

XVI JORNADA MULTIDISCIPLINAR

ABAIXO A DITADURA
= POVO NO PODER =

O BRASIL E O GOLPE DE 1964

Retrospectivas e Perspectivas

© Fotos: Evandro Teixeira

20, 21 e 22 de maio de 2014
FAAC/UNESP - Bauru

CADERNO DE RESUMOS

ISBN 978-85-99679-58-6

realização:

apoio:

unesp

INSTITUTO DE CIÊNCIAS
HUMANAS



comunicação

Jornaljr

Rpjr



PROEX



FAPESP

XVI Jornada Multidisciplinar

**"O Brasil e o Golpe de 1964:
retrospectivas e perspectivas"**

20, 21 e 22 de maio de 2014

Departamento de Ciências Humanas

Organizadores

PROF. DR. CARLO JOSÉ NAPOLITANO
PROFA. DRA. CAROLINE KRAUS LUVIZOTTO
PROF. DR. CÉLIO JOSÉ LOSNAK
PROF. DR. JEFFERSON DE O. GOULART
PROF. DR. JOSÉ CARLOS MARQUES

CADERNO DE RESUMOS

Bauru, SP
FAAC-Unesp
2014

XVI Jornada Multidisciplinar - 2014

Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC)

Departamento de Ciências Humanas (DCHU)

Coordenadores da XVI Jornada Multidisciplinar

Prof. Dr. Carlo José Napolitano

Profa. Dra. Caroline kraus Luvizotto

Prof. Dr. Célio José Losnak

Prof. Dr. Jefferson de O. Goulart

Prof. Dr. José Carlos Marques

Comissão Científica da XVI Jornada Multidisciplinar

Prof. Dr. Arlindo Rebechi Júnior

Prof. Dr. Carlo José Napolitano

Profa. Dra. Érika de Moraes

Profa. Dra. Verônica Sales Pereira

Chefias e vice-chefias do Departamento de Ciências Humanas

Prof. Dr. Jefferson Oliveira Goulart (chefe)

Prof. Dr. Carlo José Napolitano (vice-chefe)

Apoio técnico ao evento (DCHU)

Alan Freitas Modollo

Edvaldo José Scoton

Marcelo Fabiano Machado Gomes

Roseli Cristina Nonato Pitondo.

Apoio das agências de fomento

FUNDUNESP

FAPESP

CAPES

Napolitano, Carlo Jose et al.

Caderno de resumos da XVI jornada multidisciplinar: o Brasil e o golpe de 1964: retrospectivas e perspectivas / Carlo José Napolitano et al – Bauru: UNESP-FAAC,

2014.

161 f.

ISBN 978-85-99679-58-6

1. Ciências Humanas. 2. Ciências da Comunicação. 3. Ciências Sociais.

APRESENTAÇÃO

Passado meio século do golpe militar de 1964, sua efeméride demanda uma reflexão sobre os passados - sejam aqueles que se encerraram e deram lugar à mudança histórica, sejam os que se perpetuam no presente e que requerem sua superação. A 16^o Jornada Multidisciplinar nos trouxe inúmeros frutos de projetos de pesquisa e de extensão, com variados pressupostos teóricos e metodológicos, permitindo-nos essa reflexão sobre esses passados, e neste sentido, também sobre o presente e o futuro.

Parte dos trabalhos apresentados sobre o golpe e o regime militar abordam o papel da imprensa, o direito à liberdade de expressão e a censura, os seus reflexos na educação, a transmissão do passado pela história e pela memória, a resistência ao regime e a reparação pelas suas arbitrariedades, revelando o quanto a distância temporal de meio século ainda nos aproxima de um evento que de várias maneiras toca o nosso cotidiano e demanda novas abordagens.

Ao mesmo tempo, esse meio século nos distancia daquele acontecimento, e a pluralidade dos trabalhos revela isso: novas questões de gênero e geracionais, acessibilidade e sustentabilidade, das relações entre público e privado, dos modos de sociabilidade e interatividade, do consumo e produção cultural, dos marcos regulatórios, de mobilização política e políticas públicas, entre outros. Em síntese, essas pesquisas apontam como o processo de redemocratização expressa o grau de complexidade da sociedade brasileira e, particularmente, como o impacto dos avanços tecnológicos sobre as mídias traz novas indagações acerca da construção de uma esfera pública democrática e, neste sentido, de nossa cidadania.

Entre retrospectivas e perspectivas apresenta-se um painel repleto de indagações sobre temporalidades em aberto.

POLÍTICAS PÚBLICAS E O PAPEL DO COMUNICADOR NOS PROCESSOS DE IMPLEMENTAÇÃO, EXECUÇÃO, FISCALIZAÇÃO E AVALIAÇÃO.

ALINE CRISTINA CAMARGO

Este trabalho tem como objetivo elucidar de que maneira o papel do comunicador pode ser eficaz nas etapas de uma política pública, considerando implementação, execução, fiscalização e avaliação. O assunto será abordado de maneira mais contextualizada na dissertação de mestrado, sendo este tema assunto de um dos capítulos.

A política pública, de acordo com Souza (2006), permite distinguir entre o que o governo pretende e o que realmente faz, envolvendo vários atores, já que, embora materializada pelo governo, outros grupos da sociedade podem ser necessários em algumas de suas etapas. Ela é abrangente, tem uma ação intencional, com objetivos específicos a serem alcançados de maneira planejada e sistemática. Embora tenha impactos a curto prazo, seus resultados dependem de longo prazo, já que não basta sua implementação, mas também sua execução, fiscalização e avaliação.

Souza (2003) afirma que as políticas públicas passam por um processo com várias etapas, nas quais, de uma maneira ou outra, a mídia estaria presente desenvolvendo um importante papel. Vicente (2008, p. 277) defende que “a imprensa, por definição, pode e deve assumir um papel ativo no processo de monitoramento, fiscalização e cobrança quanto à definição, gestão e avaliação das políticas públicas”

No agendamento, está a capacidade de a mídia indicar quais temas merecem destaque a partir do que ela publica ou omite, ou ainda de acordo com a frequência com que reporta determinados temas. No enquadramento dado aos temas que aborda, a mídia pode colaborar com a construção de significados e influenciar as etapas do processo. Na construção da informação, a mídia tem sua função potencializada ao investigar e fornecer informações, inclusive conferindo voz a fontes alternativas. Na função de controle social, a mídia trabalharia com o “acompanhamento, não apenas do lançamento oficial de projetos, mas de sua continuidade, da idoneidade em sua execução e de seus resultados”, pondera Canela (2005, p. 17).

Ao enquadrar de maneira deficitária as políticas públicas sociais, a mídia acaba por enfraquecer sua própria capacidade de agendar temas, fornecer informações e ser controladora social, e enfatiza que a não identificação clara de temas sociais como políticas públicas acaba por reforçar uma cultura paternalista, como se o Estado prestasse favores e não assegurasse um direito dos cidadãos.

De acordo com Faria (2005), a avaliação pode ser classificada em função do seu timing (antes, durante ou depois da implementação da política ou programa), da posição do avaliador em relação ao objeto avaliado (interna, externa ou semi-independente) e da natureza do objeto avaliado (contexto, insumos, processos e resultados).

Diante dos diversos objetivos de uma avaliação de política pública, podem-se distinguir três modalidades de avaliação: avaliação de metas, avaliação de processos e avaliação de impacto (Carvalho, 2003; Costa e Castanhar, 2003).

A fim de inserir o público leitor de maneira responsiva no sistema democrático é preciso que a mídia disponibilize a ele uma “análise de compensações entre os efeitos das políticas públicas em discussão”, acredita Rothberg (2010, p.27) que completa: “será preciso oferecer balizas e parâmetros para a avaliação do equilíbrio de compensações entre resultados” das políticas em questão.

A dissertação considerará o índice de qualidade da informação, metodologia a partir da qual se avaliará as políticas públicas de Ciência e Tecnologia presentes nos portais das 27 unidades federativas. Serão verificados os seguintes itens: condições sociais; condições econômicas; cenário político; condições ambientais; informações legais; objetivos; metas; critérios de eficiência; parcerias e convênios; informações operacionais; públicos-alvo; instrumentos de relacionamento; eficácia; efetividade; custo-efetividade; bem-estar; igualdade; satisfação do usuário; prevenção de riscos; recursos de gestão de riscos.

Referências:

CANELA, G (2005). Cobrindo políticas públicas sociais: a importância da agenda da infância e da adolescência. In: Anais do XIV Encontro Anual da Compós. Universidade Federal Fluminense: Rio de Janeiro.

CARVALHO, S. N. Avaliação de programas sociais: balanço das experiências e contribuição para o debate. São Paulo em Perspectiva, v. 17, n. 3-4, p. 185-197, 2003.

COSTA, F. L.; CASTANHAR, J. C. Avaliação de programas públicos: desafios conceituais e metodológicos. Revista de Administração Pública, v. 37, n. 5, p. 962-969, 2003.

FARIA, C. A. P. A política da avaliação de políticas públicas. Revista Brasileira de Ciências Sociais, v. 20, n. 59, p. 97-109, 2005.

SOUZA, C. “Estado do campo” da pesquisa em políticas públicas no Brasil. Revista Brasileira de Ciências Sociais, v. 18, n. 51, p. 15-20, 2003.

VICENTE, C. M. Garantindo os direitos da infância. In: CANELA, G. (org.). Políticas públicas sociais e os desafios para o jornalismo. São Paulo: Cortez; Brasília: Andi, 2008. p. 268-279.

OS ANOS 1950 E O JORNALISMO INTERIORANO DO "A NOTÍCIA": UM ESTUDO SOBRE TRANSFORMAÇÕES TÉCNICAS, EDITORIAS E PROFISSIONALISMO

ALINE FERREIRA PÁDUA
MAXIMILIANO MARTIN VICENTE

Fundado em novembro de 1924, o jornal rio-pretense "A Notícia" nascia como proposta de inovação na imprensa escrita do noroeste paulista, colocando a informação em destaque, como bem indica a escolha do nome desta folha em contraponto às suas concorrentes que se intitulavam de acordo com posicionamentos políticos ou motes citadinos, tais como "O Município" e "A Cidade". O jornal caracterizava-se, durante sua primeira década de circulação, como periódico inspirado nas novas tendências do serviço de informação, de produção da notícia, da busca do leitor, da oferta de entretenimento, do registro da cotidianidade urbana e da ampliação da publicidade como fonte de recursos. Tal como aponta o estudo de iniciação científica realizado pela autora, o "A Notícia" era representante de um jornalismo de transição em relação às opções gráficas, linguagens utilizadas e posicionamento editorial, mesmo estando ainda distante do jornalismo neutro e objetivo de influência norte-americana que se consolidaria nas décadas seguintes.

A partir de tais constatações, foram levantados alguns questionamentos tais como: Como se deram as transformações técnicas e editoriais do jornalismo interiorano representado por esta folha nos anos seguintes? Tendo nascido como folha inovadora, qual seria a configuração editorial e o tipo e jornalismo produzido pelo "A Notícia" durante a década de 1950? Qual a relação do fazer jornalístico no interior paulista com aquele produzido em grandes capitais como Rio de Janeiro e São Paulo durante o período? Para responder a estas e outras perguntas a autora apresenta aqui a proposta inicial para a pesquisa de mestrado em torno do jornal "A Notícia", durante a década de 1950.

O estudo visa analisar o citado jornal a fim de identificar seu perfil editorial e as características do jornalismo produzido por meio das edições disponíveis entre os anos de 1950 e 1959. O período de estudo foi assim delimitado a fim de analisar as publicações deste jornal interiorano durante a década em que, segundo aponta a história do jornalismo no Brasil, as modificações técnicas e editoriais do jornalismo moderno entraram de vez nas redações dos periódicos, sendo, posteriormente, consolidadas. Assim, analisar este período é buscar identificar de que forma e com qual intensidade transformações como, profissionalismo, uso de novos maquinários, técnicas editoriais como utilização de fotografias e linguagem objetiva, entre outras, se deram em um jornal do interior de São Paulo.

Neste período, como apontam as leituras preliminares, o periódico expunha o slogan "Diário Matutino da Araraquarense" e tem como redator Leonardo Gomes. Era composto por quatro páginas a seis páginas em formato standard e trazia o conteúdo disposto em oito colunas verticalizadas. A primeira e quarta páginas eram totalmente preenchidas por notícias internacionais, nacionais e locais, sendo que as de maior destaque traziam também fotografias. As demais páginas traziam propagandas e colunas diversas.

Na exploração do material, as edições do jornal deverão ser lidas página a página e os temas referentes ao perfil editorial, concepções e práticas de jornalismo serão fichados. Como base para a análise da folha será realizado aprofundamento bibliográfico por meio de leitura e fichamento de obras sobre o tema história da imprensa e produção jornalística. A fonte de dados da pesquisa será levantada por meio de estudo bibliográfico, através das edições dos jornais disponíveis em arquivo e livros sobre o tema e como método de análise dos materiais propõe-se a análise de conteúdo.

BARBOSA, M. História Cultural da Imprensa. Brasil - 1900-2000. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

BARDIN, L. Análise de Conteúdo. Lisboa, Portugal: 4ª ed., 2009.

RIBEIRO, A. P. G. Imprensa e História no Rio de Janeiro dos anos 1950. Rio de Janeiro: e-papers, 2007.

O DIREITO DE COMUNICAÇÃO SOB O ENQUADRAMENTO DO JORNAL FOLHA DE S. PAULO DURANTE A CONSTITUINTE*AMANDA AMGARTEN DE SAMPAIO TIENGO***1) Breve descrição da pesquisa**

A presente comunicação trata-se de uma pesquisa documental relacionada ao direito de comunicação, visto sob a perspectiva do jornal Folha de S. Paulo no período da Assembléia Nacional Constituinte que deu origem a atual constituição brasileira. A pesquisa envolve a seleção dos editoriais que foram escritos pelo jornal Folha de S. Paulo, durante o período de 01 de fevereiro de 1987 a 05 de outubro de 1988. Para cumprir o escopo da pesquisa foi utilizada como metodologia a análise de enquadramento.

2) Objetivos

A partir da análise de enquadramento dos editoriais da Folha de S. Paulo escritos no período de feitura da atual carta constitucional brasileira, a proposta investiga qual era a linha editorial do jornal em relação ao processo constituinte, em especial, sobre a regulação jurídica constitucional da comunicação social.

3) Material e métodos

Para o desenvolvimento da primeira etapa da pesquisa foram buscados os editoriais publicados pelo jornal, relacionados ao direito de comunicação, no período coincidente com a Assembleia Nacional Constituinte concomitantemente com a fundamentação teórica acerca da liberdade de imprensa e de expressão e regulação dos meios. Os editoriais estão disponíveis no site <http://acervo.folha.com.br/>.

A segunda etapa envolveu um aprofundamento teórico sobre a análise de enquadramento, abordagem utilizada para essa pesquisa.

4) Resultados e discussão

Quanto à liberdade de imprensa, por meio das palavras que utiliza, em sua maioria negativas, o jornal demonstra que vai contra qualquer cerceamento à liberdade de imprensa.

Quanto ao assunto da regulação dos meios de rádio e televisão, entende-se que a expectativa da Folha era que as concessões das emissoras fossem feitas de modo mais democrático e transparente.

Ao analisar os editoriais que trataram do tema da liberdade de expressão na constituinte, foi possível entender que a Folha de S. Paulo, era a favor da democracia e, portanto, contra qualquer cerceamento ao direito de comunicação.

5) Considerações finais

A partir da análise realizada sobre a amostragem da pesquisa, foi possível entender qual era o posicionamento do jornal Folha de S. Paulo sobre os temas liberdade de imprensa, regulação dos meios e liberdade de expressão, durante o período de feitura da nossa atual carta constitucional.

6) Referências bibliográficas

AGUILLAR, F. H. Direito econômico. São Paulo: Atlas, 2006.

BOLAÑOS, C. R. S. A reforma do modelo brasileiro de regulação das comunicações em perspectiva histórica. Estudos de Sociologia, Araraquara, 17, 67-95, 2004.

BRITTOS, V.C.; COLLAR, M. S. Direito à comunicação e democratização no Brasil. In: SARAIVA, E; MARTINS, P. E. M.; PIERANTI, O. P. Democracia e regulação dos meios de comunicação de massa. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008.

CARVALHO, V. M. de. Regulação de serviços públicos e intervenção estatal na economia. In: FARIA, J. E. Regulação, direito e democracia. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2002.

COMPARATO, F. K.. Prefácio de: LIMA, V. A. de. Liberdade de expressão versus liberdade de imprensa: direito à comunicação e democracia. São Paulo: Publisher, 2010.

GONCALVES, M. E. Direito da informação: novos direitos e formas de regulação na sociedade da informação. Coimbra: Almedina, 2003.

GRAU, E. R. A ordem econômica na constituição de 1988. 2 ed. São Paulo: RT, 1991.

JAMBEIRO, O. A comunicação na Constituição de 1988. In: GOULART, J. O. As múltiplas faces da constituição cidadã. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009.

LAGE, Nilson. Linguagem Jornalística. 8 ed. São Paulo: Ática, 2006.

LIMA, V. A. de. Liberdade de expressão versus liberdade de imprensa: direito à comunicação e democracia. São Paulo: Publisher, 2010.

MARCONDES Filho, Ciro. O Capital da Notícia. 2 ed. São Paulo: Ática, 1989

SILVA, J. A. Curso de direito constitucional positivo. 33 ed. São Paulo: Malheiros, 2010.

SOARES, Murilo Cesar. Análise de enquadramento. In: Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Atlas, 2006.

INTEGRAÇÕES E CONTRADIÇÕES NA ARTE TROPICÁLIA DE HÉLIO OITICICA: APROXIMAÇÕES COM UM VANGUARDISMO PARADOXAL.*ANA BEATRIZ BUOSO MARCELINO***1. Descrição da Pesquisa**

O presente trabalho trata de investigar a produção artística de Hélio Oiticica durante o período em que estava sendo germinado o movimento cultural denominado Tropicália, final da década de 1960 e início da década de 1970, cujos idealizadores e integrantes estavam representantes de várias linguagens artísticas, como da música, teatro, cinema e artes visuais. Oiticica imergiu uma linguagem própria, centrada na ideia de anti arte eleita por Duchamp em 1921, ou seja, a quebra de paradigmas que envolviam as vanguardas estilísticas que traduziam segundo o artista, uma "estetização da política", visto que o cenário histórico e político da época era a Ditadura Militar.

Dessa forma, pensando-se a Tropicália como manifestação cultural alegórica (Favaretto, 2000), surge a questão sobre a possibilidade da arte de Oiticica contradizer a seus propósitos, como objeto de rompimento vanguardista, entretanto, difusor de um estilo propositivo, como a construção de um conceito que se desconstrói, visto que parte de relações ideológicas, onirismos e alegorias (Favaretto, 2000), como uma espécie de um novo dadaísmo surreal e retrógrado.

Assim, dentro desses parâmetros são levantados dados para análise e reflexão, voltados ao debate integrado e contraditório gerado pelas características da produção artística em questão.

2. Objetivos

- Investigar características integradas e contraditórias na produção do artista visual Hélio Oiticica.
- Identificar conceitos ideológicos e alegóricos imersos em suas obras.
- Apontar proposições críticas e reflexivas, presentes no contexto dessas obras.
- Debater as características levantadas e argumentar proposições de apontamento reflexivo.

3. Material e métodos

O método será investigativo e embasado pela pesquisa bibliográfica, apoiado pelo método semiológico de leitura de imagens.

4. Resultados e discussões

Com base nos dados coletados, pode-se apontar evidências que caracterizam traços contraditórios e paradoxais na produção artística do artista, que acabam categorizando efeitos ideológicos e alegóricos, assim como, aspectos de autenticidade integrados através de sua linguagem própria (estilo), cuja materialidade, hibridismos, suportes, mídias e interatividade aparecem como recursos empíricos utilizados para distorcer intensões no espectador, construtor crítico e reflexivo de ideias pressupostas, sintonizando-se assim, como uma vanguarda da própria contemporaneidade.

5. Considerações finais

As conclusões previstas para o presente trabalho se apoiam nos pressupostos analisados, voltados à produção artística de Hélio Oiticica, passível de se aproximar de uma espécie de vanguarda conceitual moderna, ao mesmo tempo em que a nega, criando uma relação dialética paradoxal fomentada pela ideologia, transformando os objetos artísticos em alegorias, da mesma forma que os integra através da incitação crítica e reflexiva ao espectador.

