objetos e objetivos deste trabalho, mesclando teorias do documentário e dimensões da competência midiática. Deste modo, seu percurso metodológico contará com: 1) os aspectos da criação, que vão incluir análises filmicas segundo eixos predefinidos; 2) a preparação e transmissão dos conteúdos aos participantes, a partir da associação com as dimensões da competência midiática; e 3) os aspectos da experiência estética, que incluem a sistematização e reflexão qualitativa dos relatos dos professores, obtidos através de grupo focal no último dia de atividades. Assim, esta investigação – que tem em sua metodologia, ao mesmo tempo, um caminho percorrido e uma proposta de recurso metodológico para o professor – busca contribuir com a discussão sobre como o documentário pode também pretender a educação midiática nas escolas (ao invés de somente ilustrar ou abordar assuntos variados).

Palavras-chave: Competência midiática. Formação de professores. Documentário. Reforma agrária. *Terra para Rose*.

Referências

- BORGES, G.; SIGILIANO, D.; GUIDA, V. Competência midiática e formação para a cidadania: oficinas de criação do Observatório da Qualidade no Audiovisual. *Triade: Comunicação, Cultura e Mídia*, Sorocaba, SP, v. 9, n. 20, p. 24–50, 2021. DOI: 10.22484/2318-5694.2021v9n20p24-50. Disponível em: <https://periodicos.uniso.br/triade/article/view/4658>. Acesso em: 6 nov. 2023.
- FERRÉS, J. La competencia en comunicación audiovisual: dimensiones e indicadores. *Comunicar*, v. 15, n. 29, p. 100-107. 2007. Disponível em: <https://doi.org/10.3916/C29-2007-14>. Acesso em: 6 nov. 2023.
- SOUTTO MAYOR, A.L.; SOARES, V. A produção audiovisual na escola: relatos e reflexões revisitando as relações entre imagem e palavra no contexto escolar. In: LOBO, Roberta (org.). **Crítica da imagem e educação**: reflexões sobre a contemporaneidade. Rio de Janeiro: EPSJV, 2010, p. 200-232.

⁷⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=1ZlqjK4K1-0>. Acesso em: 6 nov. 2023.

⁸⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=xP2Jm23RJ9Y>. Acesso em: 6 nov. 2023.

⁸¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=EzGqqYJlWZI&t=3s>. Acesso em: 6 nov. 2023.

Pandemia de Covid 19 e desinformação:

efeitos das checagens de fatos sobre a capacidade crítica de jornalistas e seu público

Marina Aparecida Sad Albuquerque de Carvalho⁸²

Soraya Maria Ferreira Vieira⁸³

Francisco José Paoliello Pimenta⁸⁴

Resumo curto:

A tese tem por objetivo pesquisar 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. Para tanto, utilizando a metodologia pragmaticista de Charles Sanders Peirce, lançamos a hipótese de que, nos processos interpretativos relativos aos confrontos entre desinformação e verificação de fatos ocorrem limitações que impedem um aperfeiçoamento consistente da capacidade crítica dos jornalistas checadores. Para testar as hipóteses, realizaremos análises semióticas das checagens e entrevistas com jornalistas checadores. Atualmente, estão sendo feitas as análises e, em seguida, procederemos às entrevistas.

Resumo expandido:

A tese tem por objetivo pesquisar 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 (BERGMAN, 2016; CP 5.476; HOUSER, 2016, NÖTH, 2016; PIMENTA, 2016; SANTAELLA, 2016). Para tanto, utilizando a metodologia pragmaticista de Charles Sanders Peirce (BERGMAN, 2016; PIMENTA, 2016; PIMENTA; CARVALHO, 2019), lançamos a hipótese de que, nos processos interpretativos relativos aos confrontos entre desinformação e verificação de fatos ocorrem limitações que impedem um aperfeiçoamento consistente da capacidade crítica dos jornalistas.

A hipótese foi subdividida em três sub-hipóteses, de acordo com as categorias fenomenológicas de Peirce: Primeiridade, Secundidade e Terceiridade. Na primeira, propomos 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 checadores em relação à própria constituição qualitativa das notícias. Na segunda, suspeitamos que o confronto entre a insistência da dinâmica dos fatos em se ver representada e o “empacotamento” de notícias realizada pelo jornalismo, articulado

⁸² Discente do 4º ano do Mestrado/Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Mídia, Estética e Temporalidade. E-mail: marina_sad@hotmail.com.

⁸³ Professor(a) orientador(a). E-mail: sovferreira@gmail.com

⁸⁴ Professor(a) coorientador(a). E-mail: fpaoliello@gmail.com

aos interesses comerciais e políticos das empresas encarregadas da verificação, gera conflitos nos processos interpretativos dos jornalistas checadores sobre a relação entre fatos e notícias. Na terceira, supomos que a influência da robótica e das condições de trabalho nos procedimentos de checagem limitam possíveis mudanças nos hábitos mentais dos jornalistas checadores, no sentido de ampliar capacidades críticas.

Para o teste empírico, propomos realizar análises das checagens para verificar se é considerada a origem da informação, se robótica ou humana, além da presença dos valores-notícia e de critérios comerciais e políticos. Procederemos, também, uma análise semiótica para observar como os diferentes tipos de signos desencadeiam objetos imediatos na mente dos jornalistas, e entrevistas com profissionais que realizam as verificações para questionar o que observamos nas checagens, como ocorre o processo de seleção do que é checado, a presença de autocrítica e heterocrítica e possíveis alterações em seus procedimentos interpretativos.

Atualmente, está sendo finalizada a etapa de análises das checagens e, em seguida, daremos início às entrevistas. Até o momento, as análises apontaram que os conteúdos das agências Lupa e Aos Fatos não levam em consideração se a informação é proveniente de robôs ou humanos. Observamos, ainda, que há uma tentativa de fazer predominar os sinsignos indicais dicentes para apresentar mais certeza do que dúvida. Assim, a busca pela comprovação do que está sendo dito é a forma como se dá a aproximação do objeto dinâmico

A predominância de sinsignos indicias dicentes pode conduzir a interpretantes lógicos para fixação de crenças, principalmente, por meio do método científico. Notamos, ainda, que as agências atrelam seu conteúdo a um padrão de escrita jornalística e de patrocínio por meio das empresas do Vale do Silício, o que pode limitar o método científico, ou seja, a geração de interpretantes lógicos e consequente mudança de hábito.

Palavras-chave: Desinformação. Checagem de Fatos. Pragmaticismo. Mudança de Hábito. Pandemia de Covid-19.

Referências

BERGMAN, Mats. Beyond Explication: Meaning and Habit-Change in Peirce's Pragmatism. In: WEST, Donna E; ANDERSON, Myrdene (eds). **Consensus on Peirce's**. Concept of Habit Before and Beyond Consciousness. Cham, Suíça: Springer International Publishing, 2016, p. 171-197.

HOUSER, Nathan. Social Minds and the Fixation of Belief. In: WEST, Donna E; ANDERSON, Myrdene (eds). **Consensus on Peirce's**. Concept of Habit Before and Beyond Consciousness. Cham, Suíça: Springer International Publishing, 2016, p. 379-400.

NÖTH, Winfried. Habits, Habit Change, and the Habit of Habit Change According to Peirce. In: WEST, Donna E; ANDERSON, Myrdene (eds). **Consensus on Peirce's**. Concept of Habit Before and Beyond Consciousness. Cham, Suíça: Springer International Publishing, 2016, p. 35-64.

PEIRCE, Charles S. **Collected Papers**. 8 vols. Cambridge: Harvard University Press, 1931-1958 [As referências serão designadas por CP, seguido por volume, ponto e número do parágrafo].

PIMENTA, Francisco. **Ambientes multicódigos, efetividade comunicacional e pensamento mutante**. São Leopoldo, Unisinos, 2016.

PIMENTA, Francisco; CARVALHO, Marina Aparecida Sad Albuquerque de Carvalho. O método pragmaticista e a pesquisa em Comunicação. **Questões Transversais** – Revista de Epistemologias da Comunicação, São Leopoldo, v. 7, n. 14, jul.-dez. de 2019. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/questoes/article/view/19793>. Acesso em: 03 ago. 2021.