6. Referências

- BASUALDO, Carlos (org). Tropicália: uma revolução na cultura brasileira. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- BRAGA, Paula. Hélio Oiticica. Coleção Grandes Pintores Brasileiros. São Paulo: PubliFolha, 2013.
- BRAGA, Paula. Hélio Oiticica, Singularidade, Multiplicidade. São Paulo: Perspectiva, 2013.
- BRAGA, Paula. Fios Soltos: a arte de Hélio Oiticica. São Paulo: Perspectiva, 2008.
- FAVARETTO, Celso. Tropicália: alegoria e alegria. Cotia: Ateliê editorial, 2000.
- FAVARETTO, Celso. A Invenção de Hélio Oiticica. 2ª ed. rev. São Paulo: EDUSP, 2000.
- OITICICA, Hélio. Aspiro ao grande labirinto. Rio de Janeiro: Rocco, 1986.

ELEIÇÕES 2006: ENQUADRAMENTOS DE VEJA E CARTA CAPITAL*ANA CRISTINA CONSALTER AMÔR*

Breve descrição da pesquisa: É através dos meios de comunicação de massa que tomamos conhecimento do que acontece no mundo. Segundo Kellner (2001), a mídia fornece as informações com as quais muitas pessoas constroem suas opiniões, mitos, símbolos e comportamentos sociais. Para Boas (1996), as revistas de informação semanal, por assumirem caráter opinativo, apropriam-se de formas e métodos específicos para organizar uma determinada realidade, influenciando a formação de ideias de seus leitores. Para Melo (2003), a seleção da informação é o principal instrumento utilizado pela instituição para expressar suas ideias e representar sua realidade. No Brasil, a Veja é a revista semanal que, atualmente, detém a maior parte das assinaturas em todo o país, é líder de tiragem, com 1,1 milhão de exemplares distribuídos semanalmente em todo o país, e torna-se um referencial na formação de opinião do cidadão brasileiro. Já a Carta Capital, com uma tiragem de 75.000 exemplares, é reconhecidamente uma revista de perfil editorial distinto, e por isso, também fará parte deste estudo a fim de investigar a cultura jornalística do nosso país e como esta cultura interage com o campo da política. Para investigar como as Revistas Veja e Carta Capital cobriram as eleições presidenciais de 2006 no Brasil, verificamos a qualidade dos enquadramentos utilizados pelas revistas para organizar a realidade dos fatos políticos dentro do contexto da abordagem jornalística durante os meses de agosto e setembro, meses que antecederam o pleito. Enquadramento é um processo através do qual é possível selecionar determinados aspectos de um acontecimento, enfatizar ou salientar, incluir ou excluir outros. De acordo com Porto (2001) são quatro os principais enquadramentos utilizados em processos eleitorais. De um lado, está o enquadramento temático, que corresponde a uma abordagem mais substancial e completa do fato. De outro lado, estão os enquadramentos corrida de cavalos, episódico ou centrado na personalidade. Configuram a campanha eleitoral como uma corrida entre os candidatos, descrevem estratégias de campanha e resultados de pesquisas, enfatizam características pessoais ou dramas humanos.

Objetivos: Identificar, descrever e analisar os enquadramentos construídos pelas revistas Veja e Carta Capital na cobertura das eleições de 2006 nos meses de agosto e setembro.

Materiais e métodos: A presente pesquisa foi executada a partir da análise da cobertura das eleições presidenciais de 2006 realizada pelas revistas Veja e Carta Capital nos meses de agosto e setembro. Para tanto, empregou-se a teoria do enquadramento (framing), através da análise dos mecanismos de seleção, ênfase e exclusão de informações na construção do texto. Ao todo, foram analisadas 29 matérias, sendo 15 matérias da revista Carta Capital e 14 da revista Veja. As matérias foram analisadas a partir da estrutura composta pelos itens: nome da revista; data de edição; título da matéria; olho da matéria; descrição: resumo objetivo da matéria; enquadramento dominante; enquadramento secundário; seleção; ênfase e exclusão: aspectos essenciais para a compreensão do assunto em questão não apurados pela reportagem.

Resultados e discussões: Os resultados da presente pesquisa sugerem uma cobertura superficial. O predomínio dos enquadramentos estratégicos/corrída de cavalos ou episódicos pode dificultar o conhecimento dos eleitores sobre o processo eleitoral e não contribuir para o amadurecimento da conscientização política e nem para a mobilização da ação coletiva. A revista Carta Capital também abusou das abordagens estratégicas. Fez da cobertura das eleições presidenciais uma competição entre os candidatos, evidenciada na apuração das pesquisas, dos números e do desempenho dos candidatos. De 15 matérias, nove foram caracterizadas como enquadramento estratégico. Porém, a cobertura temática da revista (cinco matérias) foi produzida com qualidade, explorando a diversidade de fontes e a pluralidade do assunto. As matérias caracterizadas como enquadramento temático contextualizaram substancialmente os temas abordados. Tal abordagem tende a contribuir para uma análise do significado dos conflitos apresentados, ou seja, possibilita um desempenho melhor do público na identificação das interpretações apresentadas pela notícia. As propostas de governo e a atuação política de cada candidato não foram abordadas com profundidade. Os pacotes interpretativos temáticos oferecidos pela Carta Capital foram mais abrangentes e fundamentados do que os pacotes oferecidos pela revista Veja. Ou seja, mesmo caracterizadas como enquadramento temático, algumas matérias da revista Veja se limitaram a uma interpretação sem uma discussão mais profunda.

Considerações Finais: A frequência dos enquadramentos identificados nesta análise permite sugerir que a cobertura eleitoral de 2006 pelas revistas Veja e Carta Capital contribuiu apenas parcialmente para uma efetiva mobilização da cidadania. Se, de um lado, a maioria dos enquadramentos identificados foram estratégicos, por outro lado as revistas teriam ajudado seus leitores a conhecer e avaliar alguns aspectos substantivos da campanha eleitoral, dos conflitos e do processo político em geral.

Referências:

BOAS, Sérgio Villas. O estilo Magazine. O texto em revista. São Paulo: Summus, 1996.

KELLNER, David. A cultura da mídia. Bauru, SP: Edusc, 2001.

MELO, José Marques de. Jornalismo Opinativo. Campos do Jordão: Editora Mantiqueira, 2003.

PORTO, Mauro P. A Mídia brasileira e a eleição presidencial de 2000 nos EUA: a cobertura do jornal Folha de S. Paulo. Cadernos do CEAM, Ano II, n. 6, 2001, pp. 11-32.

ROTHBERG, Danilo. Política mediada, democracia e elites. Bauru: Departamento de Ciências Humanas da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", 2005.

NOVELA MALHAÇÃO: FERRAMENTAS DE ENGAJAMENTO UTILIZADAS PELA GLOBO

ANA HELOIZA VITA PESSOTTO

O surgimento e a evolução das plataformas digitais tem ocasionado uma mudança de paradigmas na Comunicação. Henry Jenkins denomina este panorama como a convergência midiática.

Por convergência refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão à quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. (JENKINS, 2009, p25).

A convergência aqui citada não é a convergência das mídias em um único suporte, mas a convergência dos conteúdos, ampliação de possibilidades de acesso a conteúdos por meio de suportes diferenciados. As empresas de mídia tradicionais buscam se adaptar a esse novo panorama. A rede Globo tem investindo no portal de entretenimento na internet Gshow. Cada programa tem, dentro do portal, uma página com design e linguagem formulada para seu público-alvo. A página da novela teen Malhação se destaca por ser uma das que possui maior número de ferramentas de engajamento e interatividade, por este motivo, ela é o objeto desta pesquisa. Estudo de caso com metodologia analítica que pretende observar e analisar os conteúdos e ferramentas de engajamento relacionados à novela Malhação. A página da novela possui enquetes, resumo dos episódios e link para os blogs "Anita de coração", da personagem Anita e "Tapinha da Sofia", de Sofia. No caso dos blogs, a Globo se apropria da estratégia de narrativa transmidiática, que, segundo Jenkins, trata-se de um processo narrativo onde elementos ficcionais são espalhados por diversos canais para criar uma experiência diferenciada e mais envolvente de entretenimento. Malhação conta com um aplicativo interativo para dispositivos móveis. O usuário precisa cumprir tarefas com as quais conquista medalhas, visando o topo do ranking. Esta é uma estratégia de gamificação: processo de aplicação da estrutura de jogo em áreas específicas com intenções não ligadas apenas ao entretenimento do jogo.

"A aplicação de elementos, mecanismos, dinâmicas e técnicas de jogos no contexto fora do jogo, ou seja, na realidade do dia a dia profissional, escolar e social do indivíduo."

(NAVARRO, 2013)

Check-in, compartilhamento, quizzes e enquetes são usados como ferramentas de gamificação e incentivam o uso de dispositivos de segunda tela, feedback dos espectadores e possibilitam o spread (JENKINS), que é o potencial de circulação fácil de conteúdo significativo. Jenkins afirma "If It Doesn't Spread, It's Dead", ou seja, o autor propõe que o spread seria essencial para a sobrevivência da obra audiovisual. O mercado audiovisual está criando novas ferramentas para o engajamento do usuário, o Brasil está atrasado neste processo de adaptação e complexificação das narrativas, as propostas ainda estão em fase de experimentação e possuem falhas, contudo o investimento neste processo possibilita a evolução do mercado e a criação de produtos mais interativos e sedutores aos espectadores. O foco no público jovem se dá pela facilidade deste com os dispositivos e é também uma forma de criar uma cultura de uso das plataformas e dos dispositivos no consumo do produto audiovisual.

Referências:

JENKINS, Henry. Cultura da convergência. São Paulo. Aleph, 2009.

_____, H. If It Doesn't Spread, It's Dead. In: Confessions of an Aca-Fan. the official weblog of Henry Jenkins. 2009. Disponível em: <http://henryjenkins.org/2009/02/if_it_doesnt_spread_its_dead_p.html>. Acesso em: 30 de abr. 2014.

'NAVARRO, Gabrielle. Gamificação: A transformação do conceito do termo jogo no contexto da pós-modernidade. 2013. 24 f. Artigo - Curso de Especialização em Mídia, Informação e Cultura, ECA, USP, São Paulo, 2013. Disponível em: <<http://www.usp.br/celacc/ojs/index.php/blacc/article/viewFile/578/453>>. Acesso em: 30 abr. 2014.

CONEXÃO REPÓRTER: UMA DAS FACES MAIS OBSCURAS DESSE PAÍS

ANA LUIZA MARTINS

Resumo: O projeto pretende analisar três reportagens sobre prostituição produzidas pelo programa de televisão Conexão Repórter, veiculado pelo canal SBT. As produções jornalísticas em questão foram escolhidas por se tratarem de episódios de um programa de grande visibilidade e alcance cuja proposta é mostrar ao público os bastidores da notícia. A análise é baseada em produções sócio antropológicas sobre prostituição, sobretudo aqueles estudos que se dedicaram à realidade brasileira, além de aportes de teorias do jornalismo, como a hipótese do Agenda - Setting, Enquadramento, Teoria do Gatekeeper e Critérios de Noticiabilidade. Os estudos desenvolvidos por Michel Foucault acerca do caráter histórico da sexualidade também embasam as ideias apresentadas ao longo do projeto. Pretende-se analisar a construção das narrativas apresentadas sobre prostituição em todas as produções, tomando como hipótese inicial que as reportagens insistem em reproduzir estereótipos sobre o tema. A pesquisa busca responder quais são os desafios do jornalista ao pautar a prostituição. Além disso, pretende-se analisar quais são as formas de abordagem a um tema tido como tabu pela sociedade. Partindo-se da hipótese de que os episódios estudados abordam a prostituição de forma estereotipada, quais seriam, então, as outras formas de apresentar o assunto em reportagens de televisão? O objetivo é relacionar os enredos construídos pela equipe de reportagem com a teoria a fim de analisar o discurso sobre o tema. A pesquisa está em fase de desenvolvimento, de forma que ainda não foram levantados resultados acerca das discussões.

Referências bibliográficas:

BELELI, I. A.; OLIVAR, J. M. N.. Mobilidade e prostituição em produtos da mídia brasileira. In: Adriana Piscitelli; Gláucia de Oliveira Assis; José Miguel Nieto Olivar. (Org.). Gênero, sexo, amor e dinheiro: mobilidades transnacionais envolvendo o Brasil. 1ªed. Campinas: Pagu/Núcleo de Estudos de Gênero, 2011, v. 1, p. 491-537.

COLLING, Leandro: Como a mídia pode ajudar na luta pelo respeito à diversidade sexual e de gênero? In: Pelúcio, Larissa; Souza, Luis Antônio Francisco de; Magalhães, Bóris Ribeiro de; Sabatine, Thiago Teixeira. (Org.). Olhares Plurais para o Cotidiano — Gênero, Sexualidade e Mídia. 1ªed. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2012, v. 1, p. 112-131.

FONSECA, Claudia. A dupla carreira da mulher prostituta. Revista Estudos Feministas UFSC, vol. 4, número 1. 1996.

PASINI, Elisiane. Limites simbólicos Corporais na Prostituição Feminina. Cadernos Pagu. Ed. 14. pp. 181 – 200. 2000.

FOUCAULT, Michel. A história da Sexualidade – Volume I: A vontade de saber. 13ª Ed. Rio de Janeiro. Edições Graal, 1988.

PISCITELLI, Adriana. Feminismos e Prostituição no Brasil: uma leitura a partir da Antropologia Feminista. Cuadernos de Antropología Social. Ed. 36. pp. 11 – 31. 2012.

RAGO, Luzia Margareth. Imagens da Prostituição na Belle Époque Paulistana. 1ª Conferência Internacional Sobre Moças, Alice in Wonderland: Transitions and Dilemas, realizado em Amsterdã, entre 16 e 19 de junho de 1992.

RAGO, Luzia Margareth. Prazer e sociabilidade no Mundo da Prostituição em São Paulo, 1890-1930. University of Wisconsin Press, 1993.

SANT'ANA, Tiago: Tá pensando que travesti é bagunça?! Narrativas sobre a travestilidade em três programas da TV brasileira. In: 8º Encontro Nacional Universitário da Diversidade Sexual. Campinas. CD-ROM 8 ENUDS, 2010.

SILVA, Ana Paula da; BLANCHETTE, Thaddeus. Nossa Senhora da Help. Sexo, turismo e deslocamento transnacional em Copacabana. Cadernos Pagu (25), julho-dezembro de 2005, pp.249-280.

EDUCAÇÃO À DISTÂNCIA: FATORES TÉCNICOS E PSICOSSOCIAIS QUE PROMOVEM O SEU MELHOR APROVEITAMENTO

*ANA RAQUEL PÉRICO MANGILI
TAMIRIS TINTI VOLCEAN*

O presente artigo busca investigar o processo de educação à distância (EaD) e os fatores que promovem a eficiência desse sistema como prestador de serviços, evidenciando as características técnicas facilitadoras do uso das tecnologias da informação e comunicação (TICs) no processo educativo e também os aspectos de comportamento e postura dos discentes e docentes da EaD que contribuem para um melhor processo de ensino-aprendizagem à distância. Com esse trabalho, espera-se contribuir para o conhecimento dos fatores que permitem melhorar o desempenho dos estudantes e profissionais da EaD no Brasil. Através de uma pesquisa bibliográfica, do tipo exploratória e descritiva, acerca do conceito de educação à distância e sua utilização em processos de ensino-aprendizagem, escolheu-se alguns artigos acadêmicos com estudos de caso para uma compilação exploratória dos fatores técnicos-pedagógicos e psicossociais que possibilitam um melhor aproveitamento dos cursos da modalidade EaD brasileiros. Como resultado desta pesquisa, procura-se apresentar à comunidade acadêmica e demais interessados nos estudos sobre EaD um perfil com as características técnicas-pedagógicas e psicossociais que contribuem para o melhor aproveitamento, tanto pelo aluno quanto pelo professor, de um curso à distância. Após a realização dessa pesquisa bibliográfica exploratória e descritiva, conclui-se que o método de ensino apresenta qualidade, desde que apresente programas bem definidos, material didático adequado, professores capacitados e alunos comprometidos, assim como meios apropriados para facilitar a interatividade.

Referências Bibliográficas

- AMARILLA, Porfírio. Educação a distância: uma abordagem metodológica e didática a partir dos ambientes virtuais. In: Educação em Revista, v.2, n. 27, p. 41-72, 2011.
- ARIEIRA, Jailson de Oliveira et al. Avaliação do aprendizado via educação a distância: a visão dos discentes. In: Ensaio: Avaliação e Políticas Públicas em Educação, v. 17, n. 63, p. 313-340, 2009.
- ARMENGOL. Casas. M. Universidade sin classes: educación a distancia en America Latina. Caracas: OEA/UNA/Kapelusz, 1987.
- BARIAN PERROTTI, E. M. Educação a distância: descobrindo o prazer de escrever. In: BARIAN PERROTTI, E. M.; VIGNERON, J. Novas Tecnologias no contexto educacional: reflexões e relatos de experiências. São Bernardo do Campo, SP: Umesp, 2003.
- CARNIEL, Fabiane; LUVIZOTTO, Caroline Kraus; FUSCO, Elvis. A terceira geração da ead e sua influência na democratização do ensino superior brasileiro. In: Colloquium Humanarum, vol. 9, n. Especial, p. 624-631, jul-dez, 2012.
- FOLQUE, Maria da Assunção. Educação Infantil, tecnologia e cultura. In: Revista Pátio Educação Infantil, Porto Alegre, n. 28, p. 8-11, 2011.
- FRANCIOSI, Beatriz RT et al. Modelando ambientes de aprendizagem a distância baseado no uso de mídias integradas: um estudo de caso. In: Anais do VIII Congresso Internacional de Educação a Distância. Brasil. 2001.
- FREIRE, Paulo. Educação como Prática de Liberdade. In: Paz e Terra, Rio de Janeiro, v.1, n. 19, 1967.
- KENSKI, Vani Moreira. Educação e comunicação: interconexões e convergências. In: Educação & Sociedade, Campinas, v. 29, n. 104, p. 647-655, 2008.
- LÉVY, Pierre. As tecnologias da inteligência. O futuro do pensamento na era da informática. Tradução Carlos Irineu da Costa. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.
- MERCADO, Luis Paulo. Dificuldades na educação a distância online. Universidade Federal do Alagoas, 2007.
- MORAN, José Manuel. O que é educação a distância. In: Revista Online ECA-USP, São Paulo, v.1, n. 7, p. 01-04, 2008.
- NUNES, Ivônio Barros. Noções de educação a distância. In: Revista educação à distância, v. 4, n. 5, p. 7-25, 1993.
- SATHLER, Thaís Cardoso; FLEITH, Denise de Souza. Estímulos e barreiras à criatividade na educação a distância. In: Estud. psicol. (Campinas), Campinas, v. 27, n. 4, p. 457-466, Dec. 2010.
- SAVIANI, Dermeval. O choque teórico da politecnia. In: Trabalho, Educação e Saúde, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p. 131-152, mar. 2002.

GLOBAL ITV: CENÁRIOS E TENDÊNCIAS DA INTEROPERABILIDADE NA TV DIGITAL

*ANA SILVIA LOPES DAVI MÉDOLA
MARIA CRISTINA GOBBI
FRANCISCO MACHADO FILHO
JULIANA GOBBI BETTI
CARLOS HENRIQUE SABINO CALDAS
FÁBIO CARDOSO*

O Global ITV é um projeto interdisciplinar de cooperação internacional que objetiva desenvolver uma plataforma interoperável para um sistema híbrido de televisão digital interativa que respeite o princípio de gratuidade do sinal. São 17 parceiros brasileiros (com a coordenação geral de Marcelo Zuffo, do Centro Interdisciplinar de Tecnologias Interativas da Universidade de São Paulo - CITI/USP) e europeus (coordenados por Christoph Dosch da Institut fuer Rundfunktechnik GmbH - IRT) entre os quais estão representantes da academia e do mercado. A participação da UNESP no projeto atende a Chamada MCTI/CNPq nº 13/2012 - Programa de Cooperação Brasil/ União Europeia, sob a coordenação local dos professores Ana Silvia Médola, Francisco Machado e Maria Cristina Gobbi, contando com a participação de 15 bolsistas de graduação e pós-graduação (da FAAC e da FC), dois bolsistas externos e o apoio da TV Unesp. Com duração de dois anos (2014-2015), o projeto está dividido em pacotes de trabalho que contém diversas atividades concomitantes sob liderança de cada parceiro, tendo início com a tarefa aqui apresentada e encerrando-se com a construção de um protótipo.

Esta pesquisa apresenta brevemente os pontos analisados no relatório "High-level description of the GLOBAL ITV landscape", desenvolvido na primeira etapa do projeto pela equipe UNESP em parceria com a USP. O relatório objetivou descrever o atual cenário e identificar tendências globais da Televisão Digital Interativa, considerando primordialmente a coexistência dos modelos já existentes, o Ginga (brasileiro) e o HbbTV (europeu), servirá de base para o estabelecimento dos requisitos funcionais técnicos subsequente.

Para a descrição do panorama atual e a compreensão da evolução histórica de cada ponto utilizamos as pesquisas bibliográfica e documental, posteriormente dividindo a análise de tendências em três principais perspectivas temporais para implantação do sistema: curto (2015/2016), médio (2017/2019) e longo prazo (2020). Utilizamos documentos abertos do governo brasileiro e da Comissão Europeia, bem como relatórios de institutos e empresas especializadas. Ainda, buscamos conhecer e indicar as iniciativas mundiais de pesquisas na área, com foco na ITV, uso da segunda tela e dispositivos de controle remoto (gesto e voz, por exemplo).

Partimos dos contextos políticos, econômicos e sócio-culturais do Brasil e da União Europeia para localizar ambas regiões no mercado global da iTV. Entre os principais pontos destacamos: 1. a análise sobre os dados da penetração de dispositivos de iTV (como televisores digitais, Smartphones, tablets, etc) e da banda larga; 2. o estudo das tecnologias e dos serviços interativos, com foco na ubiquidade e na interoperabilidade; 3. o mapeamento dos players interessados (produtores de conteúdo, radiodifusores, indústria); e finalizando com 4. apontamentos sobre as atitudes do telespectador, em especial a sincronização com a segunda tela e uso das mídias sociais como forma de incrementar a experiência do usuário.

Concluímos que os principais desafios para a implantação do sistema no Brasil caracterizam-se pela infraestrutura e acesso à Internet, acesso aos dispositivos móveis, nível de literacia digital e hábitos de consumo da produção audiovisual no país. Já para os países europeus os principais obstáculos concretizam-se na expansão da adoção de um sistema híbrido unificado respeitando as diferenças culturais, geográficas e a regulamentação de cada país. Todos os itens do relatório serão acompanhados constantemente durante o projeto, sendo aprofundados e atualizados sempre que necessário.

Referências Bibliográficas

MEDOLA, A.S.; MACHADO FILHO, F.; GOBBI, M.C. et al. High-level description of the GLOBAL ITV landscape. São Paulo: Global ITV, 2014.

A PUBLICIDADE ON-LINE: COMUNICAÇÃO INTERATIVA?

*ANDRÉA MARTINS
LUCILENE DOS SANTOS GONZALES*

Esta pesquisa pretende apresentar a conceituação de interatividade, perpassando pelo campo da comunicação, da sociologia, do marketing, da informática, da filosofia para compreender esse fenômeno na mídia digital, principalmente nas diferentes formas de publicidade online, em que se pressupõe que haja interatividade e mais quantidade e qualidade de informação aos públicos.

Trata-se, portanto, de uma pesquisa exploratória, bibliográfica, de observação, analítica e monográfica. A reflexão sobre a prática da comunicação publicitária on line será feita por meio da observação de cases publicitários online em que seja explorada a interatividade para ilustrar os conceitos teóricos pesquisados.

A Classificação desses conceitos será subsidiada por levantamentos em fontes secundárias, incluindo o levantamento bibliográfico, em que a pesquisadora irá buscar em livros, revistas especializadas, dissertações ou teses apresentadas em universidades, sites sobre esses conceitos citados acima, assim como em cases de publicidade digital.

A pesquisa encontra-se em seu estágio inicial, em que estão aprofundadas as teorias da comunicação segundo as diferentes visões e escolas para compreender o funcionamento dos meios de comunicação de massa, principalmente a publicidade e propaganda. Essa contextualização tem como foco o entendimento do fenômeno da interação na era digital e da convergência dos meios.

O resultado será um trabalho monográfico que apresentará os resultados da pesquisa em texto científico.

Referências bibliográficas:

- BAUDRILLARD, J. Simulacros e simulações. Lisboa: Relógio D'Água, 1981.
CARRASCOZA, J. A. A evolução do texto publicitário. São Paulo: Editora Futura, 1999.
CITELLI, A. O. Linguagem e persuasão. São Paulo: Ática, 2003.
JENKINS, H. Cultura da convergência. São Paulo: Aleph, 2009.
GONZALES, L. Linguagem publicitária: análise e produção. São Paulo: Arte & Ciência, 2003.
MATTAR, F. N. Pesquisa de marketing: metodologia, planejamento. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.
PRIMO, A. Interação mediada por computador. Porto Alegre: Editora Sulina. 2007.
PRIMO, A. A Interação mútua e interação reativa: uma proposta de estudo. In: XXI Congresso da Intercom, 1998, Recife. Anais do GT de Teoria da Comunicação. 1998.
SANTOS, F. Movimento e interatividade na web. Publish, São Paulo, v. 8 n.55, p. 24-25, jul-ago. 2001.
SILVA, M. A Sala de aula interativa. Rio de Janeiro: Quartet, 2000.
TORRES, C. A bíblia do marketing digital. São Paulo: Novatec, 2009.
WOLF, M. Teorias da comunicação. 10 ed. Editorial Presença: Lisboa, 2009.

MULTIPLICIDADE DE EXPERIÊNCIAS E LINGUAGENS DA CRIANÇA

ANDRESSA BERNARDO DA SILVA
MARIA DO CARMO MONTEIRO KOBAYASHI

As múltiplas linguagens, presentes nas brincadeiras, são ações estruturantes nas rotinas das crianças nesse período da vida, permitem que ela se relacione consigo mesma, no seu entorno e com outras crianças, desenvolva a imaginação e adentre ao mundo das regras. A criança por se tratar de um sujeito histórico e de direitos que, nas interações, relações e práticas cotidianas que vivencia, constrói sua identidade pessoal e coletiva, brinca, imagina, fantasia, deseja, aprende, observa, experimenta, narra, questiona e constrói sentidos sobre a natureza e a sociedade, produzindo cultura (BRASIL, 2010). Como ressalta Loris Malaguzzi (BRASIL, 2009) a criança tem 100 linguagens, entretanto 99 delas não são utilizadas.

Os questionamentos que norteiam esta pesquisa são: o trabalho educativo procura desenvolver e ampliar as diversas formas de a criança conhecer o mundo e se expressar? As rotinas e as práticas adotadas, nos espaços formais de educação, favorecem essa multiplicidade ou, ao contrário, como Malaguzzi, roubam a possibilidade de a criança desenvolver todas as suas potencialidades? A pesquisa é parte das ações do Programa de Iniciação à Docência – PIBID - 23013 CAPES – UNESP, que tem por objetivo induzir e fomentar a formação inicial e continuada de profissionais do magistério. No caso da pesquisa apresentada de planejar, desenvolver e avaliar práticas pedagógicas para a criação de metodologia e materiais de apoio aos processos de ensino e aprendizagem da Arte, neste caso será realizado através das artes plásticas – do desenho, da pintura, escultura do trabalho com materiais reutilizáveis selecionados e disponíveis para as crianças, como aponta Martins (1998).

Na primeira etapa de desenvolvimento deste projeto, encontra-se em curso o levantamento de cunho referencial (bibliográfico e eletrônico) que norteia o direcionamento da temática. De acordo com Lakatos e Marconi (1995, p. 43), “[...] a pesquisa bibliográfica não é mera repetição do que já foi dito ou escrito sobre certo assunto, mas propicia exame de um tema sob novo enfoque ou abordagem, chegando a conclusões inovadoras [...]”.

Nesse sentido, enfatizamos que o aprendizado de crianças no berçário ocorre por meio do lúdico, e, dentre outras obras, fundamentamo-nos nas Diretrizes Curriculares de Educação Infantil (BRASIL, 2010, p. 18): A proposta pedagógica das instituições de Educação Infantil deve ter como objetivo garantir à criança acesso a processos de apropriação, renovação e articulação de conhecimentos e aprendizagens de diferentes linguagens, assim como o direito à proteção, à saúde, à liberdade, à confiança, ao respeito, à dignidade, à brincadeira, à convivência e à interação com outras crianças.

As crianças são reduzidas, segundo Pedroso (2013), a seguir uma rotina eficaz que satisfaça os desejos dos adultos, mas, na maioria das vezes, sem sentido algum para elas e, assim, são privadas de um de seus direitos básicos, o ato de brincar. Por meio da brincadeira, que é a atividade mais nobre na criança, ela poderá expressar as diferentes impressões vivenciadas em seu contexto familiar e social, partindo do seu contexto de encanto e fantasia, do faz-de-conta, do sonhar e do descobrir.

O material pesquisado baseia-se nos referenciais: Indicadores da Qualidade na Educação Infantil, 2009a. BRASIL. MEC/SEB, Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Infantil, 2010. _____,

Proposta Curricular Nacional Anos Iniciais, Brasil, 1998; MARTINS, M. C. et al.

Didática do ensino da arte. A linguagem do mundo. Poetizar, fruir e conhecer arte. São Paulo: FTD, 1998. _____.

Aprendiz da Arte. Trilhas do sensível olhar-pensante. Espaço Pedagógico, 1992, entre outros.

O papel do brinquedo no desenvolvimento Infantil. Disponível em:

<<http://www.scelisul.com.br/cursos/graduacao/pd/artigo2.pdf>>. Acesso em: 15 out. 2013. PEDROSO, C. A. et al.

No, ambito da forma de se realizar projetos foi usado o material, Metodologia científica, 1995. LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A.

DEUTSCHE WELLE E O DIÁLOGO INTERCULTURAL ENTRE A ALEMANHA E O BRASIL*AUGUSTO JUNIOR DA SILVA SANTOS**MAXIMILIANO MARTIN VICENTE*

A pesquisa de iniciação científica a ser apresentada tem como objeto de estudo a Deutsche Welle. Trata-se de uma empresa pública de radiodifusão internacional da Alemanha, sendo uma das principais fontes de informação sobre o país para o resto do mundo. O grupo tem como missão estabelecer um diálogo intercultural entre a Alemanha e demais países por meio de suas programações radiofônica e televisiva, bem como por meio de seu portal multimídia, chamado DW-World, o qual é disponibilizado em 30 idiomas. Esse estudo, ainda em andamento, debruça-se justamente sobre a página em português brasileiro da DW-World. Os conteúdos informativos veiculados em tal página são produzidos por jornalistas brasileiros diretamente da redação do portal, localizada na cidade de Bonn. Dado determinado contexto, os objetivos principais da pesquisa são identificar de que maneira o Brasil e a Alemanha são representados na Deutsche Welle Brasil - levando-se em consideração os aspectos culturais, políticos e econômicos -, e compreender o processo de construção das notícias. Para que as respostas necessárias sejam alcançadas, a análise de conteúdo foi a metodologia adotada. Durante sete dias os conteúdos em português foram coletados e analisados descritivamente, contabilizando um total de 75 publicações dentre artigos, vídeos e galerias de fotos. Além disso, a coleta considerou a frequência com que cada editoria foi atualizada, com que a Alemanha, o Brasil e demais países estiveram relacionados aos conteúdos, e também quais foram os valores-notícias de seleção utilizados. Os dados serão organizados em categorias a partir de critério semântico, as quais são: a imagem da Alemanha apresentada pelo portal; a imagem do Brasil apresentada pelo portal; a construção da notícia; a rotina jornalística. Prevê-se ainda entrevistas com os jornalistas da redação brasileira da Deutsche Welle, objetivando conhecer as perspectivas do webjornalismo que os profissionais têm, conhecer a organização e hierarquização dentro da redação, bem como confirmar sua linha editorial. Os resultados obtidos até o presente momento demonstram que as editorias que têm maior destaque no portal são as de "Política" e "Cultura e Estilo", e que a maioria dos conteúdos estão relacionados à Alemanha e demais países europeus. Dos 75 conteúdos, 12 eram sobre o Brasil, sendo que desses, metade eram notícias de cultura e que dialogavam com a Alemanha. Portanto, pode-se constatar que há uma valorização por notícias que possam ser relacionadas com a Alemanha, principalmente no âmbito cultural. Por consequência disso, o sul brasileiro acaba em destaque nessa editoria, pois é onde concentra-se a maior parte dos imigrantes e colônias alemãs. Dentre as discussões fomentadas pelo estudo, evidencio a que diz respeito às características de uma comunicação intercultural, promovida por sistemas de comunicação globalmente interligados, que media a vida social e colabora para a tensão entre o "global" e o "local" na transformação das identidades (HALL, 2006). Contudo, um aprofundamento interpretativo dos dados coletados ainda é necessário e será desenvolvido na próxima etapa da pesquisa. Quanto ao referencial teórico fundamental em exploração, destaco: Análise de conteúdo (BARDIN, 2009); A identidade cultural na pós-modernidade (HALL, 2006); Cultura da convergência (JENKIS, 2009); Jornalismo digital (FERRARI, 2010); Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são (TRAQUINA, 2005); Técnica de codificação em jornalismo (ERBOLATO, 1991); Jornalismo online: dos sites noticiosos aos portais locais (BARBOSA, 2001); The network society: from knowledge to policy (CASTELLS; CARDOSO, 2005).

CURADORIA DE CONTEÚDO ON-LINE: DEFINIÇÕES E PROCESSOS.

AURELIO TSUGUIO SAKUMA
PEDRO SANTORO ZAMBON

O presente artigo tem por objetivo conceituar o papel do curador de conteúdo digital, dentro do contexto da cibercultura. Num momento inicial da internet, houve uma migração de tudo que era possível digitalizar para o mundo on-line. O desenvolvimento de redes sociais na internet, juntamente com dispositivos de produção de arquivos de imagem, áudio e vídeo em formato digital, potencializaram a produção de conteúdo on-line. Dentro dessa realidade surgem dois conceitos importantes: Big Data e Curadoria de Conteúdo. Big Data diz respeito ao enorme volume de informação produzido e disponibilizado na rede, e a Curadoria de Conteúdo seriam processos de seleção e significação deste conteúdo para os usuários da internet. Nesse contexto destaca-se a importância do curador de conteúdo e sua relevância dentro do seu campo de especialização, medido não apenas pelo sua audiência, mas pelo seu capital cultural. Foi feita uma análise bibliográfica sobre o assunto e analisados alguns processos e ferramentas de curadoria de conteúdo.

BOURDIEU, P. O mercado de bens simbólicos. In: MICELI, S. (Org.). A economia das trocas simbólicas. São Paulo: Perspectiva, 1974.

BOURDIEU, P. Os três estados do capital cultural (originalmente publicado na revista Actes de la Recherche en Sciences Sociales, 30:3-6, 1979). In: NOGUEIRA, M. A.; CATANI, A. (orgs.) Escritos de Educação, 33 ed., Petrópolis: Vozes, 2001.

CORREIA, E. N. S.(Org.) Curadoria digital e o campo da comunicação (e-book), São Paulo: ECA-USP, 2012.

LEMOS, A. "Cibercultura. Alguns pontos para compreender a nossa época." In: LEMOS, André; CUNHA, Paulo. Olhares sobre a cibercultura. Porto Alegre: Sulina, 2003.

MAL TEZ, A. Curadoria Social: uma forma de mediação na internet. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 14.,2012, Recife. Anais Eletronicos. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2012/resumos/R32-0903-1.pdt>>. Acesso em 12 ago. 2012.

OBRIST, H. U. Uma breve história da curadoria. Trad. Ana Resende. São Paulo: BEI Comunicação, 2010.

VILCHES, Lorenzo. A migração Digital. Tradução: Maria Immacolata Vassalo LOPES. São Paulo: Loyola, 2003.

A LIBERDADE DE EXPRESSÃO NOS EVENTOS ESPORTIVOS: REPRESENTAÇÕES DA MÍDIA IMPRESSA

*BÁRBARA BRESSAN BELAN
CARLO JOSÉ NAPOLITANO*

Resumo

A pesquisa visa analisar como as mídias impressas retratam a liberdade de expressão do pensamento em eventos esportivos. A proposta parte do princípio, que a liberdade de expressão do pensamento é um direito fundamental, garantido pela Constituição Federal vigente, a todos os brasileiros e estrangeiros residentes no país. Porém, sabe-se que para a realização de alguns eventos esportivos, como a Copa das Confederações e a Copa do Mundo, o governo do país sede assume o compromisso de seguir as normas impostas pela Federação Internacional de Futebol Associado -FIFA. Para isso, em junho de 2012, foi sancionada a lei 12.663, conhecida como Lei Geral da Copa, que regulamentou as relações jurídicas durante os eventos citados. Essa lei aparentemente estabelece restrições à liberdade de expressão do pensamento, contrariando a Constituição. A pesquisa ainda considerará as fortes manifestações populares ocorridas durante a Copa das Confederações de 2013, nos arredores dos Estádios em que estavam tendo jogos, e a forte repressão sofrida pelos manifestantes por parte do aparato policial. Para cumprir os objetivos propostos serão analisadas matérias jornalísticas esportivas ou não, produzidas pelos jornais Folha de São Paulo e O Globo, no período de 15 de junho de 2013 a 14 de julho de 2014, relacionadas à liberdade de expressão do pensamento exteriorizada durante as Copas das Confederações e do Mundo.

Objetivos

A pesquisa tem como principal objetivo as investigar as representações atribuídas pelos veículos de comunicação impressos brasileiros acerca da Liberdade de Expressão do pensamento em eventos esportivos, mais especificamente durante os eventos esportivos internacionais citados que estão acontecendo no Brasil: a Copa das Confederações que aconteceu em junho de 2013, e a Copa do Mundo que acontecerá entre junho e julho de 2014. A pesquisa tem o intuito de analisar como as a liberdade de expressão, mais especificamente as manifestações, que já aconteceram na Copa das Confederações e podem acontecer na Copa do Mundo, foram acolhidas, compreendidas e apresentadas pela mídia impressa à sociedade brasileira. Como objetivo secundário a pesquisa vai analisar e fundamentar a questão da liberdade de expressão do pensamento.

Metodologia

Para cumprir o principal objetivo da pesquisa será feita uma análise de conteúdo das matérias jornalísticas, produzidas pelos jornais impressos Folha de São Paulo e O Globo, relacionadas a Copa das Confederações de 2013 e a Copa do Mundo de 2014, principalmente as que apresentem informações sobre as manifestações de caráter ideológico que aconteceram durante a Copa das Confederações e que podem vir a acontecer durante a Copa do Mundo.

Considerando a data dos eventos esportivos escolhidos a pesquisa será feita no período de 15 de junho de 2013 a 14 de julho de 2014. As matérias serão pesquisadas nos sites das empresas jornalísticas, conforme seguem: <http://www.folha.uol.com.br/> e <http://busca.globo.com/Busca/oglobo/?query=Pesquisar>.

Em relação ao segundo objetivo proposto será feito um estudo estritamente bibliográfico acerca da questão da liberdade de expressão do pensamento, com o intuito de fundamentar a pesquisa.

Resultados e discussões

A pesquisa está em sua fase inicial, portanto ainda não apresenta resultados.

Considerações Finais

O futebol é um esporte altamente lucrativo no Brasil e no mundo. Ele mexe com a paixão nacional e movimenta bilhões de reais. Os gastos excessivos do governo brasileiro para atender as exigências da FIFA e sediar a copa irritou milhões de brasileiros que foram as ruas protestar por um país com mais hospitais, escolas e transportes públicos padrão FIFA. Estamos vivendo um momento crucial no Brasil, e temos que dar a devida atenção a isso. Por isso essa pesquisa visa analisar como a imprensa, formadora de opinião, se posiciona diante dessas questões tão importantes.

Referências Bibliográficas

BRASIL. Lei Nº 12.663 de 5 de junho de 2012. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/Lei/L12663.htm>. Acesso em: 15 out. 2013.

TRAQUINA, N. O estudo do jornalismo no século XX. São Leopoldo: Unisinos, 2001.

NAPOLITANO, C. Regulação Jurídica Constitucional da Liberdade de Expressão e a sua Concretização pelo Supremo Tribunal Federal: análise do caso Siegfried Ellwanger. In: BRITTES, J (org.). Saber militante: teoria e crítica nas políticas de comunicação do Brasil. São Paulo: Intercom, 2013.