SANTAELLA, Lucia. The Originality and Relevance of Peirce's Concept of Habit. In: WEST, Donna E; ANDERSON, Myrdene (eds). **Consensus on Peirce's**. Concept of Habit Before and Beyond Consciousness. Cham, Suíça: Springer International Publishing, 2016, p. 153-170

**Extremidades do Streaming:
Geração Netflix**Matheus Bertolini⁸⁵
Soraya Ferreira⁸⁶**Resumo curto:**

A presente pesquisa se localiza no contexto contemporâneo da cultura digital, sobretudo no que tange a dinâmica comunicacional de produtos seriados via *streaming* para jovens. Partimos da temática que esse consumo caracteriza um modelo de fluxo que ampara-se pela distribuição de mídias via internet. Essa pesquisa tem como objetivo acrescer vetores das extremidades com a reflexão sobre um marco tecnológico: o consumo *streaming* no Brasil através da Netflix por jovens fãs. Para concretizarmos, utilizaremos a leitura crítica das Extremidades (Mello, 2008), como ponto de partida os vetores de desconstrução, contaminação e compartilhamento; já almejando o acréscimo de vetores que contemplem as singularidades das linguagens emergentes, a sobreposição dos fluxos/telas e o engajamento dos fãs em espaços conectados.

Resumo expandido:

A gênese dessa pesquisa é uma abordagem sócio-histórica sobre a trajetória da Netflix, sobretudo a partir da sua presença no Brasil, em 2011. É de suma importância a memória sobre os 10 anos da Netflix (comemorados em 2021) e como seus produtos evidenciam a participação dos fãs. Dito isso, além da revisão bibliográfica, nos debruçamos sobre três materiais específicos da Netflix Brasil, que exploram o protagonismo da geração jovem de fãs nessas produções, são eles: as séries originais da plataforma; o evento Tudum; o Almanaque Tudum: 10 anos dos melhores fãs.

Em sequência, a pesquisa é um convite para o exercício da leitura crítica das extremidades (MELLO, 2008). Em um primeiro momento revistando todo o material já disposto a partir da conceituação das extremidades e dos vetores já em curso: desconstrução, contaminação e compartilhamento. Vetores esses muito caros para a compreensão e localização da problemática proposta por essa pesquisa, afinal, nos apropriamos das reflexões anteriormente erguidas para propor uma consideração que leve a juventude fã enquanto agente protagonista nesses atravessamentos permeados pela conectividade, descritos a seguir como primeiros resultados já obtidos.

⁸⁵ Discente do 3º ano do Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Redes, linguagens, memórias. E-mail: matheus.bertolini@gmail.com.

⁸⁶ Professora orientadora. E-mail: sovferreira@gmail.com.

Estamos denominando inicialmente enquanto singularização das linguagens as particularidades que os conteúdos transpostos possuem. Sobretudo considerando que estamos tratando de um consumo já enraizado da tecnologia a partir do advento da internet. Portanto espera-se que a hibridação das linguagens contaminadas culminem em características que se mostrem ímpares para o ecossistema digital conforme ideias de Massimo Di Felice (2018).

A sobreposição de fluxos é uma ideia para materializarmos as multidireções que são potencializadas pelo streaming. Afinal é um artifício de reconfiguração do modelo de fluxos e, conseqüentemente, uma projeção para um advento tecnológico que leva em consideração a intersecção de outros pontos extremos, tal qual essa pesquisa apropriada e nomeia como psico-técnico-social em uma cultura da convergência (JENKINS, 2008), ou pós convergida como trataremos na tese.

Por fim, o engajamento/predileção da comunidade jovem fã. Essa característica é uma movimentação dinâmica, assim como os fluxos e linguagens em constante devir. Esse termo é uma alusão para preferência acentuada por alguém ou alguma coisa; entretanto estamos incorporando nessa interdependência biótica e abiótica da Geração Netflix o poder de escolha permitida pela ubiquidade, propensão pelo consumo audiovisual seriado digital, propagabilidade nas redes sociais digitais e inclinação das metáforas juvenis nas narrativas. Conforme Jean Pierre Esquenazi (2011) uma contextualização diante a emergência de produtos seriados pela ótica da sociedade consumidora. Uma relação denominada por ele como “cumplicidade do público”, o que interfere na identificação e estímulos para o desenvolvimento de competência, metáforas da juventude e a própria predileção dos fãs.

Palavras-chave: Comunidade fã. Fluxos. Linguagens emergentes. Netflix. Séries originais.

Referências

DI FELICE, Massimo. Net-ativismo: da ação social para o ato conectivo. Pia Sociedade de São Paulo-Editora Paulus, 2018.

JENKINS, Henry. Cultura da Convergência: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.

ESQUENAZI, Jean-Pierre. As Séries Televisivas. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2011.

MELLO, Christine. Extremidades do vídeo. São Paulo: Editora Senac, 2008.

A relação da imprensa com a imagem do treinador de futebol:

Análise da Seleção Brasileira nas Copas do Mundo

Matheus Tamaino Brum⁸⁷
Prof. Dr^a Christina Ferraz Musse⁸⁸**Resumo curto:**

Nos últimos anos, a figura do treinador de futebol passou a ser muito explorada no jornalismo esportivo. A pressão dos jornalistas, e consequentemente dos torcedores, sobre os profissionais, passou a definir o sucesso e glória dos times do futebol brasileiro.

Diante disso, o presente trabalho tem como objetivo buscar entender como funciona o processo de evolução da cobertura esportiva e como que o treinador de futebol é retratado ao longo da história. Ou seja, o processo atual, em que os treinadores estão no centro do noticiário, é novo? Ou é uma evolução na cobertura jornalística.

Para isso, o trabalho irá analisar como foi a cobertura do jornal O Globo ao longo de todas as Copas do Mundo – entre 1930 e 2022 – e mostrar como que o jornal, e os jornalistas, referenciaram os treinadores da seleção brasileira. Neste período, tivemos cinco títulos mundiais e diversos fracassos. Portanto, se trata de uma amostra que irá permitir fazer uma linha do tempo e descobrir como que a cobertura esportiva chegou o patamar em que está hoje.

Resumo expandido:

O futebol é um dos principais produtos culturais do Brasil. É uma indústria que movimenta bilhões de reais por ano e que é objeto de muitos sonhos. Nos últimos anos, há uma percepção de que os treinadores passaram a assumir um espaço de protagonismo, em substituição aos jogadores.

No entanto, esse protagonismo ainda não é tão claro. Se trata de uma questão nova, ou é uma evolução histórica? É possível traçar um momento de mudança na cobertura esportiva brasileira? É com vontade de responder essas perguntas que nasce esse projeto de pesquisa.

Para responder a essas perguntas, o trabalho vai analisar as páginas do jornal O Globo durante todas as Copas do Mundo, entre 1930 e 2022. E através da cobertura da Seleção Brasileira, compreender como que o treinador de futebol foi representado ao longo dos anos.

⁸⁷ Discente do 2º ano do Mestrado/Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Redes, Linguagens e Memórias. E-mail: matheustbrum@gmail.com.

⁸⁸ Professor(a) orientador(a). E-mail: christina.musse@ufjf.br

A metodologia a ser usada neste trabalho será a análise de conteúdo, de Bardin (2015). A representação dos treinadores será dividida em categorias – menções positivas, neutras e negativas – para a compreensão de como o técnico foi representado, ao final, na cobertura esportiva do jornal O Globo.

Por se tratar de muitas edições de Copa do Mundo, a análise ficará restrita à edição anterior à estreia do Brasil no campeonato e a do dia seguinte ao último jogo disputado pela Seleção Brasileira. Assim, dará para demarcar se houve uma mudança na forma como o técnico foi retratado nestas duas edições. Ao longo da história, temos cinco títulos e diversos fracasso.

Para esse trabalho, usaremos estudos de Brinati (2019), Cabo e Couto (2019), Del Priore (2009), Helal e Mostaro (2017), Melo (2009), Ribeiro (2007), Roman e Zanata (2020) e outros estudiosos que se debruçaram em compreender a evolução no futebol no Brasil e também como que o treinador de futebol passou a ser representado na imprensa.

O diferencial deste trabalho é justamente trabalhar com a Seleção Brasileira, nosso principal produto esportivo, e que é capaz de criar heróis e vilões ao longo da história. O longo do tempo, tivemos cinco treinadores diferentes sendo campeões. E tantos outros fracassaram na conquista do troféu mais cobiçado do mundo. Compreender o contexto das competições e também dos treinadores, será fundamental para que o trabalho seja desenvolvido na sua completude.