POLÍTICAS PÚBLICAS DE INCLUSÃO NO ENSINO SUPERIOR

BÁRBARA MARIA DA COSTA
TATIANA OLIVETTO MARANHÃO BROETTO

A presente comunicação integra o projeto em rede "Acessibilidade no ensino superior: da análise das políticas públicas educacionais ao desenvolvimento de mídias instrumentais sobre deficiência e inclusão", financiado pela CAPES/OBEDUC e conta com a participação de alunos e professores de três universidades públicas brasileiras: UNESP, como proponente e as Universidades Federais de Santa Catarina e de Juiz de Fora, como colaboradoras. Acredita-se que a universidade, considerada um espaço democrático, deve contribuir para que todos possam ter uma plena inserção no ensino superior, inclusive as pessoas com deficiência. Esse pensamento despertou a necessidade da pesquisa desse quadro, visto que há documentos legais que garantem os direitos de acessibilidade e sua total execução, superando as dificuldades existentes que impedem tal fato. (CAMBRUZZI, R.; COSTA, M.; DENARI, F., 2013). A participação das proponentes no projeto em rede objetiva a investigação das normas e políticas públicas referentes à acessibilidade das pessoas com deficiência no ensino superior. Diante de algumas etapas já concluídas na pesquisa, o objetivo da fase em andamento é o levantamento bibliográfico relacionado à temática da acessibilidade e suas políticas públicas. Dessa forma, está sendo elaborado um banco de dados bibliográfico que será utilizado para a análise da efetividade das normativas já levantadas. O método utilizado inicialmente foi o documental, baseando-se na pesquisa e investigação das leis brasileiras referentes ao tema da acessibilidade. O levantamento foi feito no site <http://www4.planalto.gov.br/legislacao> através de palavras-chaves. A etapa atual constitui-se em um levantamento bibliográfico - de artigos do mesmo tema - feito nos sites <http://www.scielo.org/php/index.php>, http://www-periodicos-capes-gov-br.ez87.periodicos.capes.gov.br/index.php?option=com_phome e <http://portal.mec.gov.br/>, também através de palavras-chaves. Os artigos encontrados foram divididos em três áreas temáticas: inclusão, leis e rádio, facilitando a organização da bibliografia. Essas etapas resultarão em uma análise das normativas encontradas, através do método jurídico interpretativo em uma perspectiva histórica dogmática. Como resultado das pesquisas, foram selecionadas 13 leis ordinárias, seis dispositivos constitucionais e 12 artigos científicos relacionados à acessibilidade. Observa-se, assim, que há uma preocupação com o tema da inclusão, levando em conta a quantidade de leis que visam à garantia da acessibilidade e sua proteção. Essa mesma temática também chama a atenção de pesquisadores, já que durante o levantamento bibliográfico concluiu-se que há uma grande produção de artigos e debates na área. Nota-se a relevância da discussão e aprofundamento dessa questão social. O debate contribui para a desconstrução do preconceito e supostas limitações através da reflexão de que mudanças e cobranças dos direitos fundamentais são necessárias (SANTOS apud JESUS, D.; VIEIRA, A., 2011). No entanto, isso só será possível se o direito de ser diferente for pleno, sem julgamento e exclusão.

CAMBRUZZI, R.; COSTA, M.; DENARI, F. Acessibilidade de um cadeirante em uma instituição pública do ensino superior: rotas e rotinas. *Revista Educação Especial, Santa Maria*, v. 26. n. 46, maio/ago. 2013. Disponível em: <<http://www.ufsm.br/revistaeducacaoespecial>>. Acesso em 29 abr. 2014.

JESUS, D.; VIEIRA, A. Políticas e práticas inclusivas no ensino fundamental: das implicações nacionais às locais. *Educ. rev. Curitiba*, n. 41, set. 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-40602011000300007&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 29 abr. 2014.

CURSO PRÉ-VESTIBULAR GRATUITO 'PRIMEIRO DE MAIO'*BIANCA TEIXEIRA MORELLI*

O Curso Pré-Vestibular Gratuito Primeiro de Maio é um projeto de extensão universitária vinculado à Faculdade de Engenharia da Unesp - Campus Bauru e em 2014 completa 14 anos de desafios e resultados. Temos como missão auxiliar pessoas sem condições de custear um cursinho particular na difícil tarefa de ingressar na Universidade Pública, além de possibilitar o acréscimo profissional para os participantes (professores, funcionários e coordenação) de nosso projeto, que são em sua grande maioria, graduandos da Unesp.

Por meio do processo seletivo selecionamos 150 alunos, 50 no período da tarde e 100 no período da noite, que durante o ano em questão, contarão com as ferramentas necessárias para a aprovação nos vestibulares de Universidades Públicas. Entre essas ferramentas, disponibilizamos gratuitamente aulas diárias, material didático, acervo bibliotecário, acompanhamento pedagógico, orientação vocacional e atividades extra-curriculares que contribuem para a formação humana, cultural, política e científica de nossos alunos.

A equipe do Cursinho conta com sete bolsistas, que se dividem nas funções de auxiliares pedagógicos, auxiliares administrativos e assessoria de imprensa, os quais são responsáveis pela organização das aulas, atividades extras, processo seletivo. As aulas são ministradas por 24 professores graduandos, mestrando, doutorando e/ou com vasta experiência profissional.

A competência do nosso trabalho se concretiza nos resultados positivos aos fins dos vestibulares, sendo que no ano de 2013 aprovamos um total de 67 alunos em Universidades Públicas Estaduais e Federais e 49 em Faculdades Privadas, 37 destes conquistaram bolsa integral através do Programa Universidade para Todos, o PROUNI.

Cientes da necessidade de retribuir para a sociedade o dinheiro investido em nós, o Cursinho organiza bimestralmente Campanhas de Arrecadação entre os alunos com a finalidade de colaborar com as Instituições Filantrópicas da cidade.

Como um projeto de extensão universitária, procuramos sempre a valorização da instituição pública através do comprometimento ético com o investimento social do qual a universidade se vale. Dessa maneira, acreditamos que trabalhar com seriedade e empenho é uma forma pontual, mas simultaneamente objetiva e eficaz de promover a inclusão social através da educação.

BIBLIOGRAFIA

BACCHETTO, João Galvão, "Cursinhos Pré-vestibulares alternativos no município de São Paulo (1991-2000): A luta pela igualdade no acesso ao ensino superior". São Paulo. Janeiro/2003..

SANTOS, R. E. Pré-vestibulares populares: dilemas e desafios pedagógicos. In: CARVALHO, J. C. B.; ALVIM, H.; COSTA, R. Cursos pré-vestibulares comunitários espaços de mediações pedagógicas. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2005, v. 1, p. 188-204.

WHITAKER, D. C. A. Da "Invenção" do Vestibular aos Cursinhos Populares: um desafio para a Orientação Profissional. Revista Brasileira de Orientação Profissional. Vol.11, nº2 (289-297), Jul/Dez, 2010 (a).

COMUNICAÇÃO PÚBLICA DIGITAL E CIDADANIA: O DIREITO À INFORMAÇÃO NO PORTAL DA SECRETARIA DE POLÍTICAS PARA AS MULHERES

*BRUNA SILVESTRE INNOCENTI GIORGI
DANILO ROTHBERG*

A comunicação pública é um processo que se instaura entre o Estado, o governo e a sociedade com o propósito de informar para a construção da cidadania (BRANDÃO, 2007). Essa comunicação, quando tem o compromisso de privilegiar o interesse público, se torna relevante para a formação de novos espaços de debates (MATOS, 2007). Além disso, promove o estímulo à busca de conhecimentos sobre os direitos, desde como e quanto são gastos os recursos públicos, até a promoção da participação em decisões públicas (DUARTE, 2007). Os cidadãos não devem ser apenas receptores, mas participantes ativos (MATOS, 2011). Para ser disponível, transparente e proporcionar troca de informações entre cidadãos, a comunicação pública deve atender aos requisitos de prestação de serviços, oferecer informação significativa e proporcionar subsídios à participação política. Os portais eletrônicos de governo nos três níveis (federal, estadual e municipal) são encarregados da missão de informar de forma clara aspectos diversos das políticas públicas vigentes e futuras, em particular aquelas que se concentram no atendimento de direitos sociais. Este trabalho apresenta resultados iniciais de pesquisa de mestrado sobre a comunicação de 18 sites governamentais sobre políticas públicas das mulheres. A fase inicial consistiu em pesquisa exploratória com o objetivo de identificar critérios adequados para a análise de conteúdo dos recursos de informação disponíveis no portal da Secretaria de Políticas para as Mulheres (www.spm.gov.br). Os resultados iniciais indicam que, nas 23 seções do portal, nota-se a predominância de dados sobre o perfil institucional da secretaria e informação de prestação de serviços. Para que a informação seja de fato apropriada pela sociedade, o conhecimento de sua existência, disponibilidade, oportunidade, acesso e utilização de linguagem adequada são fatores imprescindíveis. Porém, mais que isso, a comunicação pública deve ser compreendida com sentido mais amplo do que oferecer informação. Informação, participação e a organização pela busca dos direitos são pretensões da comunicação pública. A pesquisa aponta a necessidade de a sociedade adquirir visibilidade como protagonista social na gestão e implantação de políticas públicas para as mulheres, sugerindo que o tema se revela adequado como objeto de estudo e discussão no âmbito da Comunicação e das Ciências Humanas.

Referências

- BRANDÃO, E. P. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge. Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007, p. 1-33.
- DUARTE, J. Comunicação Pública: Estado, governo, mercado e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.
- MATOS, H. Comunicação Pública, esfera pública e capital social In: DUARTE, Jorge. Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007, p. 47-58
- MATOS, H. A comunicação pública na perspectiva da teoria do reconhecimento. In: KUNSCH, Margarida (org.). Comunicação pública, sociedade e cidadania. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2011.

ESTRATÉGIAS NARRATIVAS NA ROTEIRIZAÇÃO DO SERIADO BATES MOTEL

BRUNO JARETA DE OLIVEIRA
OCTAVIO NASCIMENTO NETO

Os seriados televisivos têm potencial de criar fortes vínculos com um público por permitir a criação de paralelos dramáticos mais férteis (MURRAY, 2003, p. 239). Entender como estes universos ficcionais são criados é essencial para pesquisadores de linguagem audiovisual. Bates Motel, seriado norte americano que estreou em 2013, se passa em um universo inspirado no do filme Psicose, mas com a proposta de contar os acontecimentos anteriores àqueles do longa. Psicose (1960), consagrado suspense de Alfred Hitchcock, apresenta o personagem Norman Bates, que ao final da história revela-se um psicopata que assume a identidade da mãe, Norma, para cometer crimes no motel gerenciado por ele(s).

É meta desta pesquisa entender como Bates Motel consegue, através de estratégias narrativas, derivar um seriado de um filme, sem alterar a essência dos temas originais. Será utilizado o percurso gerativo de sentido da semiótica greimasiana para compreender a estrutura de ambos e identificar as estratégias utilizadas pelos roteiristas da série. O estudo pretende trazer contribuições para pesquisadores e produtores deste tipo de narrativa audiovisual.

Apesar de o filme ser contemporâneo ao seu lançamento, a série se passa nos dias atuais. Não se trata de uma refilmagem, mas sim de uma nova história inspirada no filme da década de 60. Por meio do filme, é possível supor como deve ter sido a relação entre Norma e Norman, e esta relação é o fio principal de Bates Motel. A série, portanto, não reconta necessariamente os acontecimentos do filme, mas parte destes pressupostos lógicos identificados pelo público. Uma suposição que pode ser criada baseada nesta premissa é que o final de um tende a ser o começo do outro. Os roteiristas têm o desafio de construir uma nova história que conquiste uma audiência que já conhece pelo menos um recorte futuro dos personagens.

Para entender a organização de uma narrativa é preciso conhecer primeiro seus participantes e o papel desempenhado por eles na história em análise (BARROS, 2005, p. 17). Eles sofrem transformações ao longo da trama, e cada um delas constitui um programa narrativo. Cada transformação de Norman no filme é um destes programas. O encadeamento de programas narrativos constitui um percurso narrativo. O filme traz, portanto, percursos narrativos de diferentes personagens, sendo o principal o de Norman Bates.

A estratégia identificada na construção da série é a de selecionar elementos da trama cinematográfica e explorá-los ou expandi-los em novos percursos narrativos, sem, no entanto, negar o que o público conhece do futuro da história por meio da obra de Hitchcock. Em um dos diálogos do filme, Norman justifica a falta de hóspedes alegando a construção de um desvio na rodovia. No início da série, Norma encontra um cartaz na cidade anunciando a construção do acesso rodoviário, e luta, ao longo dos episódios, para barrar esta construção. Um simples elemento do filme, portanto, deu origem a diferentes percursos narrativos na série, e apesar do público já saber que a rodovia será construída, a maneira como ela ocorre dá fôlego à narrativa, e abre espaço para a adição de tramas e personagens.

Pode-se concluir que Bates Motel, ao derivar percursos narrativos de elementos de Psicose, abre espaço para novas tramas, personagens e gêneros, e que ao respeitar os temas centrais do filme, não desagrada fãs e críticos ao trazer elementos aparentemente incompatíveis com um thriller situado na década de 60 - como a tecnologia dos dias atuais -, conseguindo com este recurso conquistar um público que não tenham visto a obra prima de Hitchcock, ao mesmo tempo em que dá aos fãs do filme aquilo que todo fã quer: mais conteúdo daquele universo ficcional.

BARROS, D. L. P. de. Teoria semiótica do texto. São Paulo: Ática, 2005.

FECHINE, Y. Montagem e remontagem na produção audiovisual de Guel Arraes. Galáxia, Brasil, v. 5, n. 9, 2007.

MURRAY, J. Hamlet no Holodeck. O futuro da narrativa no ciberespaço. São Paulo: Unesp, 2003.

CENSURA À LIBERDADE DE EXPRESSÃO NA MÍDIA IMPRESSA: RETROSPECTIVAS DO GOLPE E SITUAÇÃO ATUAL

CARLO JOSÉ NAPOLITANO

A presente comunicação é resultado e íntegra pesquisa em andamento denominada "A DIMENSÃO SOCIAL DA REGULAÇÃO DA LIBERDADE DE EXPRESSÃO DO PENSAMENTO: concretização pelo Supremo Tribunal Federal" que objetiva investigar a regulação jurídica do direito fundamental à liberdade de expressão do pensamento na perspectiva do Supremo Tribunal Federal, abordando os aspectos jurídicos e as dimensões e repercussões sociais decorrentes da regulação constitucional. A pesquisa considera que a atual constituição brasileira, de caráter substancial, estipula inúmeras finalidades, objetivos e valores que o Estado e a sociedade brasileira devem concretizar ou pelo menos almejar, sendo um desses valores a liberdade de expressão do pensamento, direito essencial para a consolidação da democracia e da cidadania. Considera ainda que ao judiciário e, em especial, ao Supremo Tribunal Federal, foi atribuído o papel de concretizador desses direitos e que a partir da década de 90 este órgão do judiciário brasileiro passou a exercer um papel de centralidade nas decisões políticas, além obviamente de exercer a sua precípua função de guardião da constituição. Para atender o escopo do projeto de pesquisa estão sendo investigadas a regulação constitucional da liberdade de expressão do pensamento, em pesquisa teórica bibliográfica, e a interpretação jurídica e, conseqüente, concretização desse direito pelo Supremo Tribunal Federal, pelo intermédio da análise de julgados proferidos por essa corte em ações constitucionais referentes a esse direito fundamental. Parte a pesquisa de alguns pressupostos: que a atual Constituição brasileira, de 05 de outubro de 1988, tem caráter substancial, programática, dirigente, tendo em vista que ela estipula inúmeras finalidades, objetivos e valores que o Estado e a sociedade brasileira devem concretizar ou pelo menos almejar. Sendo um desses valores substantivos almejados no processo constituinte à proteção e a concretização dos direitos fundamentais; que a liberdade de expressão do pensamento é um nítido direito fundamental e assim deve ser compreendido, aplicando-se a teoria dos direitos fundamentais na interpretação e aplicação desse direito; que os direitos fundamentais já estão reconhecidos nos ordenamentos jurídicos e nas declarações de direitos internacionais, no entanto, precisam ser concretizados / efetivados; que a Constituição de 88 atribui ao Judiciário o papel de garantidor e efetivador dos direitos fundamentais. A pesquisa então visa investigar a regulação constitucional e legal da liberdade de expressão do pensamento e a sua concretização / efetivação pelo Supremo Tribunal Federal, objetivando, nos dois casos, identificar as dimensões e os impactos sociais da regulação da liberdade de expressão do pensamento. Especificamente esta comunicação objetiva apresentar e analisar as restrições legais à liberdade de expressão no período militar, bem como analisar as restrições atuais impostas aos meios de comunicação impressos. A comunicação está assim estruturada: análise das relações entre democracia e liberdade de expressão, considerando-se essa como um direito fundamental que qualquer pessoa tem de exteriorizar, sob qualquer forma, o que pensa sobre qualquer assunto, estando a liberdade de informação intimamente ligada a democracia (CF. SILVA, J., 2010; FISS, 2005, SANKIEVICZ, 2011); Análise dos marcos legais de restrição à liberdade de expressão do pensamento (SILVA, C. 2010); Censura aos meios impressos nos dias atuais: censura judicial e censura privada, especificamente, os casos das biografias não autorizadas.

FISS, O. M. A ironia da liberdade de expressão: estado, regulação e diversidade na esfera pública. Rio de Janeiro: Renovar, 2005.

SANKIEVICZ, A. Liberdade de expressão e pluralismo. Perspectivas de regulação. São Paulo: Saraiva, 2011.

SILVA, J. A. Curso de direito constitucional positivo. 33 ed. São Paulo: Malheiros, 2010.

SILVA, C. E. L. da. Censura judicial à imprensa no Brasil: autorregulação e maturidade democrática. São Paulo, Ensaios do Instituto de Estudos Econômicos e Internacionais, n. 06, ago. 2010.

STUDIUM E PUNCTUM NO REINO DA OBJETIVIDADE E SUBJETIVIDADE: UMA ANÁLISE DA PRODUÇÃO DE SENTIDO NAS IMAGENS DE DOMÍCIO PINHEIRO

CARLOS ALBERTO GARCIA BIERNATH
KELLY DE CONTI RODRIGUES
ELIZA BACHEGA CASADEI

1) Breve descrição da pesquisa: As imagens trazem consigo inúmeros significados através dos personagens, pessoas reais, paisagens ou objetos (re)tratados nas fotografias. Essa simbologia nas fotos podem nos trazer diferentes emoções, interpretações e sensações, dependendo, claro, da carga ideológica de cada um.

2) Objetivos: Este trabalho visa estudar e interpretar sentidos em imagens do fotógrafo Domício Pinheiro, à luz dos ensinamentos de Roland Barthes contidos no livro "A câmara clara" (1980), como os conceitos de "studium" e "punctum".

3) Material e métodos: Utilizamos a pesquisa bibliográfica e documental e a revisão de literatura como métodos-guia. Entre os principais autores utilizados como referência neste estudo, a respeito da história e linguagem do fotojornalismo esportivo, estão o português Jorge Pedro Sousa e o francês Roland Barthes.

4) Resultados e discussões: Apresentados por Roland Barthes no livro "A câmara clara", os conceitos de "studium" e "punctum" explicam as interpretações objetivas e subjetivas do espectador quando em contato com a fotografia. Studium é uma característica pregnante na fotografia e que ajuda a entendê-la pelo "Spectator" (como Barthes denomina o receptor). "É o studium, que não quer dizer, pelo menos de imediato, 'estudo', mas a aplicação a uma coisa, o gosto por alguém, uma espécie de investimento geral, adoroso, é verdade, mas sem acuidade particular" (1984, p. 45). O punctum diz respeito ao elemento subjetivo da fotografia. Trata-se daquilo que é "pessoal e intransferível" na visão do 'Espectador', uma vez que poderá ser visto por um, mas não por outro. "É ele (o punctum) que parte da cena, como uma flecha, e vem me transpassar" (1984, p. 46). Estes elementos tornam-se fulcrais no estudo da produção de sentido em fotografias.

Assim, com a modernização dos equipamentos eletrônicos, determinadas técnicas da fotografia passaram a ser adotadas pelos profissionais, o que também influenciou a linguagem e, conseqüentemente, a produção de sentido. Em décadas longínquas do século passado, para captar uma imagem como a de uma fratura no exato momento em que ocorrera, por exemplo, era preciso uma dose de perspicácia e técnica. Tais características eram inerentes nas fotografias do brasileiro Domício Pinheiro. Esse fotógrafo cobriu três Copas do Mundo - 1970, 1978 e 1986 - e ficou conhecido como "fotógrafo do Pelé", por cobrir um grande número de jogos do ex-atleta do Santos.