O trabalho – por diversas questões – ainda está em período inicial, de revisão de bibliografia, para ser iniciada a análise das edições do jornal O Globo, que será consultado através da internet. Com isso, será capaz de unir a parte teórica, com a análise, e chegar ao produto final, que é ter essa linha do tempo e compreender como foi a evolução na representação do treinador de futebol pela imprensa esportiva brasileira.

Palavras-chave: seleção brasileira. futebol. Jornalismo esportivo. Treinador de futebol. Jornal o globo.

Referências

- BARDIN, L. “Análise de Conteúdo”, Editora 70, 2015.
- BRINATI, F. "Bravos aos Brasileiros!": A Seleção de futebol como emblema da nação nos jornais durante o Sul-Americano de 1919, Intercom, Belém, p. 1-14, 2019

CABO, A; COUTO, A. A Copa já Chegou!! O Sul-Americano de Futebol de 1949 e as Crônicas do Jornal dos Sports, Intercom, Belém, p. 1-15, 2019

CABO, A; COUTO, A. Crise e Apogeu: as representações do Jornal dos Sports sobre a Seleção Brasileira na Copa América de 1989, Intercom, p. 1-15, 2020

DEL PRIORE, Mary. *“Jogos de Cavalheiros”*: as atividades físicas antes da chegada do esporte. In: *História do Esporte no Brasil: do Império aos Dias Atuais*. Editora Unesp. 2009, p. 13-33.

HELAL, R; MOSTARO, F. Preparação x Improviso: Reflexões sobre a Representação do Técnico e do Jogador Brasileiro na Imprensa Nacional, Periódicos UFPB, Paraíba, p. 1-17, 2017

MELO, Victor Andrade de. *Das touradas de cavalo e regatas: primeiros momentos da configuração do campo esportivo no Brasil*. In: *História do Esporte no Brasil: do Império aos Dias Atuais*. Editora Unesp. 2009, p.35-70.

RIBEIRO, A. Os Donos do Espetáculo: histórias da imprensa esportiva no Brasil, São Paulo, 1. ed, Editora Terceiro Nome. 2007.

Vidas LGBTQIA+ na pandemia de covid-19:

apontamentos queer em/com narrativas escritas em primeira pessoa

Maurício João Vieira Filho⁸⁹

Mariana Ramalho Procópio⁹⁰

Resumo curto:

Em fase de desenvolvimento da pesquisa de doutorado com vistas à qualificação, objetivamos, neste trabalho, apontar algumas notas com base nos estudos queer. Por aportes político-conceituais, trata-se de um movimento de questionar os regimes normativos atualizados na cultura e estranhar as amarras do sistema sexo-gênero que guiam a sociedade. A partir das perspectivas indiciária e afetiva como caminhos metodológicos, tensionamos o repertório teórico e as afetações às 72 histórias escritas em primeira pessoa (eu) por indivíduos queerentados na pandemia de covid-19. Percebemos que as narrativas com as quais nos envolvemos nesta tese são políticas, escrevem na própria carne quem são e gritam ao mundo o que desejam: viver. São movimentos de estranhamento e questionamento da configuração sociopolítica da covid-19 a partir de olhares singulares que se entrelaçam coletivamente.

Resumo expandido:

A proposta para o desenvolvimento desta pesquisa de doutorado intitulada “Memórias das queerentadas: narrativas de vidas LGBTQIA+ de (re)existência e resistência na pandemia de covid-19 no Brasil” emerge durante um dos acontecimentos históricos mais abruptos que vivemos e que segue latejando em nossas vidas mesmo com o abrandamento da transmissão do coronavírus. No Brasil, a associação de uma série de ações de descaso governamental, marcadas discursivamente pelo então presidente com aliados políticos, provocou a morte de mais de 700 mil pessoas, intensificou as desigualdades sociais e deixou pessoas em situações de precariedade na tentativa de sobreviver (Vieira Filho, 2022). Diante desse contexto, a pesquisa segue em desenvolvimento rumo ao exame de qualificação e, por esse motivo, para as Jornadas Internas, propomos apontar algumas notas com base nos estudos queer. Por aportes político-conceituais, trata-se de um movimento de questionar os regimes normativos atualizados na cultura e estranhar as amarras do sistema sexo-gênero que guiam a sociedade (Butler, 2019; Louro, 2020; Miskolci, 2020; Preciado, 2022a, 2022b). Para tanto, por meio da articulação metodológica indiciária (Braga, 2008) e afetiva (Moriceau, 2019), tensionamos o repertório teórico e as afetações às 72 histórias

⁸⁹ Discente do segundo ano do Doutorado em Comunicação da UFJF. Linha de Pesquisa: Redes, linguagens, memórias. Bolsista Capes. E-mail: mauriciovieiraf@gmail.com.

⁹⁰ Professora orientadora. E-mail: mariana.procopio@ufv.br.

escritas em primeira pessoa (eu) por indivíduos queerenteados (Pérez Navarro, 2020). Faz-se necessário frisar que queerenteados e queerenteados(as)(es) são neologismos que miram estranhar a pandemia de covid-19 e as dimensões de isolamento dos corpos, com apontamentos sobre o regime de quarentena ser distinto em cada vivência e nas condições sociais enfrentadas. Por esse caminho, voltamos às histórias, com as quais, em diferentes momentos, percebemos questões que enfrentamos individualmente dentro de casa, na rua ou sozinhos, mas que se aglutinam no marco pandêmico. Parece-nos que os olhares singulares de cada pessoa permitiram expressar, mesmo que minimamente, já que há palavras que não dão conta de um sentimento, o que viviam e estranhar o desenrolar da pandemia, das ações governamentais e das violências históricas que agem e se atualizam sobre os corpos. Cabe salientar que, desde a emergência do HIV na década de 1980 e de estudos pós-estruturalistas, questionamentos começam a ser direcionados à cultura e aos modos como os corpos são constituídos nas relações de poder. Em diálogo com Butler (2019), Louro (2020), Miskolci (2020) e Preciado (2022a, 2022b), podemos fazer uma inflexão nos saberes e apontar o que dizem aqueles e aquelas invisibilizados(as) e marginalizados(as). Como resultados desse percurso, apontamos que as narrativas de vida, por mais que busquem compreender o momento pandêmico, perceber os sentimentos que atravessam quem escrevia e confidenciar como estavam naquele momento, tentam desordenar um mundo que quer se apresentar como ordenado em normas. São movimentos de estranhamento e questionamento da configuração sociopolítica da covid-19 a partir de olhares singulares que se entrelaçam coletivamente. Assim como os movimentos LGBTQIA+, que se organizam politicamente na tentativa de serem vistos e reivindicarem direitos humanos, como escreve Quinalha (2022), as narrativas com as quais nos envolvemos nesta tese são políticas, escrevem na própria carne quem são e gritam ao mundo o que desejam: *viver*.

Palavras-chave: Queerenteados. Pandemia de covid-19. Vidas LGBTQIA+. Teoria Queer. Narrativas de vida.

Referências

BUTLER, Judith. **Corpos em aliança e a política das ruas**: notas para uma teoria performativa de assembleia. 4. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2019.

LOURO, Guacira Lopes. **Um corpo estranho**: ensaios sobre sexualidade e teoria queer. 3. ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2020.

MISKOLCI, Richard. **Teoria queer**: um aprendizado pelas diferenças. 3. ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2020.

MORICEAU, Jean-Luc. A virada afetiva como ética: nos passos de Alphonso Lingis. *In*: PESSOA, Sonia; PRATA, Nair (Orgs.). **Desigualdades, gêneros e comunicação**. São Paulo: Intercom, 2019.

PRECIADO, Paul B. **Eu sou o monstro que vos fala**: relatório para uma academia de psicanalistas. 1. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2022a.

PRECIADO, Paul B. **Manifesto contrassexual**: práticas subversivas de identidade sexual. 1. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2022b.

PÉREZ NAVARRO, Pablo. (Org.). **Histórias da Queerentena**. 1. ed. Cuenca, Equador: Editorial Centro de Estudios Sociales de America Latina (CES–AL), 2020.

QUINALHA, Renan. **Movimento LGBTI+**: uma breve história do século XIX aos nossos dias. 1. ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2022.