Um exemplo de fotografia 'marcante' produzida por Domício mostra Pelé enquadrado em um plano médio e circundado por uma tuba, dando a impressão de ser uma espécie de auréola que envolve sua cabeça, à primeira vista: aqui temos o studium da fotografia. Em uma análise cuidadosa dessa foto, podemos observar a intenção de centrar seu foco no jogador, deixando a banda - que estava no fundo da imagem e tocava o hino nacional antes de um jogo da seleção brasileira - quase imperceptível; neste 'outro' olhar, depreendemos o punctum, que mostra a visão particular do espectador, intrínseca à sua cultura e visão pessoal e intransferível: Pelé seria, talvez, mais importante que o hino nacional, sendo ele a grande estrela da fotografia.

5) Considerações finais: Analisar as fotos de Domício Pinheiro é como aventurar-se em campos de manifestação política ou estádios de futebol e descobrir cantos e ângulos que não pareciam perceptíveis a uma simples visão superficial de um espectador desatento. Com base nos conceitos apresentados por Barthes, estudamos algumas das principais imagens do fotógrafo brasileiro e depreendemos elementos que vão muito além do studium, pois suas artes fotográficas nos "pungem", nos "atingem" e nos "transpassam" como se fossem uma perfeita representação do conceito de punctum apresentado por Roland Barthes.

6) Referência bibliográfica:

BARTHES, Roland. A câmara clara: nota sobre a fotografia. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

SOUSA, J. P. Elementos de jornalismo impresso. Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação, 2001.

_____. Fotojornalismo: introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.

EXPLODE CORAÇÃO OU CONFUSÃO: UMA ANÁLISE DA REVISTA CARTA CAPITAL SOBRE A COPA DO MUNDO DE FUTEBOL DE 2014*CAROLINE GARCIA CAFFO**JOSÉ CARLOS MARQUES*

Descrição da Pesquisa: A presente pesquisa tem como base o estudo da Copa do Mundo como uma fonte de "identidade social". Atualmente o Brasil passa por grandes mudanças e se apresenta como um país em situação emergente e que presencia várias manifestações em diversas cidades, além disso, será sede de um megaevento esportivo em 2014, a Copa do Mundo de Futebol organizada pela Federação Internacional de Futebol Associado - FIFA. Vale lembrar que eventos deste porte têm a perspectiva de ser uma grande oportunidade para investimentos em melhorias na infraestrutura do país, além de ter as atenções de países estrangeiros voltadas para o país sede. Entretanto, os megaeventos não se resumem apenas em entretenimento e fatores econômicos. Segundo Roberto da Matta (1982): "o futebol seria popular no Brasil porque permite expressar uma série de problemas nacionais, alternando percepção e elaboração intelectual com emoções e sentimentos concretamente sentidos e vividos".

O objetivo da pesquisa é verificar as características atribuídas a este megaevento esportivo, considerando a noção de brasilidade, além de identificar as abordagens e peculiaridades no processo discursivo das capas e reportagens na revista semanal brasileira "Carta Capital".

Material e Métodos: O objeto de análise é a Revista Carta Capital. A metodologia utilizada é predominantemente qualitativa e baseia-se na Análise do Discurso. Para o trabalho de análise e identificação de pontos relevantes nas revistas foi selecionada a edição 780 da Revista Carta Capital da Editora Confiança, considerando a grande importância e influência desse meio de comunicação. De acordo com o site oficial da editora, a tiragem da revista é de 65 mil exemplares semanais e atinge uma audiência de mais de 230 mil leitores, além disso, estima-se que o público leitor é constituído por pessoas que gostam de conhecer a verdade dos fatos e buscam pontos de vistas e opiniões diferenciados do mercado. A edição 780 da revista Carta Capital foi veiculada no dia 25 de Dezembro de 2013, foi a única com a capa sobre futebol e a Copa do Mundo de 2014, (considerando o período de Janeiro de 2013 até Abril de 2014). A capa possui o título "Balbúrdia no país da Copa", e o seguinte subtítulo "A seis meses do mundial, o futebol brasileiro exhibe os seus piores vícios".

Resultado e Discussões: A reportagem de capa teve no total seis páginas no interior da revista, com conteúdo variado, desde a briga de torcidas brasileiras, insatisfação dos atletas até o atraso nas obras da Copa. Na edição também houve o texto semanal sobre o assunto do colunista "Afonso Celso Garcia Reis, médico e ex-jogador de futebol). Além disso, a capa possui uma ilustração de uma bola de futebol tradicional metaforicamente representando uma bomba com o pavio aceso, criando sentidos negativos para a realização do Mundial no Brasil, e também para o universo futebolístico, já que falta no país uma cultura do "fair play", já que há constantes brigas de torcidas, má gestão dos clubes e dos campeonatos.

Considerações Finais: O estudo busca verificar características atribuídas à Copa do Mundo de 2014 e ao futebol Brasileiro pela Revista Carta Capital, considerando o seu posicionamento no mercado. Além de identificar peculiaridades como, por exemplo, a veiculação de apenas uma capa sobre o evento, mas com um sentido negativo da realização do Mundial no Brasil, além disso as matérias sobre esportes se resumem praticamente a um artigo de opinião de um colunista, o que demonstra que o veículo de comunicação faz um tratamento pouco eufórico sobre a realização do mundial no país, apesar de veicular propaganda governamental incentivando a participação e o envolvimento dos brasileiros na Copa.

As Referências bibliográficas da análise será baseada em estudiosos como Da Matta, (Universo do futebol – esporte e sociedade brasileira. Rio de Janeiro, Pinakotheke, 1982); Franco Júnior, (A dança dos deuses: futebol, sociedade, cultura. São Paulo: Companhia das Letras, 2007); Orlandi, (Discurso e texto: formulação e circulação dos sentidos. Campinas, Pontes, 2001). Wisnik, (Veneno remédio: o futebol e o Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 2008) e Traquina (Teorias do jornalismo. Vol. 1. Florianópolis: Insular, 2004).

CENSURA E AUTORITARISMO: A ATUAÇÃO DA IMPRENSA ALTERNATIVA NO REGIME MILITAR.

CAROLINE GONÇALVES TAVEIRA

1-Breve Descrição da Pesquisa:

O presente trabalho é parte da pesquisa desenvolvida no Mestrado sobre a abordagem do Imprensa Alternativa Bundas no final dos anos 90, que teve como base teórica o estudo da Imprensa Alternativa nos anos do Regime Militar.

Buscando dar um novo viés à política brasileira nos anos de 1964 a 1985, surgiram grupos de oposição ao Regime Militar, dos quais faziam parte artistas, músicos e jornalistas que tinham como intuito expressar suas aspirações e sua indignação em relação à política autoritária exercida pelos governos militares. Kucinski (2003) destaca que foi por meio da mídia que muitos desses anseios foram expressos, surgindo então a imprensa alternativa, que tinha por finalidade contestar e desmascarar um sistema que se dizia democrático quando, na verdade, não passava de um regime autoritário. Diante do exposto, o trabalho a seguir propõe mostrar as diversas formas de manifestação da Imprensa Alternativa no período militar, destacando a sua forma de atuação e como esta veio a contribuir com a derrubada do Regime.

2-Objetivos:

O principal objetivo do trabalho é evidenciar as formas de atuação da Imprensa Alternativa no Regime Militar e como esta veio a contribuir com a derrubada deste.

Diante da censura imposta no período, os meios de comunicação se viram obrigados a divulgar somente àquilo que fosse a favor dos militares, fato que fez com que surgissem impressos combatentes a censura, os chamados Alternativos. Mediante a este fato o objetivo do trabalho será mostrar como esta imprensa buscou burlar a censura imposta pelo governo, como era sua forma de atuação, e por fim que recursos foram utilizados nesses impressos que levou a serem caracterizados como alternativos.

3-Material e Métodos:

A forma de análise do trabalho em questão se debruça sobre a análise de impressos alternativos que circularam na época do Regime Militar, como: Pasquim, Opinião e Movimento. Além da análise de estudiosos na área, como Kucinski (2003); Millor (1987); Kushnir (2004); Marconi (1980); Chinem (1995), dentre outros que se destacaram por mostrar a atuação do imprensa alternativa no período.

4- Resultados e Discussões:

A imprensa alternativa teve grande destaque nos anos 70, devido ao período histórico de repressão e intensa busca por representação e direitos. Esta imprensa de oposição abriu portas para novas formas de se exercer o jornalismo, não ficando apenas os grandes veículos de informação com o poder da palavra.

As ilustrações com charges, cartuns, e o emprego do humor, foi o recurso utilizado para que a informação se tornasse mais atrativa, e se tornou o principal meio para se transmitir o que era censurado, possibilitando que a informação chegasse a um maior número de pessoas com o intuito de "desmascarar" o Regime mostrando sua verdadeira forma de atuação.

5- Considerações Finais:

Conclui-se que foi através da Imprensa Alternativa que os meios de comunicação tiveram a chance de mostrar o que pensavam, denunciando, mesmo que de maneira discreta, a forma com que foi conduzida a política no período. Os Alternativos foi a reação da imprensa contra o Regime Militar, acarretando uma série de ataques a bomba em redações, prisões e até torturas dos envolvidos.

A busca era por uma linguagem acessível, sem muita formalidade, o intuito era transmitir o que não era transmitido pelos grandes veículos de comunicação, graças à censura e repressão. A atuação desses alternativos nos final dos anos 60 contribui para que mesmo em período democrático surgissem novas formas e padrões no jornalismo, não ficando apenas a grande imprensa com o poder da palavra.

6- Referências:

ABRAMO, Perseu. Imprensa Alternativa: alcance e limites. Revista Tempo e Presença, nº. 233, agosto de 1988. Boletim Periscópio Internacional.

AQUINO, Maria Aparecida de. Censura, Imprensa e Estado Autoritário (1968-1978): o exercício cotidiano da dominação e da resistência, o Estado de São Paulo e Movimento. Bauru: EDUSC, 1999.

CHINEM, Rivaldo. Imprensa alternativa: Jornalismo de oposição e inovação. São Paulo: Ática, 1995.

DOWNING, John D. H. Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais. São Paulo: Senac, 2002.

FERNANDES, Millôr. Imprensa Alternativa & Literatura - os Anos de Resistência. Centro de Imprensa Alternativa e Cultura Popular. Rio de Janeiro: RioArte, 1987.

KUCINSKI, Bernardo. Jornalistas e revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa. Edições de 1991 e 2003.

KUSHNIR, Beatriz. Cães de guarda: jornalistas e censores, do AI-5 à Constituição de 1998. São Paulo: Boitempo, 2004.

MARCONI, Paolo. A censura política na imprensa brasileira (1968-1978). São Paulo: Global editora, 1980.

OS EDITORIAIS DA FOLHA DE S. PAULO E ESTADO DE S.PAULO CINQUENTA ANOS DEPOIS - DE 1964 A 2014

CÉLIO JOSÉ LOSNAK

A comunicação parte de uma pesquisa sobre o posicionamento de jornais no período pré e pós-golpe de 1964. Em abordagem histórica visando ao desvendamento das forças políticas em jogo na produção midiática daquele ano, e contribuindo para o conhecimento em torno da história da imprensa e do jornalismo brasileiro, o trabalho com jornais do interior de São Paulo apontam para o posicionamento similar ao dominante na grande imprensa, a campanha de desestabilização do governo de João Goulart, a conclamação a um golpe para afastar os riscos do comunismo no país, e, embora ocorra diferentes matizes e minoritária posição contrastante. Um contraponto à compreensão do passado é a observação da trajetória dos veículos até o presente. Para esta apresentação foram escolhidas o discurso institucional da Folha de S. Paulo e do Estado de S. Paulo no ano de 2014. Mapeando o posicionamento editorial dos dois jornais nas datas comemorativas 31 de março a cada dez anos (1964, 1974, 1984, 2004, 2014) é possível perceber ligeiras modificações a partir de 1984 e um gradativo distanciamento entre os dois veículos. Os debates recentes propiciados por maior acesso aos arquivos, pelas campanhas em torno da memória e da verdade e das Comissões da Verdade demandaram posicionamentos mais claros da mídia brasileira sobre os vínculos com o golpe e a ditadura e, em alguns casos, pedidos de desculpas. Entretanto, ao analisar o editorial dos dois jornais paulistas de 2014, os liames com o passado são revelados. A Folha de S. Paulo afirma ter sido um equívoco político o golpe, teria sido um erro optar pela alternativa violenta de resolução dos problemas políticos, mas pondera que a ação do jornal se devia ao contexto histórico, o apoio à ditadura se daria pelas condições "adversas e angustiosas", muito diferentes das de hoje. Em outra perspectiva, O Estado de S. Paulo mantém a coerência afirmando que o golpe era necessário para barrar o processo de comunicação liderado por Goulart e conduzido pelas esquerdas. O problema, segundo a argumentação, teria ocorrido posteriormente, com o desvirtuamento dos princípios originais da revolução com o AI-2 em 1965, momento em que os civis foram afastados do poder e os militares passaram a dominar o Estado. Nesses dois exemplos, um jornal mantém por cinco décadas o argumento do conservadorismo político, o outro mantém o oportunismo e a fluidez de adaptar melhor às tendências dominantes do momento, ambos representativos de perspectivas políticas diferentes.

Bibliografia

- AQUINO, M. A. de. Censura, Imprensa e Estado autoritário (1968-1978): o exercício cotidiano, da dominação e da resistência: O Estado de São Paulo e Movimento. Bauru: EDUSC, 1999.
- BANDEIRA, Luiz Alberto Moniz. O Governo João Goulart: As lutas sociais no Brasil, 1961-1964. 7.ed. Rio de Janeiro/Brasília: Revan/Edit. UNB, 2001.
- CHAMMAS, E. Z. O Correio da Manhã no golpe de 1964: impasses e dilemas na relação com os militares. In: Anais do XXVI Simpósio Nacional de História – ANPUH • São Paulo, julho 2011.
- LOSNAK, Célio José. Ardis da memória: vieses da trajetória política de O Estado e S. Paulo no pós-64. In: CARDOSO, Clodoaldo Meneguello. (Org.). Humanidades em Comunicação: um diálogo multidisciplinar. Bauru: UNESP/Faac; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2005.
- SMITH, Anne-Marie. Um Acordo Forçado: o consentimento da imprensa à censura no Brasil. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2000.
- SILVA, J. M. 1964. Golpe Midiático-civil-militar. Porto Alegre: Sulina, 2014.
- SOUZA, Jorge Pedro. Teorias da Notícia e do Jornalismo. Chapecó: Editora Argos; Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2002.
- TRAQUINA, Nelson. Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são. Volume 1. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.

INTERAÇÃO ENTRE GOVERNOS E CIDADÃOS ATRAVÉS DO FACEBOOK: UMA ANÁLISE DAS FANPAGES DOS GOVERNOS DOS ESTADOS DE SÃO PAULO E RIO DE JANEIRO

CHRISTIANE DELMONDES VERSUTI
MAXIMILIANO MARTIM VICENTE

O trabalho procura fazer uma breve avaliação das fanpages dos governos dos estados de São Paulo e Rio de Janeiro a fim de saber como são geridas e como se dá a participação dos usuários seguidores dessas páginas. As fanpages foram analisadas considerando o período de uma semana (de 6 a 12 de janeiro de 2014). Foi determinado um período de sete dias, pois é o tempo que a própria plataforma do Facebook utiliza para emitir relatórios sobre as fanpages, através do Facebook Insights.

Para cada uma delas foram tiradas print screens (fotos da tela) das postagens e dos comentários, começando as prints sete dias após a última publicação do dia 12, atribuindo um tempo hábil à moderação das fanpages para avaliação de comentários e formulação de respostas aos usuários. Terminadas as prints, cada uma delas foi analisada e resumida em forma de texto, identificando o tema abordado; o uso ou não uso de tags (#); quantidade de likes; quantidade de comentários; quantidade de compartilhamentos; número de perguntas feitas pelos usuários; número de respostas dadas pela moderação; presença imagens e vídeos nas postagens e presença de links para outros sites com informações complementares. Após tal identificação, transportamos os dados para planilhas de Excel, no qual geramos tabelas e gráficos a fim de possibilitar melhor visualização e compreensão dos dados. De forma geral, as fanpages destacadas representam o conceito de democracia digital (Gomes, 2011), pois demonstram a utilização de dispositivos, aplicativos e ferramentas de tecnologias digitais de comunicação que buscam complementar práticas políticas e sociais entre Estado e cidadãos em benefício da democracia e da participação em assuntos políticos. A que apresenta maior qualidade de participação e de diálogo com o usuário pela moderação é a do Rio de Janeiro, pois os usuários de fato discutem sobre os assuntos publicados e a moderação apresenta feedback aos questionamentos. Tal fanpage exemplifica a noção de esfera pública virtual (Habermas, 2003; Marques, 2006; Rothberg, 2008), pois se caracteriza como um espaço comum, através da internet, no qual ocorre o diálogo entre os cidadãos sobre assuntos de interesse público, favorecendo também a troca de experiências e conteúdos. Em termos de participação, ela é mais presente na fanpage do Rio de Janeiro do que na de São Paulo, e a do Rio de Janeiro é a que mais responde aos questionamentos dos interagentes. Ainda sobre essa questão, a falta de participação sobre determinado tema deve ser analisada pelos moderadores das fanpages a fim de identificar as falhas e elaborar soluções que estimulem o engajamento dos usuários, porém, deve-se questionar se as pessoas realmente têm interesse nesse tipo de participação e se os próprios governos têm interesse em aperfeiçoar a utilização dessas plataformas para o diálogo com os cidadãos.

Enfim, analisadas as fanpages, verifica-se que as TICs possuem grande potencialidade para promover a participação e o debate político, no entanto, elas ainda são subutilizadas tanto por parte de seus gestores como por parte dos cidadãos. Deve-se considerar, contudo, que funcionando bem ou mal, tais tecnologias abrem novos espaços para a exposição de opiniões e diálogo entre cidadãos e governos, que podem ser aperfeiçoados por meio de pesquisas e pelo empenho de governos e profissionais capacitados e interessados em promover o engajamento na conversação e participação política.

GOMES, W. Participação Política Online: Questões e hipóteses de trabalho. In: MAIA, R. C. M.; GOMES, W; MARQUES, F. P. J. A. Internet e participação política no Brasil. Porto Alegre: Sulina, 2011

HABERMAS, J. Direito e democracia: entre faticidade e validade. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

MARQUES, F. P. J. A. Debates políticos na internet: a perspectiva da conversação civil. Opinião Pública, v. 12, n. 1, pp. 164-187, 2006.

ROTHBERG, Danilo. Por uma agenda de pesquisa em democracia eletrônica. Opinião Pública, Campinas, vol. 14, nº. 1, junho, 2008.

O QUE NOS DIZEM AS CHARGES SOBRE O GOVERNO DILMA ROUSSEFF?*CRISTIANE DOS SANTOS PARNAIBA**MARIA CRISTINA GOBBI*

O presente trabalho corresponde a um trecho da etapa analítica da pesquisa de mestrado, em desenvolvimento no programa de pós-graduação em Comunicação da UNESP, intitulada "Demochargia? O mandato de Dilma Rousseff pelas charges jornalísticas", cujo objetivo principal é verificar de que forma o primeiro ano de mandato da presidente Dilma foi representado nas charges de cinco jornais brasileiros – sendo que no caso desta apresentação o corpus foi constituído das charges publicadas no Jornal Folha de S. Paulo e no Jornal do Commercio (PE). Para tanto, além de uma revisão bibliográfica de conceitos e períodos históricos pertinentes ao tema, foi feita uma análise de conteúdo do material coletado.

Bobbio (2000, p. 386) traz a definição da democracia como "poder em público", ou seja, aquele que se faz visível aos cidadãos. Nas democracias antigas, diretas, tal visibilidade se dava quando os cidadãos eram convidados a participar das sessões do parlamento diretamente; já nas democracias modernas, representativas, ela se dá "[...] com a publicidade das sessões do parlamento, com a formação de uma opinião pública através do exercício de liberdade de imprensa, com a solicitação dirigida aos líderes políticos de que façam suas declarações através dos meios de comunicação de massa" (BOBBIO, 2000 p. 387).

Assim, os meios de comunicação e em especial o jornalismo, assumem, nas democracias modernas, um papel fundamental. Alguns autores, como Marques de Melo (2003, p. 65), adotam uma divisão na qual cada ferramenta do produto jornal exerce uma função diferente, sendo a charge, nesta categoria, considerada um membro da ala opinativa do jornal.

A charge é responsável não por contar uma notícia, mas por expor um ponto de vista acerca de um fato (CARUSO, 1984, p. 15), assumindo ainda o papel de diferenciar uma publicação de outra, conferindo-lhe identidade, e sendo, portanto, uma espécie de "editorial gráfico do jornal" (MARINGONI, 1996, p. 85-86). Além disso, o riso provocado pelo humor contido na charge pode ser visto como um "[...] gesto social, que ressalta e reprime certo desvio especial dos homens e dos acontecimentos" (BERGSON, 1980, p. 50).

Porém, sabemos que informação e opinião não são excludentes, pelo menos no que tange ao jornalismo. E isso foi possível notar com a análise de conteúdo das charges publicadas no Jornal do Commercio (PE) e na Folha de S. Paulo no primeiro ano do governo Dilma Rousseff. O material analisado proporcionou certa retrospectiva do período, informando o que nele aconteceu. Porém, essa retrospectiva foi limitada às opiniões contidas no material analisado, o que evidenciou o papel opinativo da charge, mas abriu espaço para a discussão sobre sua capacidade de sugerir informações.

Palavras-chave: Charge jornalística; Dilma Rousseff; Folha de S. Paulo; Jornal do Commercio (PE); Democracia.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70, 1977.

BERGSON, Henry. O riso: ensaio sobre a significação do cômico. Rio de Janeiro: Zahar, 1980.

BOBBIO, Norberto. Teoria geral da política: a filosofia política e as lições dos clássicos. Rio de Janeiro: Elsevier, 2000.

CARUSO, Chico. Não tenho palavras. São Paulo: Circo Editorial, 1984.

MARINGONI, Gilberto. Humor da Charge política no jornal. In: Comunicação & Educação, São Paulo, v. 7, p. 85-91, 1996.

MARQUES DE MELO, José. Jornalismo opinativo. Campos do Jordão: Editora Mantiqueira, 2003.

TV DIGITAL - NOVAS DEMANDAS PROFISSIONAIS PARA PRODUÇÃO DE AUDIOVISUAIS EDUCATIVOS*CYNTHIA NEVES BLASQUES MARTINS*

O objetivo deste trabalho é estudar uma importante demanda advinda com a digitalização da televisão: a necessidade de profissionais capacitados para atender o mercado de produção de conteúdos educativos especificamente para ambientes digitais. Para isso, lançamos mão de uma metodologia exploratória e qualitativa, baseada em pesquisa bibliográfica.

Este novo padrão convergente de mídias reverte a novas possibilidades de conteúdos educacionais, de acordo com os interesses do telespectador. Conceitos como t-learning e edutretenimento estão sendo estudados como possíveis estratégias de melhoria para os processos de ensino e aprendizagem em ambientes digitais (AMÉRICO, 2010; BIZELLI; SANTOS, 2011, ARONCHI, 2011).

Estudos apontam para a necessidade de um novo perfil de profissionais que atenderão de maneira específica esta nova maneira de ver e fazer televisão (CPqD, 2006; MÉDOLA, 2009; SENAI, 2008). Esses trabalhos destacam que o grupo que reúne as atividades de produção de conteúdos para a TV digital é um dos que concentra a maior demanda por um perfil profissional novo, ainda não formado em escolas técnicas, universidades ou cursos de aperfeiçoamento.

Sendo assim, estes profissionais deverão conhecer, por exemplo, as potencialidades e limitações do middleware Ginga para desenvolver soluções de linguagem e formatos para os conteúdos audiovisuais. Também terão que ter um conhecimento mais ampliado dos fluxos de produção, como afirma o estudo de Belda (2009, p. 62).

Os resultados desta pesquisa convergem para a necessidade de equipes multidisciplinares de produção de conteúdos educativos que envolvam profissionais das áreas de tecnologia, conteúdo, publicidade e marketing, cujos conhecimentos específicos sejam compartilhados a fim de alcançar objetivos técnicos, pedagógicos e sociais perante um novo perfil de público que a televisão digital brasileira poderá beneficiar. Além disso, podemos considerar conclusiva a necessidade de ampliação das pesquisas na área de educação assistida pela TV digital para que as diretrizes do SBTVD sejam cumpridas.

Referências

AMÉRICO, M. A Produção de Conteúdos Audiovisuais Educacionais Interativos para TV Digital. Anais do INTERCOM 2007 - XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Santos – 29 de agosto a 2 de setembro de 2007, Santos – SP. Disponível em:

<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0813-1.pdf>. Acesso em: 17 de fev. 2014.

ARONCHI, J. C. Debates: Televisão, Gêneros e Linguagens. Boletim ed.10. Ministério da Educação, jun 2006.

BELDA, Francisco Rolfsen. Um Modelo Estrutural de Conteúdos para Televisão Digital Interativa. Tese de Doutorado. Orientador: Prof. Dr. Edson Walmir Cazarini. Área de Concentração: Gestão do Conhecimento e Tecnologia de Informação. Departamento de Engenharia de Produção, Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, 2009.

BIZELLI; SANTOS. O papel dos games na construção de conteúdos midiáticos educativos. Caxias do Sul: Conexão: Comunicação e Cultura, v. 10, n. 20, jul/dez, 2011.

CPqD - Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Telecomunicações. Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre - Plano de Capacitação – Necessidade de formação de recursos humanos no contexto da implantação de TV digital terrestre no Brasil. Campinas, 2006.

_____. Cadeia de valor da TV Digital. Campinas, 2005.

MÉDOLA, A. S. L. D. Televisão digital brasileira e os novos processos de produção de conteúdos: os desafios para o comunicador. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação – ECompós, v.12, n.3. Brasília, set./dez. 2009.

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM INDUSTRIAL. Departamento Nacional. Impactos ocupacionais e educacionais da TV digital no Brasil. Brasília, SENAI/DN, 2008.

JORNALISMO CIDADÃO NA INTERNET: PRÁTICAS NO STORIFY..

*DANIELE FERREIRA SERIDÓRIO
CAROLINE KRAUS LUVIZOTTO*

No contexto do desenvolvimento de plataformas digitais para a produção de conteúdo jornalístico, surge o Storify, ferramenta que se apresenta como um meio de construção de histórias a partir do enlaçamento de discursos proferidos na Internet. O Storify existe no ciberespaço como um ambiente que possibilita práticas de jornalismo cidadão e a interação entre emissor e receptor. Todavia, na medida em que grandes corporações publicam nesta plataforma, elas podem acabar utilizando estas ferramentas de modo a prevalecer opiniões e visões únicas do fato. Sendo assim, as potencialidades do Storify não estariam sendo utilizadas de maneira correta, criando um simulacro de participação na construção dos textos. Esta pesquisa objetiva descrever os potenciais de produção de jornalismo cidadão na internet tomando como recorte três páginas no Storify, da rede NBC, do jornal Washington Post e da Revista Veja. Para isto, será utilizada a metodologia de análise de conteúdo em um corpo amostral de 30 textos, sendo 10 de cada veículo escolhido para o estudo, a partir de três categorias: temas mais recorrentes, uso de fontes e construção da cidadania. . Essas categorias permitirão concluir a respeito do grau de pluralidades das notícias e se o Storify, nestes casos, é utilizado como uma ferramenta de jornalismo cidadão ou se somente representa mais um portão para a informação, como o gatekeeper. O estudo irá se fundamentar teoricamente nos conceitos de jornalismo cidadão, inteligência coletiva, cibercultura, cultura da convergência e teorias da comunicação. A pesquisa encontra-se em fase inicial de desenvolvimento, por isso, ainda não é possível concluir a respeito dos dados e categorias de análise, contudo, já foi percebido que a maior parte do conteúdo no Sotrify está em inglês, assim como pesquisa que já utilizaram este site como objeto de análise, por isso, este trabalho se torna relevante por ser pioneiro na comunidade científica lusófona. Por fim, a divulgação do conhecimento produzido a respeito das possibilidades do Storify pode incentivar a utilização desta plataforma por mais meios de comunicação e, principalmente, por cidadãos brasileiros, e tendo em vista que o acesso democrático à informação plural e transparente é essencial para o exercício pleno da cidadania.

COMUNICAÇÃO PÚBLICA, DEMOCRACIA DIGITAL E ECOLOGIA: A QUALIDADE DA INFORMAÇÃO SOBRE SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL NOS PORTAIS ELETRÔNICOS DE GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO E DO MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE

DANILO ROTHBERG
AMANDA MELO LIMA
CAROLINA ITO MESSIAS

À medida que os portais eletrônicos de governo tornam-se mais sofisticados e abrangentes, avança a pesquisa científica que busca conhecer suas qualidades, diferenciais e insuficiências (FARIA, 2012; MAIA, GOMES & MARQUES, 2011). A rápida evolução de conceitos e práticas de governo eletrônico e democracia digital impõe a formulação de investigações que verifiquem a ocorrência de novos desdobramentos ainda pouco conhecidos. Em especial no campo da Comunicação, existem questionamentos a respeito do atendimento do direito à informação pelos portais eletrônicos de governo, em particular em relação ao compromisso da gestão pública com o desenvolvimento sustentável (ROTHBERG, NAPOLITANO & RESENDE, 2013).

Este trabalho apresenta resultados parciais de pesquisa que busca identificar a potencial contribuição da comunicação pública digital sobre meio ambiente e sustentabilidade à afirmação da cidadania, considerada em sua dimensão de exercício do direito à informação.

A amostra selecionada para análise de conteúdo é composta pela informação disponível nos portais eletrônicos da Secretaria do Meio Ambiente do Estado de São Paulo e do Ministério do Meio Ambiente. Os dados são analisados de acordo com 20 categorias de avaliação: condições sociais; condições econômicas; cenário político; estágio de desenvolvimento científico e tecnológico; informações legais; objetivos; metas; recursos e critérios de eficiência; ações; informações operacionais, parcerias e convênios; prevenção de riscos; recursos de gestão; públicos-alvo; instrumentos de relacionamento; bem-estar; igualdade; satisfação do usuário; eficácia; efetividade; custo-efetividade.

No portal da Secretaria do Meio Ambiente do Estado de São Paulo, foram analisadas 23 páginas web com informações sobre as políticas públicas da área.

As categorias encontradas com maior frequência nas páginas do portal foram “objetivos” (91,3%), “informações operacionais, parcerias e convênios” (69,56%), “ações” (56,52%) e “prevenção de riscos” (56,52%). As categorias encontradas com menor frequência foram “efetividade” (13,04%), “igualdade” (8,69%) e “custo-efetividade” (4,34%). “Satisfação do usuário” não foi encontrada na amostra.

As categorias encontradas com maior frequência são relacionadas a processos que antecedem a execução de uma política pública, como a definição dos objetivos e dos riscos ambientais. As observadas com menor frequência relacionam-se ao processo de avaliação da política consolidada, no que diz respeito à efetividade das ações, ao controle de gastos públicos e à adequação às necessidades dos setores atendidos.

Os resultados parciais sugerem que há espaço para aperfeiçoamento da divulgação de informações de qualidade sobre aspectos da gestão ambiental, a fim de assegurar os compromissos com a transparência pública e com os princípios da sustentabilidade.

Referências

FARIA, C. F. S. O Parlamento aberto na era da internet: pode o povo colaborar com o Legislativo na elaboração das leis? Brasília, Brasil: Câmara dos Deputados, Edições Câmara, 2012.

MAIA, R. C. M.; GOMES, W.; MARQUES, F. P. J. A. (orgs.) Internet e participação política no Brasil. Porto Alegre: Meridional; Sulina, 2011.

ROTHBERG, D.; NAPOLITANO, C. J.; RESENDE, L. P. Estado e burocracia: limites de aplicação da Lei de Acesso a Informações no Brasil. Revista Fronteiras (Online), v. 15, p. 108-117, 2013.

INCUBADORA DE COOPERATIVAS POPULARES DA UNESP-BAURU: O PROCESSO DE INCUBAÇÃO DA COOTRAMAT*DÉBORA APARECIDA BROMBINE FREITAS**RAQUEL CABRAL**JULIANA SOARES**BRUNO SOTERO CRIVELLARO**IOLANDA FERREIRA SOUZA***Breve descrição Projeto de Extensão**

A Economia Solidária é uma nova forma de produção, distribuição, consumo, poupança, crédito e geração de renda, que é coordenada a partir da autogestão. Ela ressurgiu no Brasil no final do século XX como uma forma alternativa contra as práticas de exclusão e exploração no trabalho e vem conquistando seu espaço de reflexão e ação no contexto internacional. As suas bases de direcionamento são a cooperação, a autogestão, a dimensão econômica e a solidariedade. Como princípio norteador destacamos as cooperativas populares, pois são elas que orientam e conduzem as atividades da Incubadora de Cooperativas Populares da UNESP - Bauru (INCOOP).

Uma cooperativa consiste em uma organização de pessoas que presta serviços e tem o lucro repartido entre todos os participantes de maneira igualitária, além de reinvestir na própria cooperativa buscando crescer e melhorar o serviço prestado, aumentando o faturamento dos indivíduos envolvidos. Ela preza pela igualdade de interesses, direitos e deveres e é economicamente democrática e sustentável, tendo seus princípios baseados na Economia Solidária. Desde 2011, a Incubadora de Cooperativas Populares da UNESP-Bauru vem trabalhando na incubação da COOTRAMAT, a Cooperativa de Trabalhadores de Materiais Recicláveis de Bauru. Diante da proximidade da fase de desincubação, o projeto reúne algumas reflexões sobre o processo de acompanhamento realizado e apresenta um panorama sobre os ganhos e resultados obtidos. Nesse contexto, também cabe projetar novas perspectivas para outros futuros projetos de incubação.

Objetivo

O objetivo fundamental do projeto visa disseminar os conceitos da Economia Solidária, bem como capacitar bolsistas e voluntários no uso de um instrumento de reflexão e gestão participativa buscando realizar processos de incubação de cooperativas populares na cidade de Bauru e/ou região.

Materiais e Métodos

A metodologia proposta pela Economia Solidária se baseia fundamentalmente em algumas técnicas de autogestão, cooperação e solidariedade. Para isso, são aplicadas algumas técnicas baseadas na pedagogia de Paulo Freire, assim como nos princípios de gestão participativa que buscam acompanhar a cooperativa durante seu processo de idealização e institucionalização.

Resultados e discussões

Diante da proximidade da etapa de desincubação da COOTRAMAT, é possível reunir algumas reflexões sobre a especificidade do processo, assim como projetar futuros direcionamentos para as próximas incubações e projetos.

A COOTRAMAT formou-se em 2006, porém a incubação teve início apenas em 2011, o que constituiu um empecilho, uma vez que a cooperativa já possuía cultura e valores enraizados. Além desse, é possível elencar outros problemas, como a alta rotatividade dos cooperados e o perfil desses – cidadãos à margem, sem expectativa de vida e empreendedorismo.

Contudo, nesses três anos de incubação, o projeto conseguiu avanços elementares, desde o encaminhamento de questões jurídicas, a conquista de recursos financeiros e materiais e o desenvolvimento da autonomia e da emancipação dos cooperados – principal conquista, vistos os princípios do projeto.

Como atividade futura, a INCOP pretende realizar a incubação de uma cooperativa de agricultores familiares de Bauru, que se encontra em processo de constituição.

Considerações Finais

A Economia Solidária é uma alternativa ao capitalismo que visa diminuir os impactos por ele exercidos; promove uma mudança relacionada ao conceito de gestão de negócio democrática e participativa.

Referências bibliográficas

As Origens recentes da Economia Solidária no Brasil. Disponível em: <<http://portal.mte.gov.br/ecosolidaria/as-origens-recentes-da-economia-solidaria-no-brasil.htm>> Acesso em: 02/05/2014.

ZANLUCA, Júlio. Como funcionam as cooperativas? Disponível em: <<http://www.portaldecontabilidade.com.br/tematicas/cooperativas.htm>> Acesso em: 02/05/2014

RESPONSABILIDADE SOCIAL DA MÍDIA NA COBERTURA ESPORTIVA EM TEMPOS DE COPA DO MUNDO E OLIMPÍADAS NO BRASIL*DEBORAH CUNHA TEODORO*

(1) Breve descrição da pesquisa: O presente projeto de pesquisa versa sobre esporte e comunicação, atualmente pertencente ao campo do infoentretenimento, na medida em que pretende analisar até que ponto a cobertura midiática esportiva é capaz de fomentar a consciência política e cidadã do público, principalmente, com a realização de grandes eventos esportivos, como a Copa do Mundo de 2014 e as Olimpíadas de 2016, sendo que há terreno fértil para tal análise, haja vista as pretensas manifestações populares prometidas para ocorrerem concomitantemente ao Mundial de Futebol que se aproxima, a exemplo das que ocorreram durante a Copa das Confederações de 2013.

(2) Objetivos: Analisar a cobertura midiática esportiva de grandes eventos, como Copa do Mundo e Olimpíadas, os quais, em um lapso temporal de dois anos, serão sediados pelo Brasil, além de verificar qual o tratamento dispensado pela mídia ao divulgar matérias e reportagens do que, atualmente, é denominado infoentretenimento, o qual congrega informação e espetáculo.

(3) Material e métodos: Sugere-se a análise das notícias veiculadas pela mídia, em segmento a ser escolhido, no período compreendido entre 2014 e 2016, utilizando-se de análise de enquadramento, análise de conteúdo e pesquisa bibliográfica e documental como metodologia que possibilite alcançar os objetivos propostos, resultando em importante contribuição para a seara comunicacional.

(4) Resultados e discussões: Esta pesquisa pretende sugerir diretrizes que possam assegurar a qualidade da informação na programação veiculada pela mídia esportiva brasileira, possibilitando a conscientização do público acerca da realidade envolta na espetacularização dos grandes eventos do esporte.

(5) Considerações finais: Embora a mídia tenha deixado de classificar o tema “esporte” como reles entretenimento, elevando-o à categoria de infoentretenimento, não se deve perder de vista que as notícias relacionadas à área, principalmente as referentes aos mencionados grandes eventos esportivos, estão configuradas como informações jornalísticas, exigindo atenção e rigor por parte da imprensa. Portanto, importante se faz lembrar que informação responsável, com qualidade, capaz de proporcionar reflexão e exercício da cidadania, é um dos requisitos que ajuda a cumprir os ideais de uma sociedade verdadeiramente democrática, a qual vislumbra ser a brasileira.

(6) Referências bibliográficas:

A responsabilidade social da mídia frente à Copa do Mundo. In: Jornalismo B. Disponível em: <<http://jornalismob.wordpress.com/2011/05/13/a-responsabilidade-social-da-midia-frente-a-copa-do-mundo/>>. Acesso em: 28 jun. 2011.

BARTHES, Roland. O que é o esporte. In: Revista Serrote, nº 3, São Paulo: Instituto Moreira Salles, 2009.

BOURDIEU, Pierre. Sobre a Televisão (Seguido de “A influência do jornalismo, e, Os Jogos Olímpicos”). Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.

Mercado Ético. A responsabilidade social da mídia. Disponível em: <<http://mercadoetico.terra.com.br/arquivo/a-responsabilidade-social-da-midia/>>. Acesso em: 11 mai. 2011.

PIZZI, Jovino e MEDRONHA, Marco. Ética e responsabilidade social na mídia: o esboço de uma pesquisa. Disponível em: <<http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/18478/1/R2094-1.pdf>> Acesso em: 28 jun. 2011.

Planeta Sustentável. A mídia exerce, de fato, a responsabilidade social? Disponível em: <http://planetasustentavel.abril.com.br/noticia/eventos/conteudo_281756.shtml>. Acesso em: 28 jun. 2011.

WISNIK, José Miguel. Veneno remédio: o futebol e o Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

UM AMBIENTE COMPUTACIONAL PARA EMULAR, TESTAR E VALIDAR CONCEITOS E CONTEÚDOS DESENVOLVIDOS PARA TELEVISÃO DIGITAL*EDRIANO CARLOS CAMPANA***1. INTRODUÇÃO**

Basicamente, o ambiente estabelecido pela televisão digital explora dois contextos tecnológicos distintos: a alta definição da imagem e a interatividade com os produtos de comunicação oferecidos. Estes contextos, suportados pela tecnologia digital já são utilizados, de forma semelhante, não considerando o meio físico e o protocolo de comunicação, pelas redes de computadores, especificamente pela Internet. Certamente, a televisão digital propiciará que o usuário (telespectador) passe da posição passiva, de simplesmente receber o produto veiculado, para uma posição ativa, de poder interagir com eles e em determinados cenários exibidos, concorrer, cooperar ou colaborar. Assim, um laboratório alternativo e de baixo custo, para a pesquisa e o desenvolvimento de produtos de comunicação se bem estabelece através de um ambiente didático e de pesquisa baseado numa rede local que simule o ambiente oferecido pela televisão digital.