VIEIRA FILHO, Maurício João. “Mimimi”, “histeria”, “gripezinha”: imaginários sociodiscursivos da banalização da pandemia no Brasil em discursos presidenciais. **Mester**, Los Angeles, v. 51, p. 157-179, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.5070/M351055724>. Acesso em: 26 dez. 2022.

O acontecimento narrado na avenida:

Os critérios de carnavalização do noticiário nos enredos críticos das escolas de samba cariocas

Rafael Otávio Dias Rezende⁹¹

Marco Aurélio Reis⁹²

Resumo curto:

O projeto propõe desenvolver uma pesquisa sobre a carnavalização do acontecimento e do noticiário nos enredos críticos do Grupo Especial das escolas de samba do Rio de Janeiro. A partir da realização de um levantamento dos desfiles apresentados entre 1984 e 2024, investiga-se quais os critérios utilizados pelas agremiações na seleção dos acontecimentos noticiosos em voga nos meses que antecederam as apresentações. É relevante perceber ainda como essas informações foram carnavalizadas e de que forma tais representações foram transmitidas pela Rede Globo e Rede Manchete. Atenta-se para as relações de poder presentes no contexto de produção das escolas, que incluem negociações – entre consensos e conflitos –, o recurso à memória e ao esquecimento, as lutas ideológicas e os discursos identitários, que vão impactar na construção dessas narrativas. Os enredos selecionados serão analisados com o recurso metodológico do estudo de caso (YIN, 2001) e o método auxiliar da análise da narrativa (MOTTA, 2013) para a elucidação da pesquisa.

Resumo expandido:

Por meio dos enredos, as escolas de samba do Rio de Janeiro constituem e compartilham mensagens elaboradas como narrativas, tornando-se espaços de comunicação. De acordo com Motta (2013, p. 82), as narrativas são “dispositivos discursivos que utilizamos socialmente, em contexto, de acordo com nossas pretensões. Narrativas e narrações são formas de exercício de poder e hegemonia nos distintos lugares e situações de comunicação”.

Muitos desses enredos se limitam a uma perspectiva histórica ou adotam tom elogioso, geralmente indo ao encontro dos interesses de setores da mídia, lideranças políticas e discursos propagados pela elite econômica. Outros, porém, abordam questões recentes e sensíveis à sociedade, repercutindo acontecimentos amplamente divulgados no noticiário nacional, carnavalizando a informação e, por vezes, confrontando

⁹¹ Discente do 4º ano do Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Competência Midiática, Estética e Temporalidade. Bolsista Capes. E-mail: rafaelodr@yahoo.com.br.

⁹² Professor(a) orientador(a). E-mail: marco.aurelio.reis@educacao.mg.gov.br.

narrativas hegemônicas. Estes são denominados por Farias (2007, p. 66) como enredos *de compromisso e crítica social*.

Sendo assim, a pesquisa propõe investigar como ocorre a carnavalização do acontecimento e do noticiário nos desfiles críticos no Grupo Especial do Rio de Janeiro. Intenciona ainda verificar: 1) quais as notícias pautam as agremiações; 2) qual o conteúdo dessas narrativas, a sua intenção e a sua mensagem; 3) como o desfile mediatizado pela Rede Globo e Rede Manchete apresenta os temas mais polêmicos, mantendo ou transformando a mensagem proposta pela agremiação.

O trabalho encontra-se em estágio de ampliação da pesquisa bibliográfica e escrita do terceiro capítulo. Estão sendo utilizados autores que pesquisam temas como critérios de noticiabilidade (TRAQUINA, 2008), carnavalização (BAKHTIN, 1987), memória (HUYSEN, 2014), história do carnaval (FERREIRA, 2004), narrativa televisiva (BARBOSA, 2004), linguagem televisiva (MARTIN-BARBERO, 1997), escolas de samba como espaço de reinvenção e resistência (SIMAS, 2020), dentre outros.

Também está sendo realizado um mapeamento dos desfiles críticos do Grupo Especial do Rio de Janeiro ocorridos entre 1984 – ano de inauguração do Sambódromo – e 2024 – o último carnaval antes do encerramento da pesquisa. Foram selecionados seis deles para análise, a partir da identificação do impacto que tais apresentações tiveram na sua época, estendendo à atualidade: *Tupinicópolis* (Mocidade Independente, 1987), *Ratos e urubus, larguem minha fantasia* (Beija-Flor, 1989), *Criador e criatura* (Mocidade Independente, 1996), *O boi voador e o cordel da galhofa nacional* (São Clemente, 2004), *Meu Deus, meu Deus, está extinta a escravidão?* (Paraíso do Tuiuti, 2018) e *Histórias pra ninar gente grande* (Mangueira, 2019). O trabalho tem como metodologias o estudo de caso (YIN, 2001) e a análise da narrativa (MOTTA, 2013).

Cada enredo será analisado por meio da sinopse, letra do samba, comissão de frente e elementos alegóricos. Além da transmissão televisiva, disponível na plataforma YouTube, pode-se recorrer a fotografias, entrevistas, matérias jornalísticas e outros materiais complementares.

Palavras-chave: Narrativa. Escola de samba. Carnavalização. Noticiário. Enredo crítico.

Referências

BAKHTIN, Mikhail. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento**: o contexto de François Rabelais. Tradução de Yara Fratesch Vieira. São Paulo: Editora Hucitec; Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 1987.

BARBOSA, Marialva. Os gestos do público e a construção do modelo narrativo cerimonial da televisão brasileira. **Comunicação e sociedade**, v. 25, n. 41, 2004. Disponível em: www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/4031/3490. Acesso em: 17 jul. 2021.

FARIAS, Julio Cesar. **O enredo de escola de samba**. Rio de Janeiro: Litteris, 2007.

FERREIRA, Felipe. **O livro de outro do carnaval brasileiro**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

HUYSEN, Andreas. **Culturas do passado-presente**: modernismos, artes visuais, políticas da memória. Tradução de Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Contraponto, 2014.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: Comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise crítica da narrativa**. Brasília: Universidade de Brasília, 2013.

SIMAS, Luiz Antonio. **O corpo encantado das ruas**. 5. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2020.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**: A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Vol. II. Florianópolis: Insular, 2008.

YIN, Robert K. **Estudo de caso – planejamento e métodos**. (2Ed.). Porto Alegre: Bookman, 2001

Tag Inéditos e seus protocolos transmidiáticos:

a transformação da leitura no ambiente multiplataforma e participativo

Susana Azevedo Reis⁹³
Christina Ferraz Musse⁹⁴

Resumo curto:

O clube de assinaturas *Tag Livros* se destaca no mercado atualmente, possuindo no segmento adulto o maior número de associados do país, com cerca de 30 mil membros⁹⁵. Esse clube é um exemplo de como as novas tecnologias podem oferecer uma outra forma de experiências e práticas da leitura. Por isso, esta pesquisa tem como objetivo compreender quais são as práticas de leitura dos assinantes do clube *Tag Livros*, da modalidade de assinatura *Tag Inéditos*, buscando entender como as condições sociotécnicas atuais modificam os hábitos de ler destes assinantes. Para isso, iremos realizar uma pesquisa teórica e aplicar a metodologia de Circuito de Comunicação (DARTON, 2010), em conjunto com questionários, entrevistas em profundidade com os assinantes do clube e uma análise do processo transmidiático de leitura.

Resumo expandido:

Observamos hoje, no século XXI, clubes de assinatura de livros que utilizam os recursos tecnológicos para propiciar práticas diferenciadas da leitura dos livros enviados: leituras coletivas, discussões on-line, aplicativos para uma leitura compartilhada. Atualmente no Brasil, o clube *Tag Livros* é considerado o maior do segmento adulto, com cerca de 30 mil membros.

Assim, a pesquisa tem como objeto empírico “a leitura multiplataforma de livros no clube Tag Livros”, com foco para a modalidade *Tag Inéditos*, que destaca *best-sellers* que ainda são inéditos no país. O clube envia um livro mensal dentro de uma caixinha, juntamente com uma revista física, que oferece um embasamento cultural da narrativa, um marcador de livro e um brinde. Além disso, o assinante tem acesso ao aplicativo *Tag Livros*, que disponibiliza conteúdos exclusivos, elaborados pelo próprio clube, e um espaço para discussões e bate-papos.