2. OBJETIVOS

O objetivo deste projeto é desenvolver e implementar uma arquitetura de rede de computadores locais que permitam a difusão áudio e vídeo (stream) digitais com suporte a interatividade entre o produto veiculado e o usuário (novo telespectador).

3. MÉTODOS

Desenvolvimento de um ambiente computacional que emule a interatividade na TV Digital em uma rede de computadores.

Aplicação do citado ambiente em aplicações que já possuem suporte a interatividade em TV Digital.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A arquitetura simplificada do projeto proposto é mostrada pela Figura 1. Os módulos representam o fluxo de desenvolvimento num modelo simplificado usado pela Televisão Digital.

Por outro lado, uma arquitetura baseada em computadores pode simular este processo, mesmo considerando as restrições impostas através de uma rede formada por eles, conforme mostra a figura 2. Basicamente a arquitetura é composta por quatro módulos funcionais.

O Módulo de Produção de Conteúdo se resume a uma entrada de sinais digital que será gerenciada pelo Módulo Servidor. O Módulo Servidor é responsável por difundir através do meio de comunicação a informação e tratar as requisições individuais de cada usuário oferecendo a este o produto escolhido.

O Meio de Comunicação é composto pela interface de comunicação, de cada computador da arquitetura, de alta velocidade, o meio físico e o protocolo de comunicação. Os Módulos dos Usuários simulam o processo de interação que estarão presentes nos aparelhos de televisão digital.

A arquitetura, desta forma, determinará um ambiente muito próximo do que será o da televisão digital e permitirá a avaliação dos conteúdos seja pela alta definição de imagem, seja pela interatividade oferecida.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Analisando o projeto proposto, conectado a estrutura da Televisão Digital UNESP, tendo como suporte o programa de pós-graduação em TV Digital, espera-se que a produção e a experimentação dos produtos digitais aqui desenvolvidos e difundidos colaborem com o processo de implantação do Sistema Brasileiro de Televisão Digital, uma vez que somos, na sua essência, uma instituição de ensino, pesquisa e extensão, em uma comunidade constituída numa estrutura multicampus espalhada em vinte e três cidades do estado de São Paulo.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Leite, L. et al. "FlexTV — Uma Proposta de Arquitetura de Middleware para o Sistema Brasileiro de TV Digital". Revista de engenharia de computação e sistemas digitais – PCS – EPUSP. 2005.

Sistema Brasileiro de TV Digital. <Disponível em <http://sbtvd.cpqd.com.br>> acesso em 20 de Março de 2014.

RELATO DE EXPERIÊNCIA: A COMISSÃO NACIONAL DA VERDADE E O ENSINO DE HISTÓRIA DO BRASIL NO NOVO TELECURSO*EDVALDO JOSÉ SCOTON**MARLENE DE REZENDE**RENATA MARIA COELHO FALEIRO DE OLIVEIRA**ROSANE CARDOSO DE ALMEIDA ROSA*

De 1964 a 1985 prevaleceu no país um regime militar, período onde ativistas políticos, sindicalistas foram torturados, morreram ou desapareceram. Em 1979 o governo brasileiro promulgou a Lei da Anistia, que concedia perdão aos exilados políticos e militares envolvidos em violações aos direitos humanos anteriores a 1979. Devido a esta lei, nenhum militar ou agente do estado foram julgados e condenados por seus crimes. A Comissão Nacional da Verdade, muito divulgada nos meios de comunicação, foi criada pela Lei 12.528/2011 e instituída em 16 de maio de 2012 e tem por finalidade apurar graves violações de Direitos Humanos ocorridas neste período. Neste projeto, utilizando diversas formas de linguagem, buscamos atualizar os conteúdos da disciplina de História do Novo Telecurso dos Ensinos Fundamental e Médio, especificamente as abordagens da Ditadura Militar, contextualizado pelas recentes discussões provocadas Comissão Nacional da Verdade.

Objetivos:

- Identificar as medidas econômicas e políticas adotadas no Governo Castelo Branco;
- Reconhecer os argumentos utilizados pelos militares para justificar a implantação de um regime autoritário no país;
- Compreender o embate ideológico que tornou possível o golpe de 1964 e explicar as principais características do regime implantado pelo golpe;
- Analisar a produção artística e intelectual do Brasil pós 1964 e relacioná-la ao contexto de censura política e mudanças de comportamento social;
- Identificar grupos e ideologias envolvidas nos embates políticos;
- Compreender os processos de Anistia concedidos aos exilados políticos e seus envolvimento com a Comissão Nacional da Verdade.

Desenvolvimento do relato

Ao trabalharmos as Teleaulas de Ciências Humanas, no Ensino Fundamental às aulas 34, “Da crise da democracia a ditadura militar”, 35 “Anos de chumbo: a repressão do governo militar” e 36 “Processo de abertura política do regime militar”, e no Ensino Médio as aulas 68 “O Governo João Goulart”, 69 “O Regime Militar” e 70 “O Governo Geisel e a abertura política”, chegamos ao tema Ditadura Militar e com ele surgiu a ideia de ampliarmos a discussão sobre a Comissão Nacional da Verdade, tema muito atual nos órgãos de imprensa, e que foi criada pela Lei 12528/ 2011 e instituída em 16 de maio de 2012.

Com a colaboração do Grupo Bauru Memória e Verdade e pelo Observatório de Educação em Direitos Humanos (OEDH) da Unesp, Campus de Bauru, realizamos a exposição “Direito à Memória e à Verdade: Ditadura no Brasil 1964-1985”.

Antes da realização da exposição, o tema foi introduzido por meio das teleaulas, apresentadas através de uma aula coletiva com todos os alunos do Novo Telecurso, Ensino Fundamental e Ensino Médio e debatido entre os grupos de alunos e professores que trouxeram suas colaborações históricas, vividas na época da ditadura

A mostra fotográfica ,através de painéis, foi feita pela Secretária de Direitos Humanos da Presidência da República e ficou acessível ao público interno e externo do SESI no saguão da Biblioteca do CE 358.

Exposição de painéis “Direito à Memória e à Verdade: A Ditadura no Brasil 1964-1985”

Tivemos ainda acesso a um importante debate sobre o mesmo tema, após uma mesa redonda sobre o tema “Ditadura Militar”, que contou com a presença o ex-presos político Carlos Roberto Pittoli, que além de fazer um resumo do que a Comissão da Verdade vem fazendo em Bauru, fez um relato emocionante sobre as torturas que sofreu durante a prisão, e o professor Clodoaldo Meneguello Cardoso, coordenador do OEDH da Unesp, que mostrou que todo o trabalho de busca e preservação da memória da verdade, está sendo disseminado entre os jovens nas escolas de Bauru.

Entre as falas dos palestrantes foi exibido o filme documentário “30 anos de Anistia”, produzido pelo Ministério da Justiça do Brasil, no marco dos 30 anos da lei de anistia, destacando-se no mesmo o seu encerramento, onde durante uma sessão da Comissão da Verdade, é lido o pedido de desculpas oficial do governo brasileiro a mãe de um desaparecido político.

Após as falas, o espaço foi aberto para o debate, com várias perguntas sendo formuladas pela plateia aos palestrantes. Destacamos nessas discussões a participação dos alunos do curso de jornalismo da Unesp que produziram o jornal aGente. O material também aborda o tema do período militar brasileiro e foi feito para alunos do ensino médio e foi distribuído para todos os participantes com o objetivo de fortalecer as discussões.

Finalizando nossa proposta, nossos alunos assistiram ao filme "Batismo de Sangue", baseado em fatos reais, o filme conta a participação de frades dominicanos na luta clandestina contra a ditadura militar. Movidos por ideais cristãos, eles decidem apoiar a luta armada, e são presos e torturados. Um deles, Frei Tito, é mandado para o exílio na França, onde, atormentado pelas imagens de seus carrascos, comete suicídio e conseguiram elaborar assim, um relato sobre os acontecimentos da época e sua importância para a história política, econômica, ideológica, social e cultural do nosso país. Após a exibição do filme, o espaço foi aberto ao debate.

O processo avaliativo ocorreu a partir de cada etapa do estudo, através de debates entre alunos dos grupos de estudos, após exibição das teleaulas de História referentes ao período da Ditadura Militar no Brasil, após visita da exposição dos painéis da mostra "Direito à Memória e à Verdade", instalados no CE 358 e após depoimentos de integrantes da Comissão da Verdade de Bauru, aos alunos do Telecurso, entre eles vítimas da repressão militar. Ocorreram também abordagens através de simulados com questões de múltipla escolha nas respostas e as avaliações para eliminação da área de Ciências Humanas.

Conclusões

Durante o processo de desenvolvimento do projeto, conseguimos verificar a participação efetiva dos nossos alunos questionando, relatando, constatando fatos, fazendo analogias da vida deles com todo o processo histórico ocorrido nesse período.

O fato de termos trabalhado o assunto explorando outras formas de linguagem facilitou o aprendizado dos alunos, de forma contextualizada e concreta, pois o relato do ex-presos político Carlos Roberto Pittoli, realmente mexeu com os sentimentos dos alunos ao verificarem que todos os fatos que assistiram nas aulas sobre a Ditadura foram verdade. No processo de avaliação da área de Ciências Humanas tivemos um resultado muito favorável tanto no Ensino Fundamental quanto no Ensino Médio.

Referências bibliográficas

BONETE, W.J. Uma reflexão acerca da ação docente na disciplina de História na Educação de Jovens e Adultos (EJA). Anais do V Congresso Internacional de História. Disponível em: <http://www.cih.uem.br/anais/2011/trabalhos/338.pdf>. Acesso em 12-10-2013.

COSTA, AC.M.. Educação de Jovens e Adultos no Brasil: novos programas, velhos problemas. Disponível em: <www.utp.br>. Acesso em: 15-11-2013.

CUNHA, C.A.R., FERREIRA, M.C.T., O ensino de História na Educação de Jovens e Adultos. Anais da Sessão de Comunicações da XII Semana de Geografia e História: Migração e Produção, Ribeirão Preto(SP), v. 1, n. 1, 2008.

FREIRE, Paulo. Educação e Mudança. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

PAIVA, J., MACHADO, M.M, IRELAND, T. Educação de Jovens e Adultos: uma memória contemporânea, 1996-2004. Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização e Diversidade do Ministério da Educação: Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, 2007.

PEREIRA, A.M.D., DIAS, N.V., FARIA, R.A.P., MIRANDA, R.C. A experiência de iniciação à docência na EJA e a formação do professor de história. Revista Eletrônica em Perspectiva – n.3. Disponível em <http://www.portal.fae.ufmg.br/artigos/2006Jan_Dez.pdf> Acesso em: 12-10-2013.

RELVAS, M. Neurociências na aprendizagem. Revista Linha Direta. Edição 186. Setembro 2013.

SOUSA, R.G.M. Comissão da Verdade. Disponível em <http://www.brasilecola.com/historiab/comissao-verdade.htm>. Acesso em 10-12-2013.

TELECURSO: História: Ensino Médio. 1. ed. – Rio de Janeiro: Fundação Roberto Marinho, 2008. Vol.2. p. 218-227.

TELECURSO: História: Fundamental. 1. ed. – Rio de Janeiro: Fundação Roberto Marinho, 2008.p.265-289.

DITADURA E TOTALITARISMO NA OBRA DE HANNA ARENDT*ELI VAGNER FRANCISCO RODRIGUES*

Na obra "Origens do Totalitarismo", especificamente o capítulo "Ideologia e terror: uma nova forma de governo" Hanna Arendt apresenta uma análise do fenômeno do totalitarismo sob o ponto de vista da dominação ideológica. Arendt vê na massificação de indivíduos atomizados e desorientados, uma presa fácil para políticos cujas intenções vão além do exercício legítimo do poder. Segundo a autora, os governos totalitários superaram outras formas de governo destruindo tradições de legalidade política. Interessa-nos especialmente a distinção feita por Hanna Arendt entre ditadura e totalitarismo. A partir das definições desses dois fenômenos políticos podemos pensar a história recente do Brasil. Segundo Arendt os governos totalitários do nosso tempo evoluíram a partir de sistemas unipartidários; sempre que estes se tornaram realmente totalitários, passavam a operar segundo um sistema de valores tão radicalmente diferentes de todas as outras que nenhuma das nossas tradicionais categorias utilitárias, legais, morais, lógicas ou de bom senso podia mais nos ajudar a aceitar, julgar ou prever o seu curso de ação.

Segundo Arendt compreender a essência do totalitarismo, da ditadura, do imperialismo e das tiranias, e as diferenças entre estas formas de poder pode nos levar a evitá-las no futuro e compreender processos históricos recentes como o nazismo e o stalinismo. Nossa hipótese de trabalho e análise é que os conceitos desenvolvidos por Arendt podem nos auxiliar a compreender melhor os mecanismos políticos que atuaram, ou ainda atuam, nos processos históricos que deram origem a regime ditatorial no Brasil. Para Arendt, os princípios dos governos totalitários são a ideologia e o terror. Nossa proposta de investigação se posiciona a partir dessa constatação. Teria sido a ditadura brasileira baseada em elementos de dominação ideológica e de terror?

O terror seria a essência do regime totalitário. Um dos objetivos do regime é a extinção dos adversários ao regime. Este pode ser uma etnia ou uma ideologia contrária, constituindo um inimigo objetivo. Segundo Arendt a tirania suprime as leis e o espaço político, mas não todo o espaço. O totalitarismo destrói o espaço entre os homens, massifica-os, constitui-os como espécie, raça, inimigos públicos, terroristas, criando um estigma de combate, repressão e uma justificativa de eliminação dos direitos e até da vida. É inegável que tais análises de Hanna Arendt podem ser aplicadas à história da ditadura brasileira pós 64, cabe à nós aproximar os conceitos dos fatos.

Objetivos: discutir, a partir do referencial teórico apresentado por Hanna Arendt, a ditadura brasileira pós 64.

Bibliografia

ARENDT, Hannah. Origens do totalitarismo. Trad. Roberto Raposo, 4ª reimpressão, São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

A MEMÓRIA DA DITADURA MILITAR E O FOTOJORNALISMO: SELEÇÃO DE IMAGENS E CONSTRUÇÃO DE SENTIDOS PARA O PRESENTE

ELIZA BACHEGA CASADEI

Para além do fato que motivou a fotografia, a imagem fotojornalística é constantemente reinserida em outros contextos que lhe fornecem outros circuitos narrativos (alheios ao contexto em que a própria fotografia foi tirada), criando uma outra cena simbólica para este ocorrido que lhe serviu de objeto. Tal fato é ainda mais relevante quando se trata das fotografias de arquivo: as escolhas de determinadas imagens, o modo como elas se inserem na narrativa mais ampla da reportagem, bem como a relação estabelecida entre elas e as outras fotografias da matéria são elementos que levam à reescrita do passado através de imagens. Diante disso, o objetivo do presente artigo é analisar as fotografias de arquivo divulgadas nas matérias de rememoração da ditadura militar brasileira na revista *Veja*, publicadas nos aniversários decenais do golpe de 1964. Dessa forma, serão analisadas as matérias rememorativas das edições de 03/04/1974, 04/04/1984, 30/03/1994 e 31/03/2004.

Elas serão analisadas sob a perspectiva teórico-metodológica da retórica da imagem, com o objetivo de entender quais foram os mecanismos retóricos utilizados na reapropriação dessas imagens para o enquadramento de acontecimentos do tempo presente. Em cada uma dessas ocasiões, as reportagens da revista *Veja* conferiram ao golpe de 1964 diferentes interpretações sobre o seu significado, bem como diferentes consequências deste para a atualidade. Estudaremos os mecanismos retóricos dessa reapropriação jornalística das fotografias de arquivo e as narrativas históricas que são tecidas a partir desta reapropriação.

A comemoração pública é um aspecto fundamental na construção de sentidos que são encampados para movimentos de luta – seja para assegurar um poder estabelecido, seja para contestá-lo. Ela cria laços e tem um papel importante na construção da coesão simbólica em torno de uma demanda. Rememorar o aniversário de um evento, portanto, é um ato político. Quando a imprensa rememora um aniversário, isso pode significar mais do que a simples atribuição de sentido ao passado; significa uma tomada de posição. Nesse artigo, investigaremos os mecanismos retóricos a partir dos quais essa tomada de posição pode se dar através das fotografias de arquivo.

O uso de fotografias de arquivo pela imprensa, frequentemente, reveste-se de um “dever lembrar-se”. Para Ricoeur, o dever de memória diz respeito a um aspecto da memória em que ela é conectada diretamente ao conceito de “justiça”: é “a justiça que, ao extrair das lembranças traumatizantes seu valor exemplar, transforma a memória em projeto; e é esse mesmo projeto de justiça que dá ao dever de memória a forma do futuro e do imperativo” (RICOEUR, 2007, p. 101). É a lógica interna desse “dever lembrar-se” que está presente no jornalismo rememorativo, posto que há uma tentativa de, a partir de lembranças traumatizantes, extrair alguns valores exemplares, algumas regras de conduta moral, orientando a ação para o futuro. Essas regras internas do “dever lembrar-se” se estruturam em torno de: (1) a presença de um “outro” a quem se deve fazer justiça; e (2) o reconhecimento de uma herança.

O uso das fotografias de arquivo está inserido nesse processo na medida em que, ao serem postas na reportagem, essas imagens se ligam a urdiduras de enredo específicas. Elas significam justamente ao retirar um material já significativo de dentro de um discurso para fazê-lo funcionar dentro de um novo sistema significativo. E, ao fazê-lo, carregam consigo todo um valor simbólico acerca do sentido do evento que representam e da relação que este acontecimento estabelece com o tempo presente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- EDY, J. “Journalistic Uses of Collective Memory”. *Journal of Communication*, v. 49, n. 2, 1999, p. 71-85.
- GAZZOTTI, J. *Imprensa e Ditadura*. Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de São Carlos. São Carlos: UFSCAR, 1999.
- HOBBSAWN, E. *Sobre História*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.
- KOSSOY, B. “Fotografia e Memória: reconstituição por meio da fotografia”. In SAMAIN, E. (org.). *O Fotográfico*. São Paulo: Hucitec, 2005.
- RICOEUR, P. *A Memória, a História, o Esquecimento*. Campinas: Unicamp, 2007.
- WHITE, H. *Figural Realism*. Baltimore: The John Hopkins University Press, 1999.

A COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E O ATENDIMENTO AO PÚBLICO – VIA 0800, NO DEPARTAMENTO DE ÁGUA E ESGOTO DE BAURU*ELTON AMARO RODRIGUES MATEUS*

O trabalho busca associar conceitos de Administração Pública, Comunicação Organizacional e Pública enquanto facilitadores para a legitimação e consolidação da reputação e identidade das organizações públicas à partir das abordagens e princípios de gestão aplicados, sob o viés da Excelência em Relações Públicas. Trata-se de estudo e investigação qualitativa sobre como se desenvolve o atendimento ao consumidor – via serviço telefônico gratuito (0800) – no Departamento de Água e Esgoto de Bauru – DAE, para, a partir de entrevistas junto aos 12 (doze) funcionários da área verificar a percepção sobre como a gestão da comunicação pode favorecer a tarefa administrativa, tendo como premissa a noção de comunicação enquanto possibilidade de adaptação e enfrentamento ao atual contexto social e exigências e expectativas dos públicos. O objetivo geral foi a análise do processo de trabalho e percepções dos integrantes do Setor de Atendimento ao Público, propondo adequações quando necessárias, frente às dificuldades identificadas pela área em relação à comunicação na autarquia. Os objetivos específicos foram: desenvolver estudo exploratório das ferramentas disponibilizadas ao público para o acesso à organização, enquanto prestadora de serviços essenciais (saneamento); analisar como se o funcionamento do serviço de atendimento telefônico, via 0800 – Setor de Atendimento ao Público, frente às informações/reivindicações recebidas e verificar a percepção dos atendentes em relação a conceitos como democracia, cidadania, transparência, discussão pública dos assuntos de interesse público, em função das possibilidades das Relações Públicas. Os aspectos teóricos do trabalho foram fundamentados em literatura que aborda a Administração Pública e Geral – BRESER-PEREIRA; SPINK (2006), COSTIN (2010) e PASCARELLI FILHO (2011), Comunicação Pública e Governamental – DUARTE (2012), MATOS (2011) e HASWANI (2013), Comunicação Organizacional – MARCHIORI (2008), KUNSCH (2009), bem como suas ferramentas, aplicações e benefícios, a partir da utilização sistêmica, estratégica e excelente pelo profissional das Relações Públicas – GRUNIG (1992) e GRUNIG; FERRARI; FRANÇA (2009). Como resultados, ficou demonstrado: reduzida adesão a inovações tecnológicas (sistemas de gerenciamento e equipamentos atualizados) que facilitariam a atuação da área; a inexistência de políticas específicas para a comunicação da autarquia, apesar da variedade de práticas adotadas internamente – o que em grande parte é gerado pelo não planejamento ou presença de um profissional de Comunicação, como o Relações Públicas; o distanciamento de um modelo administrativo gerencial, bem como a identificação das consequências desse aspecto – na percepção dos servidores inclusive – para o Setor de Atendimento ao Público e a autarquia como um todo, enquanto organismo cuja função é a prestação de serviços essenciais para a população – água e esgoto.