Dessa forma, a principal pergunta que permeia este trabalho é: como as práticas de leitura contemporâneas são atravessadas pelo novo contexto tecnológico, participativo e mediatizado? Nossa investigação busca compreender como o assinante

⁹³ Discente do 3º ano do Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Redes, linguagens, memórias. Bolsista CNPQ. E-mail: susanareis.academico@gmail.com.

⁹⁴ Professor(a) orientador(a). E-mail: cferrazmusse@gmail.com

⁹⁵ Dados fornecidos pela empresa.

da *Tag Livros*, especificamente da modalidade *Tag Inéditos*, pratica a leitura dos livros, em um contexto individual e coletivo, a partir de sua interação com a obra.

Acreditamos que o clube oferece protocolos de leitura transmidiáticos para seus leitores, que se somam aos protocolos do autor e do editor (CHARTIER, 2011), em um ambiente convergente, multimidiático e a partir de uma comunicação ubíqua (SANTAELLA, 2013). A leitura se torna, assim, mais participativa e interativa, ou seja, social (PIANZOLA, 2021; CORDÓN GARCIA et al; 2013). Neste sentido, os dois capítulos iniciais e teóricos da pesquisa já foram finalizados, enquanto o terceiro capítulo está em desenvolvimento.

Para responder à nossa pergunta principal, acreditamos ser necessário compreender como se dá a estrutura dos projetos da modalidade *Tag Inéditos* e quais são os hábitos de leitura dos assinantes. Por isso, iremos utilizar o método de “Análise da História dos Livros”, de Robert Darnton (2010) que oferece um modelo de “Circuito das Comunicações”, que pode ser aplicado a estudos direcionados ao livro.

Para desenvolvermos nosso Circuito, utilizaremos 3 métodos. O primeiro é composto de entrevistas em profundidade com os funcionários da *Tag Inéditos*, que já foram realizadas em outubro de 2023 e estão em processo de transcrição. E, para que possamos compreender o papel do leitor e quais são suas práticas de leitura nesse Circuito, iremos aplicar também questionários aos assinantes da *Tag Inéditos*, obtendo resultados quantitativos. Esse questionário já está pronto e deve ser divulgado ainda em novembro de 2023, sendo aplicado até abril de 2024. Iremos, por fim, analisar os protocolos e práticas transmidiáticas de leitura dos assinantes, através de uma metodologia que está sendo desenvolvida a partir dos conceitos de Yvana Fachine (2014) e de “leitura social”. Destacamos também que a pesquisa foi submetida ao comitê de ética e aprovada.

Palavras-chave: Clube do livro. Práticas de leitura. Leitura social. Transmediação. Hipermediação.

Referências

CHARTIER, Roger. Do livro à leitura. In: CHARTIER, Roger (org.) **Práticas de Leitura**. São Paulo; Estação Liberdade, 2011.

CORDÓN GARCÍA, J. A., ALONSO ARÉVALO, J., GÓMEZ DÍAZ, R., e LINDER, D.. **Social Reading: Platforms, Applications, Clouds and Tags**. Oxford: Chandos Publishing. 2013

DARNTON, Robert. **O beijo de Lamourette: mídia cultura e revolução**. São Paulo : Companhia das Letras, 2010

FECHINE, Yvana. (2014). Transmídiação, entre o lúdico e o narrativo. En Campalans, C; Renó, D; Gosciola, Vicente (Eds). **Narrativas transmedia: entre teorias e prácticas**. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario, p. 69-84.

PIANZOLA, Federico. **Digital Social Reading: Sharing Fiction in the 21st Century**. 2021. Disponível em: <https://wip.mitpress.mit.edu/digital-social-reading>. Acesso em 31 de maio de 2023.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação Ubíqua: Repercussões na cultura e na educação**. São Paulo: Paulus, 2013

Contribuições do ensino de Comunicação e Semiótica para os cursos de graduação em Design no BrasilTaís de Souza Alves Coutinho⁹⁶Frederico Braidá⁹⁷Vera Lúcia Nojima⁹⁸**Resumo curto:**

Esta pesquisa versa sobre as relações entre a Comunicação, Semiótica e Design como áreas transversais. Parte-se do seguinte problema: como tem se dado o ensino de Comunicação e Semiótica nos cursos de graduação em Design no Brasil? Considerando o Design como um fenômeno de linguagem, adota-se como premissa que os conteúdos de comunicação e semiótica sejam imprescindíveis para esses cursos. O objetivo é propor um eixo comum de conteúdos de Comunicação e Semiótica essenciais para a formação em Design. Metodologicamente, a pesquisa caracteriza-se como quali-quantitativa. Além da aplicação de questionário, serão analisados os projetos pedagógicos de cinco cursos de Design, escolhidas após o estudo preliminar das matrizes curriculares. Serão realizadas entrevistas com professores de Comunicação para esses cursos. A partir das etapas anteriores, será apresentado um diagnóstico do cenário dos estudos no país e a proposta de uma base comum de conteúdos essenciais para o ensino de Comunicação e Semiótica para os cursos de graduação em Design no Brasil.

Resumo expandido:

O presente trabalho propõe um resumo da pesquisa de doutorado em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, na linha Redes, linguagens, memórias. Com o tema “Contribuições do ensino de Comunicação e Semiótica para os cursos de graduação em Design no Brasil”. O estudo parte da pergunta: como acontece o ensino de Comunicação e Semiótica nos cursos de graduação em Design no Brasil? Como contextualização da pesquisa, é preciso pensar que nas matrizes curriculares dos cursos de graduação em Design constam disciplinas, direta ou indiretamente, ligadas à comunicação. Há conteúdos relacionados à comunicação visual, à semiótica e percepção. O objetivo geral é propor um eixo comum com uma base de conteúdos essenciais para o ensino de Comunicação e Semiótica no âmbito da graduação em Design no Brasil.

⁹⁶ Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Redes, linguagens, memórias. E-mail: tais.alves@estudante.ufjf.br

⁹⁷ Frederico Braidá. E-mail: frederico.braidá@ufjf.br

⁹⁸ Vera Lúcia Nojima. E-mail: veluc.nojima@gmail.com

Metodologicamente, a pesquisa conta com uma revisão bibliográfica sobre o Ensino de Design no Brasil, a Comunicação e a Semiótica no ensino de Design, Design enquanto linguagem, Semiótica como ciência que interpreta todas as linguagens e Design como Comunicação. Numa fase posterior, será realizada uma análise das matrizes curriculares dos projetos pedagógicos de cursos de graduação, a fim de identificar as disciplinas e conteúdos relacionados à comunicação nos cursos. Serão aplicados questionários a professores cujos cursos apontarem os conteúdos de Semiótica nas matrizes. Posteriormente, serão realizadas entrevistas com cinco professores da área de Comunicação para os cursos de Design. A ideia é revelar um cenário sobre o ensino de Comunicação e Semiótica na graduação em Design.

Como referencial teórico, a pesquisa apresenta autores que trabalham a relação entre Comunicação, Semiótica e Design, definindo os principais termos que as entrelaçam, entendendo o Design como fenômeno de Comunicação e como linguagem. Apresenta-se como os conceitos semióticos, à luz de Charles Sanders Peirce, Umberto Eco, Lúcia Santaella, Lucy Niemeyer, dentre outros, podem servir como parâmetros para a elaboração de projetos de desenho industrial, a fim de estabelecer melhor a relação usuário/objeto. Para Braida (2019), há aproximação entre Design e Comunicação, no sentido de que ambas são linguagens e que fazem parte de um sistema híbrido que busca interseções com meios diversos.

Como contribuição, a pesquisa apresentará uma proposta de um eixo comum de conteúdos de Comunicação e Semiótica que possam ser aplicados nos cursos de graduação em Design, que será validada por professores especialistas da área. Na etapa atual, a pesquisa foi submetida ao Comitê de Ética da UFJF, e está na fase dos estudos das matrizes curriculares. Como resultado, até o momento, identificou-se que os conteúdos de Comunicação e Semiótica são obrigatórios para a formação do designer, como consta nas diretrizes de prova e componentes específicos da área de Design, modalidade Bacharelado, no âmbito do Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes (Enade), edição 2021, em seu item XII Linguagem, Comunicação e Semiótica. Identificou-se, ainda, na pesquisa, que os conteúdos de Comunicação estão presentes no ensino de Design desde a sua implementação no país, com conteúdo de Comunicação Visual.

Palavras-chave: Comunicação. Semiótica. Design. Ensino. Graduação.

Referências

BRAIDA, Frederico; NOJIMA, Vera Lúcia. **Manifestações da linguagem híbrida no design contemporâneo: fundamentos e aplicações**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; São Gonçalo: Design Monnerat, 2019.

NIEMEYER, Lucy. **Elementos de semiótica aplicados ao design**. Rio de Janeiro: 2AB, 2010.

NOJIMA, Vera Lúcia... [et al.]. **Design: comunicação e semiótica: estudo e pesquisa das relações transversais**. Rio de Janeiro: 2 AB, 2010.

PORTARIA INEP N° 390, de 23 de agosto de 2021. Dispõe sobre diretrizes de prova e componentes específicos da área de Design, modalidade Bacharelado, no âmbito do Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes (Enade), edição 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/inep/pt-br/centrais-de-conteudo/legislacao/enade/2021>. Acesso em: 4 nov. 2023.

SANTAELLA, Lúcia. **Semiótica aplicada**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum: notas para o método comunicacional**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

Um beijo vale mais que mil palavras:

a representação do homossexual masculino nas obras de Walcyrr Carrasco

Talison Pires Vardiero⁹⁹

Mariana Ramalho Procópio Xavier¹⁰⁰

Resumo curto:

O estudo analisa como são representadas as vivências familiares e afetivas de personagens homens que se relacionam com outros homens nas obras *Amor à vida* (2013), *O outro lado do paraíso* (2017) e *A dona do Pedaço* (2019), escritas por Walcyrr Carrasco e exibidas pela Rede Globo, no horário das 21h. Ancorados no paradigma indiciário (Braga, 2008), selecionamos cenas representativas dos personagens Félix (Mateus Solano); Samuel (Eriberto Leão); e Agno (Malvino Salvador), as quais serão investigadas a partir do arcabouço metodológico da Análise da Materialidade Audiovisual (Coutinho, 2018). Nossas reflexões são amparadas nas discussões de telenovela de Lopes (2003, 2009) e em pesquisas sobre masculinidade e sexualidade de Almeida (2016), Januário (2016), Miskolci (2016) e Foucault (2021). As análises até então empreendidas nos permitem notar que a homossexualidade ainda é vista de maneira estereotipada e preconceituosa, o que viabiliza o desenvolvimento de “armários” para a repressão de desejos considerados desviantes

Resumo expandido:

A pesquisa *Um beijo vale mais que mil palavras: a representação a representação do homossexual masculino nas obras de Walcyrr Carrasco* busca compreender as representações sociais que permeiam o conceito de masculinidade e, também, a forma como os personagens gays lidam com a própria sexualidade, a descoberta sexual e as vivências nos contextos familiares e afetivos. Como recorte, selecionamos três novelas da Rede Globo, exibidas no horário das 21h e escritas por Walcyrr Carrasco: *Amor à vida* (2013); *O outro lado do paraíso* (2017); e *A dona do pedaço* (2019). Investigamos as trajetórias de três personagens dissidentes sexuais, sendo um de cada obra, respectivamente: Félix (Mateus Solano); Samuel (Eriberto Leão); e Agno (Malvino Salvador). Nesta perspectiva, ainda avaliamos a participação dos companheiros que fazem par romântico com os selecionados para a amostra.

Para o entendimento de tais questões, ancoramo-nos no paradigma indiciário (Braga, 2008), para rastreamos indícios apresentados pelas cenas que sejam reveladores das vivências familiares e afetivas dos personagens. Tais indícios foram organizados em

⁹⁹ Discente do 3 ano do Mestrado/Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Redes, linguagens, memórias. E-mail: talison.vardiero@gmail.com.

¹⁰⁰ Professor(a) orientador(a). E-mail: mariana.procoppio@ufv.br.

seis eixos: a apresentação do personagem ao público; o momento em que o público descobre a real sexualidade do personagem; os conflitos vividos até o momento da saída do armário (caso não seja explícita desde a primeira aparição); a relação familiar - ou do núcleo em que está inserido - diante da sexualidade; os desafios vividos pelo personagem / ou vivências afetivas experienciadas; e, por fim, o beijo como uma busca pelo final feliz do personagem. Em seguida, os indícios serão observados à luz da Análise da Materialidade Audiovisual (Coutinho, 2018), uma vez que tal procedimento nos permite avaliar aspectos de imagem, som, texto, edição, além das informações paratextuais para composição das cenas.

Como principais lentes teóricas utilizadas para a investigação, utilizamos as propostas sobre telenovela brasileira como uma narrativa sobre a nação (Lopes 2003) e telenovela como recurso comunicativo (Lopes, 2009). Também ancoramos a pesquisa nos estudos de masculinidade e sexualidade de Almeida (2016), Connell (2016), Januário (2016), Miskolci (2016), Trevisan (2018) e Foucault (2021). Para tratar das Representações Sociais, faremos uso dos estudos de Moscovici (2007) e Jodelet (2005).

Os resultados encontrados até o momento nos levam a problematizar os obstáculos criados socialmente sobre a relação entre homens e como a instituição “família” e outros marcadores sociais, tais como religião, posicionamento político, raça, situação socioeconômica e outros, ainda criam “armários” no cenário brasileiro. Ainda como resultados preliminares, já avistamos a proposição de um percurso normativo para compreender a maneira que tais personagens passam a aceitar e a vivenciar suas experiências sexuais e afetivas com outros homens.

Palavras-chave: Homossexualidade. Representações sociais. Telenovela. Masculinidade. Beijo gay.

Referências

ALMEIDA, D.M.V. **Performatividades gays [manuscrito] : um estudo na perspectiva brasileira e argentina.** Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial à obtenção do grau de Doutor em Estudos Linguísticos, 2016.

BRAGA, J. L. **Comunicação, disciplina indiciária.** Matrizes, vol. 1, núm. 2, abril, 2008, pp. 73-88 Universidade de São Paulo São Paulo, Brasil, 2008.

CONNELL, Raewyn. **Gênero em termos reais.** São Paulo: Versos, 2016.

COUTINHO, I. **Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual: da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade.** In: Emerim, C.; Coutinho, I.; Finger, C. (orgs.). Epistemologias do telejornalismo brasileiro. Coleção Jornalismo Audiovisual. V7. Florianópolis: Insular, 2018.

FOUCAULT, M. **História da sexualidade: A vontade de saber.** Tradução: Maria Thereza da Costa Albuquerque; J.A. Guilhon Albuquerque. vol. 1. São Paulo: Paz e Terra, 2021.
JANUÁRIO, S.B. **Masculinidades em (re)construção: Gênero , Corpo e Publicidade.** Covilhã, 2016.

LOPES, M.I.V. **Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação.** Comunicação e Educação, São Paulo, n. 26, p. 17-34, jan.-abr. 2003.

LOPES, M.I.V. **Telenovela como recurso comunicativo.** Matrizes, São Paulo, n. 1, ano 3, p. 21-47, 2009.

MISKOLCI, R. **Teoria Queer: um aprendizado pelas diferenças.** 2ed - Belo Horizonte: Autêntica Editora : UFOP - Universidade Federal de Ouro Preto, 2016.

TREVISAN, J. S. **Devassos no paraíso: a homossexualidade no Brasil, da Colônia à Atualidade.** 4 edição rev., atual. e amp. - Rio de Janeiro: Objetiva, 2018.

Um beijo vale mais que mil palavras:

a representação do homossexual masculino nas obras de Walcyrr Carrasco

Talison Pires Vardiero¹⁰¹

Mariana Ramalho Procópio Xavier¹⁰²

Resumo curto:

O estudo analisa como são representadas as vivências familiares e afetivas de personagens homens que se relacionam com outros homens nas obras *Amor à vida* (2013), *O outro lado do paraíso* (2017) e *A dona do Pedaco* (2019), escritas por Walcyrr Carrasco e exibidas pela Rede Globo, no horário das 21h. Ancorados no paradigma indiciário (Braga, 2008), selecionamos cenas representativas dos personagens Félix (Mateus Solano); Samuel (Eriberto Leão); e Agno (Malvino Salvador), as quais serão investigadas a partir do arcabouço metodológico da Análise da Materialidade Audiovisual (Coutinho, 2018). Nossas reflexões são amparadas nas discussões de telenovela de Lopes (2003, 2009) e em pesquisas sobre masculinidade e sexualidade de Almeida (2016), Januário (2016), Miskolci (2016) e Foucault (2021). As análises até então empreendidas nos permitem notar que a homossexualidade ainda é vista de maneira estereotipada e preconceituosa, o que viabiliza o desenvolvimento de “armários” para a repressão de desejos considerados desviantes

Resumo expandido:

A pesquisa *Um beijo vale mais que mil palavras: a representação a representação do homossexual masculino nas obras de Walcyrr Carrasco* busca compreender as representações sociais que permeiam o conceito de masculinidade e, também, a forma como os personagens gays lidam com a própria sexualidade, a descoberta sexual e as vivências nos contextos familiares e afetivos. Como recorte, selecionamos três novelas da Rede Globo, exibidas no horário das 21h e escritas por Walcyrr Carrasco: *Amor à vida* (2013); *O outro lado do paraíso* (2017); e *A dona do pedaço* (2019). Investigamos as trajetórias de três personagens dissidentes sexuais, sendo um de cada obra, respectivamente: Félix (Mateus Solano); Samuel (Eriberto Leão); e Agno (Malvino Salvador). Nesta perspectiva, ainda avaliamos a participação dos companheiros que fazem par romântico com os selecionados para a amostra.

Para o entendimento de tais questões, ancoramo-nos no paradigma indiciário (Braga, 2008), para rastreamos indícios apresentados pelas cenas que sejam reveladores das vivências familiares e afetivas dos personagens. Tais indícios foram organizados em

¹⁰¹

Discente do 3º ano do Mestrado/Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Redes, linguagens, memórias. E-mail: talison.vardiero@gmail.com.

¹⁰² Professor(a) orientador(a). E-mail: mariana.procopio@ufv.br.

seis eixos: a apresentação do personagem ao público; o momento em que o público descobre a real sexualidade do personagem; os conflitos vividos até o momento da saída do armário (caso não seja explícita desde a primeira aparição); a relação familiar - ou do núcleo em que está inserido - diante da sexualidade; os desafios vividos pelo personagem / ou vivências afetivas experienciadas; e, por fim, o beijo como uma busca pelo final feliz do personagem. Em seguida, os indícios serão observados à luz da Análise da Materialidade Audiovisual (Coutinho, 2018), uma vez que tal procedimento nos permite avaliar aspectos de imagem, som, texto, edição, além das informações paratextuais para composição das cenas.

Como principais lentes teóricas utilizadas para a investigação, utilizamos as propostas sobre telenovela brasileira como uma narrativa sobre a nação (Lopes 2003) e telenovela como recurso comunicativo (Lopes, 2009). Também ancoramos a pesquisa nos estudos de masculinidade e sexualidade de Almeida (2016), Connell (2016), Januário (2016), Miskolci (2016), Trevisan (2018) e Foucault (2021). Para tratar das Representações Sociais, faremos uso dos estudos de Moscovici (2007) e Jodelet (2005).

Os resultados encontrados até o momento nos levam a problematizar os obstáculos criados socialmente sobre a relação entre homens e como a instituição “família” e outros marcadores sociais, tais como religião, posicionamento político, raça, situação socioeconômica e outros, ainda criam “armários” no cenário brasileiro. Ainda como resultados preliminares, já avistamos a proposição de um percurso normativo para compreender a maneira que tais personagens passam a aceitar e a vivenciar suas experiências sexuais e afetivas com outros homens.

Palavras-chave: Homossexualidade. Representações sociais. Telenovela. Masculinidade. Beijo gay.

Referências

ALMEIDA, D.M.V. **Performatividades gays [manuscrito] : um estudo na perspectiva brasileira e argentina.** Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial à obtenção do grau de Doutor em Estudos Linguísticos, 2016.

BRAGA, J. L. **Comunicação, disciplina indiciária.** Matrizes, vol. 1, núm. 2, abril, 2008, pp. 73-88 Universidade de São Paulo São Paulo, Brasil, 2008.

CONNELL, Raewyn. **Gênero em termos reais.** São Paulo: Versos, 2016.

COUTINHO, I. **Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual: da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade.** In: Emerim, C.; Coutinho, I.; Finger, C. (orgs.). Epistemologias do telejornalismo brasileiro. Coleção Jornalismo Audiovisual. V7. Florianópolis: Insular, 2018.

FOUCAULT, M. **História da sexualidade: A vontade de saber.** Tradução: Maria Thereza da Costa Albuquerque; J.A. Guilhon Albuquerque. vol. 1. São Paulo: Paz e Terra, 2021.
JANUÁRIO, S.B. **Masculinidades em (re)construção: Gênero , Corpo e Publicidade.** Covilhã, 2016.

LOPES, M.I.V. **Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação.** Comunicação e Educação, São Paulo, n. 26, p. 17-34, jan.-abr. 2003.

LOPES, M.I.V. **Telenovela como recurso comunicativo.** Matrizes, São Paulo, n. 1, ano 3, p. 21-47, 2009.

MISKOLCI, R. **Teoria Queer: um aprendizado pelas diferenças.** 2ed - Belo Horizonte: Autêntica Editora : UFOP - Universidade Federal de Ouro Preto, 2016.

TREVISAN, J. S. **Devassos no paraíso: a homossexualidade no Brasil, da Colônia à Atualidade.** 4 edição rev., atual. e amp. - Rio de Janeiro: Objetiva, 2018.

**Educação midiática em escolas brasileiras:
desenhando um modelo de interface-aula escalável**

Thalita Rocha¹⁰³
Gabriela Borges¹⁰⁴

Resumo curto:

Esta pesquisa de tese se localiza no encontro entre as temáticas da educação midiática e dos estudos de modelos metodológicos de aprendizagem, tendo como objetivo principal a elaboração e o teste de um modelo de aprendizagem de competências midiáticas, contendo orientações metodológicas e materiais didáticos exclusivos, que seja escalável; e que esse modelo contenha propostas de redesenho da “interface-aula tradicional”. As metodologias usadas foram “pesquisa-ação”, “análise de fenômenos de interface”, “análise de abordagens de ensino”, “Design Instrucional 4.0” e “Metodologias Ativas”. No presente momento o modelo está finalizado e iniciando fase de testes.

Resumo expandido:

O cenário de Educação Midiática brasileiro vem mostrando avanços no período pós-pandêmico, que podem ser constatados tanto em pesquisas estatísticas, quanto na proliferação de leis, diretrizes e políticas públicas sobre o assunto. Mas ainda há grandes lacunas para tornar essa educação acessível e de qualidade, dentre as quais se destacam a lacuna logística, isto é, da falta de equipamentos e de acesso à internet em salas de aula; e a lacuna estratégica, pois, embora a Base Nacional Comum Curricular traga instruções para que o tema seja trabalhado em sala, ainda não há materiais didáticos, ou metodologias específicas oficiais (MEC) para que os professores cumpram essa missão. É nesse quadro nacional, de busca por modelos e materiais para trabalhar a Educação Midiática, que se insere esta pesquisa, que tem como seu objetivo principal propor, elaborar e testar um modelo de aprendizagem de competências midiáticas, contendo orientações metodológicas e materiais didáticos exclusivos, que seja escalável e, em alguma medida, escalonável¹⁰⁵, a fim de poder ser usado por membros de comunidades

¹⁰³ Discente do 3º ano do Doutorado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Redes, Linguagens, Memórias. Bolsista CAPES. E-mail: thalitarocha.goncalves@estudante.ufjf.br.

¹⁰⁴ Professora orientadora. E-mail: gabriela.borges0@gmail.com

¹⁰⁵ Um modelo escalável é um modelo que tem condições para crescer de forma uniforme para suportar um aumento de carga. Portanto, um modelo escalável de aprendizagem é um modelo que é estruturado para crescer ao ponto de ser reproduzido com vários estudantes, potencialmente ao mesmo tempo. Seria o caso de franquias de cursinhos de inglês, por exemplo, que criam o mesmo material didático, plano de aula e estrutura metodológica, para alcançar centenas de estudantes, que podem estar aprendendo a mesma coisa, ao mesmo tempo. Já “escalonável” significa “passível de ser colocado em vários níveis, ou escalões”. Modelos escalonáveis são modelos que são estruturados para serem disponibilizados em vários níveis simultaneamente, através de automação. Seria o caso de aplicativos que ensinam inglês, por

escolares de forma independente; e que esse modelo contenha propostas de redesenho da “interface-aula tradicional”.

Nomeamos o modelo que construímos de DESENFORMA¹⁰⁶, trata-se de um material didático online, construído usando técnicas de Design Instrucional 4.0 (FILATRO, 2019), somado a uma metodologia para trabalhar competências midiáticas (FERRÉS; PISCITELLI, 2015), elaborada a partir do estudo da aula como fenômeno de interface (SCOLARI, 2018), das abordagens de ensino (MIZUKAMI, 1986) e de Metodologias Ativas (GARCIA, 2021). O modelo será testado em breve por dois grupos focais, um de estudantes e outro de professores.

Palavras-chave: Educação Midiática. Competências midiáticas. Aprendizagem. Interfaces. Abordagem de ensino.

Referências

FERRÉS, J. PISCITELLI, A. **Competência midiática:** proposta articulada de dimensões. Lumina, v.9, n.1, 2015.

FILATRO, A. **DI 4.0:** inovação em educação corporativa / FILATRO, A.; CAVALCANTI, C. (et al). São Paulo: Saraiva Educação, 2019.

GARCIA, L. G. **Possibilidades de aprendizagem e mediações do ensino com o uso das tecnologias digitais:** desafios contemporâneos / GARCIA, L. G; MARTINS, T. C. Palmas: EDUFT, 2021.

MIZUKAMI, M. G.N. **Ensino:** as abordagens do processo. São Paulo: E.P.U, 1986.

SCOLARI, C., A. **Las leys de la interfaz:** diseño, ecología, evolución, tecnología. 2ª ed. Barcelona: Gedisa editorial S. A., 2018.

exemplo. Neles, potencialmente, centenas de pessoas podem fazer a mesma aula, ao mesmo tempo. A diferença do primeiro para o segundo está no fator “automação”, que aumenta a exponenciabilidade, por diminuir limitações humanas: enquanto uma lição X de inglês depende da disponibilidade de Z professores para ser multiplicada para Y estudantes, essa mesma lição pode chegar a Y e até Y² de estudantes, diretamente pelo app.

¹⁰⁶ O material pode ser acessado clicando em: <https://www.projetodesenforma.com/>

Clube de leitura audiovisual:

a Educomunicação e as teorias de Marshall McLuhan para o desenvolvimento de protagonismo e pensamento crítico-midiático

Vanessa Coutinho Martins¹⁰⁷
Cláudia de Albuquerque Thomé¹⁰⁸

Resumo curto:

Esta pesquisa parte da criação de um clube de leitura audiovisual em uma escola pública na cidade de Cataguases/MG e possui os seguintes objetivos: entender o desenvolvimento de protagonismo e autonomia (Freire, 2011) nas relações dos jovens; contribuir com a utilização e o entendimento de diferentes tipos de linguagens, tais como a oral, escrita e midiática; amparar o despertar de pensamento crítico sobre os conteúdos midiáticos por meio de paralelos entre as narrativas literárias discutidas e de narrativas midiáticas, bem como auxiliar no entendimento do viés existente por trás dos meios de comunicação; e colaborar na expansão de pesquisas sobre Educomunicação e Ecologia das Mídias ao realizar interfaces entre esse campo e os estudos do teórico Marshall McLuhan. A metodologia a ser utilizada é a Pesquisa Participante (Peruzzo, 2005) com apoio de diário de campo e entrevista.

Resumo expandido:

Com a pandemia, mais de 90% dos estudantes do mundo todo foram afetados (UNESCO, 2020, *online*). No contexto brasileiro, presenciamos desigualdades não apenas de acesso e condições de uso, mas de entendimento do poder das tecnologias e das narrativas que atravessam nosso cotidiano. O sistema público de educação do Brasil, já tão fragilizado, se viu em condições extremas e agora, a duras penas, tenta seguir adiante.

Tendo em conta esse cenário, esta pesquisa parte da criação de um clube de leitura audiovisual com estudantes do ensino médio em uma escola pública na cidade de Cataguases/MG e possui os seguintes objetivos: entender o desenvolvimento de protagonismo e autonomia (Freire, 2011) nas relações em sociedade de jovens estudantes; contribuir com a utilização e o entendimento de diferentes tipos de linguagens, tais como a oral, escrita e midiática; amparar o despertar de pensamento crítico sobre os conteúdos midiáticos por meio de paralelos entre as narrativas literárias discutidas e de narrativas midiáticas; e colaborar na expansão de pesquisas sobre

¹⁰⁷ Discente do terceiro ano do Doutorado em Comunicação da UFJF, integrante do grupo Namidia. Bolsista CAPES. E-mail: vanessacoutinhomartins@gmail.com

¹⁰⁸ Professora orientadora. E-mail: claudia.thome@ufjf.br

Educomunicação e Ecologia das Mídias ao realizar interfaces entre esse campo e os estudos do teórico canadense Herbert Marshall McLuhan. A metodologia a ser utilizada é a Pesquisa Participante (Peruzzo, 2005) com apoio de diário de campo e entrevista.

A configuração de clube de leitura audiovisual é estabelecida na medida em que os debates não ficam limitados ao suporte impresso das narrativas literárias, ocorrendo um deslizamento (Figueiredo, 2010) para os formatos audiovisuais, seja os já estabelecidos pela própria narrativa (com os filmes), seja por aproximação de conteúdos midiáticos. Outro parâmetro que marca a proposta audiovisual do clube é a produção de conteúdos pelos próprios alunos, oportunizando distintos modos de expressão. Os estudantes serão convidados a produzir conteúdos audiovisuais - videoteraturas (Tavola, 1981) sem moldes pré-estabelecidos, de forma que os materiais produzidos não obedecerão regras relacionadas a seu conteúdo ou extensão.

A Educomunicação é um dos pilares que guiam este projeto. Para Soares (2000) esses estudos são um conjunto de ações voltadas para a criação de ecossistemas de comunicação e espaços criativos de educação que favorecem as relações entre pessoas e grupos. A utilização de bases teóricas de McLuhan relativas à escola, aprendizagem, ensino e sua relação com os meios de comunicação também constituem a bibliografia deste projeto. O teórico defendia a ideia do aluno atuando como um explorador imerso no universo da informação e da comunicação (McLuhan, 1989).

A pesquisa foi enviada e aprovada pelo comitê de ética da UFJF e atualmente encontra-se em fase de estruturação e aplicação na escola. A partir de conhecimento advindo do período sanduíche na *University of Toronto - St. Michael's College* (PDSE/CAPES) e de aprofundamento dos estudos nos grupos de pesquisa 'Narrativas midiáticas e dialogias' (CNPq/UFJF) e no 'Grupo de Estudos & Pesquisas em Educomunicação' (CNPq/UFSJ), a proposta tomou forma e foi adaptada para o contexto brasileiro.

Palavras-chave: Clube de leitura. Audiovisual. Educomunicação. Marshall McLuhan. Mídias.

Referências

FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain de. **Narrativas migrantes**: Literatura, roteiro e cinema. Rio de Janeiro: Ed. PUC – Rio: 7 letras, 2010.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia**: saberes necessários à prática educativa. São Paulo: Paz e Terra, 2011.

LOGAN, Robert K. **The Future of the library**: from electric media to digital media. New York: Peter Lang Publishing, 2016.

MARTINS, Vanessa; MENEZES, Victor. Clubes de leitura no ambiente online: um quanto de teoria e um tanto de prática. **MEI Studies**, 2022 (no prelo).

MCLUHAN, M.; HUTCHEON, L. e MCLUHAN, E. **City as Classroom**: Understanding Language and Media. Agincourt (Ont.): The Book Society of Canada, 1977.

MCLUHAN, Marshall. **Mutations**. Paris, Name, 1969, p. 35-58. Tradução de Moacir Gadotti e Mauro Angelo Lenzi. In: Educação Municipal, São Paulo, Cortez, n. 5, nov. 1989.

ONG, Walter. **Oralidade e cultura escrita**: a tecnologização da palavra. Campinas: Papyrus, 1998.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Observação participante e pesquisa-ação. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo, Editora Atlas: 2005.

SOARES, Ismar de Oliveira. Educomunicação: um campo de mediações. **Comunicação & Educação**, s/v, n. 19, p. 12-24, set./dez. 2000.

TAVOLA, Artur da. **A crônica na televisão**: de Rubem ao Saltimbanco. Jornal O Globo, Rio de Janeiro, p. 30, 29 de setembro de 1981.