DUARTE, Jorge (org). Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2012. 3. ed.

GRUNIG, James E., FERRARI, Maria Ap., FRANÇA, Fábio. Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2009.

HASWANI, Mariângela Furlan. Comunicação Pública: Bases e abrangências. São Paulo: Saraiva, 2013.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Relações Públicas e Comunicação Organizacional: Campos acadêmicos e aplicados de múltiplas perspectivas. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2009.

MARCHIORI, Marlene (org.). Faces da cultura e da Comunicação Organizacional. 2. ed. São Caetano do Sul, SP : Difusão Editora, 2008.

MATOS, Heloiza. A Comunicação Pública no Brasil e na França: desafios conceituais. 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-3060-1.pdf>>, acesso em 10/06/2011.

PASCARELLI FILHO, Mário. A nova administração pública: profissionalização, eficiência e governança. São Paulo: DVS Editora, 2011.

BRASIL "REDEMOCRATIZADO": UM GIGANTE QUE ACORDOU? A DISCURSIVIZAÇÃO MIDIÁTICA SOBRE OS PROTESTOS DE JUNHO DE 2013

ÉRIKA DE MORAES

Este trabalho propõe uma reflexão sobre a sociedade brasileira "redemocratizada", tomando como ponto de partida a série de protestos nas ruas, em junho de 2013, que tiveram como estopim o aumento na tarifa de transporte coletivo na cidade de São Paulo, SP. A multiplicidade de reivindicações expressas nos protestos através de cartazes, muitos deles genéricos, dificultaram a identificação de um posicionamento ideológico do "povo brasileiro" ao mesmo tempo em que a atuação da mídia contribuiu decisivamente para construir a "discursividade do conflito".

De acordo com o respaldo teórico-metodológico da Análise do Discurso de linha francesa, os discursos não só derivam interpretações possíveis, mas também as constituem. Tendo isso em vista, é objetivo deste trabalho investigar os discursos que circularam a respeito desses manifestos, com base, especialmente, em um corpus delimitado em manchetes do jornal Folha de S. Paulo, veículo de circulação nacional, particularmente nas edições da semana que antecede e da que sucede o dia 17/06/2013, quando houve a primeira das maiores manifestações nacionais, a fim de compreender o papel da mídia na configuração e reconfiguração do "conflito".

A Análise do Discurso (AD) de que tratamos refere-se aos estudos que têm origem na França, na década de 1960, a partir de autores como Pêcheux, Henry, bem como nas contribuições de Foucault, as quais foram decisivas para o estabelecimento da teoria. A AD, em constante e necessária reformulação, tem no nome de Dominique Maingueneau um dos estudiosos mais expressivos da atualidade. Conforme ressalta Maingueneau (1997), o analista do discurso não busca estabelecer o sentido por excelência, e sim construir interpretações que não se neutralizem. Essa opção implica pensar que os processos discursivos podem ser apreendidos pela materialidade da língua, o que torna indispensável a atenção ao funcionamento da linguagem e justifica a opção por uma abordagem discursiva.

Para Maingueneau, "o que é dito e o tom com que é dito são igualmente importantes e inseparáveis" (1997, p. 46), não havendo hierarquia entre o "conteúdo" e o modo de dizer, uma vez que a eficácia de um discurso (mensurada por sua capacidade de suscitar a crença) está diretamente ligada ao ethos que ele constrói e, ao mesmo tempo, sustenta. Da mesma forma, a noção de "polêmica" é constitutiva do discurso, pois ela exerce um papel que, segundo Maingueneau, está longe de ser secundário na produção da superfície discursiva.

Com base na análise do posicionamento midiático, constata-se que a mídia sustentou, no início da cobertura, o posicionamento "da ordem" em detrimento do posicionamento dos "movimentos sociais". Aos poucos, e por pressões sociais, este segundo posicionamento ganhou algum espaço e, para que o primeiro não perdesse a legitimidade, a discursividade predominante enfatizou a separação entre manifestação pacífica e baderna/vandalismo/violência/arruaça.

6. Referências bibliográficas:

MAINGUENEAU, D. *Novas Tendências em Análise do Discurso*. 3. ed. Campinas (SP): Pontes/ Editora da Unicamp, 1997. Edição original: 1987.

MAINGUENEAU, D. *Análise de textos de comunicação*. São Paulo, Editora Cortez, 2000.

MAINGUENEAU, D. *Gêneses do Discurso*. Tradução de Sírio Possenti. Curitiba (PR): Criar Edições, 2005a. 189 p. (Edição original: Bruxelles, P. Mardaga, 1984)

SANTOS, BOAVENTURA DE SOUZA. Entrevista por MENDONÇA, R. "'Dilma tem grande insensibilidade social', diz guru da esquerda", Folha de S. Paulo, São Paulo: 6/10/2013.

VÁRIOS AUTORES. *Cidades Rebeldes – Passe Livre e as manifestações que tomaram as ruas do Brasil*. Boitempo Editorial, Carta Maior, 2013.

A CONSAGRAÇÃO PELA PORTA DOS FUNDOS: A INTERNET COMO NOVA INSTÂNCIA DE LEGITIMAÇÃO DO HUMOR

FELIPE DE OLIVEIRA MATEUS

Esta pesquisa foi desenvolvida, originalmente em formato de artigo, como trabalho de conclusão da disciplina "Jornalismo Cultural - conceitos, problemas e mediações", ministrada no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da FAAC/UNESP no primeiro semestre de 2013, além de ter sido apresentada integralmente na Semana de Comunicação - SECOM 2013, também da FAAC/UNESP.

O objetivo do artigo foi o de analisar as estratégias e práticas utilizadas pela produtora de vídeos para a Internet, Porta dos Fundos, para a conquista da legitimação e consagração junto ao campo cultural, dado o contexto da cultura digital praticada na Internet. Para tanto, foram utilizados conceitos de Mike Featherstone (1995) a respeito do consumo cultural dentro do que se pode considerar a pós-modernidade, de Henry Jenkins (2009) sobre a lógica cultural no contexto da convergência digital, e de Pierre Bourdieu (2008) sobre a dinâmica dos agentes e instituições dentro do campo cultural na busca pela legitimação.

O estudo das práticas culturais do grupo Porta dos Fundos teve como base a análise de reportagens e entrevistas veiculadas nas mídias impressa, televisiva e digital que dizem respeito ao surgimento da produtora, sua rápida expansão midiática durante o ano de 2013 e que tentam posicionar, com base em critérios jornalísticos, o grupo dentro da nova dinâmica do campo cultural na Internet. Assim, foram levados em consideração os seguintes fatores para a análise do grupo: sua estrutura organizacional; suas formas de produção audiovisual e veiculação de seus produtos diretamente na Internet, utilizando-se do site YouTube; suas estratégias de marketing inseridas na lógica cultural do consumo e compartilhamento de conteúdo em mídias sociais, tais como o Facebook, o Twitter e o próprio YouTube; além das relações estabelecidas pelo grupo e por seus membros com outros veículos da mídia tradicional, principalmente com a televisão aberta.

O que se depreende da análise do Porta dos Fundos é que o grupo desempenha uma atuação cultural inovadora, que subverte o antigo modelo de relações estabelecidas entre agentes e instituições culturais proposta por Bourdieu (2008), já que se utilizam de outras estratégias para sua inserção no campo cultural, tais como a produção exclusiva para a Internet, meio que difere das instâncias tradicionais de legitimação audiovisual - cinema e televisão -, além de explorarem o potencial da cultura do compartilhamento para que seu conteúdo tenha índices de audiência virtual suficientes para torná-lo legitimado também em instâncias tradicionais, como é o caso da imprensa escrita e televisiva.

Referências bibliográficas

ANTONIO TABET E IAN SBF. Roda Viva. São Paulo; TV Cultura. 29 de abril de 2013. Programa de TV.

BOURDIEU, Pierre. A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos. Trad. Guilherme Teixeira. Porto Alegre: Zouk, 2008.

BRANDALISE, Vitor Hugo. Pé na porta. GQ - Gentleman's Quaterly Brasil. São Paulo, n. 27 p. 118-123 jun. 2013.

FEATHERSTONE, Mike. Cultura de consumo e pós-modernismo. Trad. Júlio Simões. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FRAGA, Nayara. O humor na web como estratégia de marketing. O Estado de S. Paulo, São Paulo, 6 mai. 2013. Disponível em <<http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,o-humor-na-web-como-estrategia-de-marketing,1028871,0.htm>> Acesso em 2 jun. 2013.

JENKINS, Henry. Cultura da convergência. São Paulo, Aleph, 2009.

MEIER, Bruno. Não é à toa que eles riem. Veja. São Paulo, ed. 2327 p. 122-125, 26 jun. 2013.

GLOBAL ITV: TELEVISÃO DIGITAL E VIABILIZAÇÃO DA ESFERA PÚBLICA A PARTIR DE SERVIÇOS DE INTERATIVIDADE*FELIPE GIRARDI VAITSMAN**FABIO CARDOSO*

Com o desenvolvimento ininterrupto de dispositivos e aplicativos conectados, a convergência digital se configura como futuro certo dos meios de comunicação. A integração de diferentes plataformas por meio da internet e a produção de conteúdos menos segmentados é um caminho que a televisão brasileira deve seguir a partir do desligamento do sinal analógico, previsto para 2018.

O estudo amplo e aprofundado dos diferentes cenários e tecnologias atuais para a elaboração de um novo padrão de Televisão Digital – a curto, médio e longo-prazo e aplicável à realidade socioeconômica do Brasil – é um dos principais objetivos do Global ITV, consórcio entre universidades brasileiras e instituições europeias para antecipar as tendências do mercado televisivo nos próximos anos.

A partir da análise de dados oficiais sobre os aspectos políticos, econômicos, sociais e geográficos de países da União Europeia e do Brasil, será possível delimitar cenários para elaboração de tecnologias e conteúdos que se adequem às condições estudadas. Dentre as previsões sobre o caminho que a TV Digital deve seguir enquanto serviço se enquadra, unanimemente, o foco na interatividade.

Além do sinal de alta definição, a possibilidade do usuário de interagir com o conteúdo televisivo é a principal expectativa em torno da digitalização das transmissões. No projeto Global ITV, são discutidas possibilidades como segunda tela (pelo uso de tablets e smartphones), a gamificação dos programas de TV e interação a partir do Ginga (Middleware Aberto do Sistema Nipo-Brasileiro de TV Digital). O grande desafio do projeto é encontrar um modelo acessível e homogêneo que se enquadre no contexto brasileiro.

Por interatividade se entende a participação direta ou indireta do espectador na transmissão, usufruindo de um volume adicional de informação relacionada ao conteúdo ou contribuindo de alguma forma com o que é veiculado. Essa possibilidade de quebra com o paradigma tradicional emissor-receptor é o primeiro passo para se aproximar do conceito habermasiano de esfera pública.

A TV Digital gratuita e suas possibilidades de interação permitiriam aos espectadores acessar um espaço amplo e democrático em que se discutem demandas plurais de interesse coletivo. A participação irrestrita dos cidadãos por meio de dispositivos interoperáveis é uma forma de viabilizar uma comunicação verdadeiramente pública, que por consequência promova a cidadania.

No entanto, é importante levar em consideração as limitações teóricas e técnicas no desenvolvimento do novo modelo de televisão proposto pelo projeto Global ITV. A intenção de promover uma esfera pública legítima com auxílio da transmissão digital e da interatividade esbarra, primeiramente, no próprio conceito de Habermas, elaborado em outro contexto histórico-social e, por isso, já superado em diversos pontos. O segundo percalço é a própria margem de possibilidades tecnológicas para a implantação do modelo participativo de comunicação. O Ginga, nesse sentido, é um middleware limitado e pode não atender às necessidades da TV Digital a partir dos próximos anos.

Todas essas questões devem ser discutidas pelos parceiros nas próximas etapas do projeto Global ITV. O consórcio conta com diversas universidades brasileiras e estrangeiras, além de instituições e empresas comprometidas com o futuro da TV Digital no Brasil.

MEDOLA, A.S.; MACHADO FILHO, F.; GOBBI, M.C. et al. High-level description of the GLOBAL ITV landscape. São Paulo: GlobalITV, 2014.

MATOS, H. (2007) Comunicação Pública, esfera pública e capital social. In: Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público / Jorge Duarte, organizador. São Paulo: Atlas, p. 47-58.

A CAMISA DE FUTEBOL COMO ELEMENTO COMUNICACIONAL

GABRIEL ARROYO
JOSÉ CARLOS MARQUES

A presente pesquisa analisa as possibilidades comunicacionais da camisa de futebol como parte do processo midiático esportivo. Nos anos 2011, 2012 e 2013 a equipe de futebol Sport Club Corinthians Paulista utilizou constantemente em sua camisa de jogo mensagens com diferentes temáticas, como problemas sociais, catástrofes naturais, logotipos de ONG, homenagens diversas, entre outras.

O uso da camisa como forma de comunicação realizada pelo time transcende a barreira do estético e visual, na medida em que funciona como portadora e distribuidora da informação dentro e fora dos gramados, quando a mensagem é legitimada com a repercussão da mídia, em especial nos seguintes sites esportivos: Globo Esporte, ESPN e Lance Net.

Os estudos culturais da terceira geração concentram autores na pesquisa das intenções da mídia, colaboraram para elucidar o processo de construção midiática acerca do fenômeno, desde a criação das mensagens pelo departamento de marketing do time até a aceitação e prolongamento das matérias nos sites esportivos.

Para investigar os interesses do clube em produzir as mensagens e da mídia em repercutir o fenômeno foi necessário coletar os releases postados no site oficial do time e construir quadros de análises com as postagens repercutidas nos três sites observados. Para tanto foram utilizados a teoria da notícia, com os estudos de Newsmaking de Mauro Wolf e os conceitos de noticiabilidade de Nelson Traquina.

A pesquisa também contou com a técnica de observação e coleta; o uso do método de análise de conteúdo possibilitou quantificar e categorizar as ações, que permitiu posteriormente realizar a triangulação dos dados para compreender as intenções do Corinthians na produção das mensagens e os supostos motivos da mídia em repercuti-las.

Após percorrer este caminho, foi possível verificar que grande parte das mensagens (21 de 31) teve seu prolongamento nos sites pesquisados. Com esta informação, entende-se que o clube ganhou espaço na mídia. Este fenômeno pode ser percebido com o grande número de assuntos abordados na camisa de jogo durante os anos pesquisados. Os assuntos abordados são em grande maioria de interesse comum (24), não só dos torcedores corinthianos, mas da sociedade em geral.

Os resultados apresentados mostram que as temáticas referentes ao próprio clube (07) não foram repercutidas pelos sites. Essa informação justifica o desinteresse da mídia em noticiar as mensagens que apresentam pouca importância para a sociedade, ou seja, o critério substantivo do valor/notícia apresentado por Wolf (1999, p.200).

Dentro da perspectiva envolvida, pode-se entender que o possível motivo da mídia incorporar as mensagens é por terem em seu conteúdo as causas sociais, pois não houve repercussão nos sites das temáticas referentes ao clube. Isso possibilita o interesse da mídia em buscar credibilidade junto à sociedade, favorecendo a ideologia de bem-estar social do clube e da mídia.

A própria natureza do esporte exige o imediatismo da cobertura midiática, ou seja, os limites dos espaços temporais que caracterizam o formato do produto (Wolf, 1999, p. 212). O que colabora também para o interesse dos sites de notícias esportivas noticiarem as mensagens é a constante necessidade de informação do evento.

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70, 1988.

DeFLEUR, Melvin e BALL-ROKEACH, Sandra. Teorias da Comunicação de Massa. 5 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 1993.

HJARVARD, S. Mídia e cultura: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. MATRIZES, São Paulo, Ano 5, n.2, p.53-91, 2012

KELLNER, Douglas: A Cultura da mídia, Bauru. EDUSC, 2001

MARQUES, J.C. O futebol em Nelson Rodrigues. São Paulo: EDUC/FAPESP, 2000.

THOMPSON, Jhon B. Ideologia e cultura moderna. Petrópolis: Editora Vozes, 1995

TRAQUINA, Nelson. Teorias do Jornalismo Vol. 2. Florianópolis: Insular, 2005.

WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação. 5 ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

AS REPRESENTAÇÕES DE BRASILIDADE NO JORNALISMO DE REVISTA NACIONAL: UMA ANÁLISE DAS REPORTAGENS DE VEJA SOBRE A COPA DO MUNDO DE FUTEBOL 2014

GABRIEL DE LIMA ALVES CORTEZ
JOSÉ CARLOS MARQUES

O presente trabalho mostra como a revista *Veja* aborda noções referentes à identidade nacional e à cultura brasileira em suas reportagens sobre a Copa do Mundo de Futebol que será realizada em 2014 no Brasil. O estudo é financiado pelo CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico) e faz parte do projeto de pesquisa “As Copas do Brasil: as representações de nacionalidade no jornalismo de revista brasileiro por ocasião dos mundiais de futebol de 1950 e 2014”, coordenado pelo Prof. Dr. José Carlos Marques, no triênio 2013-2015. No caso específico da análise das reportagens de *Veja*, indicar-se-ão quais são as construções e representações de identidade nacional que existem como discurso em relação aos brasileiros e explicitar-se-ão quais são as noções de brasilidade e os estereótipos construídos nas primeiras reportagens mais extensas do periódico sobre a organização e a preparação do país para o megaevento.

Para a realização do estudo, são acompanhadas, semanalmente, as reportagens publicadas na revista *Veja* desde julho de 2013 (a pesquisa terá seu encerramento com a análise das edições até julho de 2014). Após a coleta, são analisados textos e fotos sobre a Copa do Mundo 2014 em que estejam expressas – sob o ponto de vista dos jornalistas desse veículo – algumas das marcas de identidade nacional que produzem as noções de cultura brasileira e que exprimem, de certo modo, o que é o Brasil e o brasileiro – ou o que são os “Brasis” e os brasileiros, adotando uma concepção intercultural de análise (GARCÍA CANCLINI, 2006 p. 17). A fim de detectar essas identidades, apontar-se-ão alguns conceitos de brasilidade já estabelecidos, especialmente durante o século XX, por sociólogos, antropólogos e historiadores como Sérgio Buarque de Holanda, Gilberto Freyre e Roberto DaMatta. A metodologia utilizada no trabalho é prioritariamente qualitativa e se baseou na leitura bibliográfica das obras literárias, de textos conceituais e dos textos do corpus selecionado.

A análise recai sobre três reportagens de *Veja*, que constam nas seguintes edições da revista: 2.349, de 27 de novembro de 2013; e 2.351, de 11 de dezembro de 2013. Nota-se que uma visão eurocêntrica - herdada do pensamento hegeliano, do início do século XIX - continua presente na construção da identidade nacional e da brasilidade. Em um dos textos analisados, sobre o “padrão FIFA”, é possível que se perceba essa desvalorização da cultura brasileira - em oposição à cultura estrangeira: “[O ‘Padrão FIFA’ é] um conjunto de normas que começou a ser reunido na década de 90, passa por constantes atualizações e é visto como um dos pilares do altíssimo patamar de profissionalização - e lucro - dos campeonatos que seguem à risca, como os europeus”.

Ademais, percebe-se nas reportagens analisadas, que *Veja* constrói uma identidade positiva para o brasileiro que trabalha e estuda para o mercado e para a eficiência da técnica que leve ao lucro e nota-se que o periódico se mostra favorável à organização da Copa do Mundo no país quando trata de temas que envolvem o futebol como jogo (bola e campo), ou o futebol como negócio (bola e grana). Mas, ao mesmo tempo, reforçando uma perspectiva negativa sobre as características que definem o brasileiro e sua cultura, a revista se mostra desfavorável ao evento quando o assunto é infraestrutura e envolve trabalhadores – especialmente os que não possuem alto nível de estudo e especialização, ou os que não são vinculados à iniciativa privada e à eficiência da lógica de mercado – expressas, por exemplo, pelo ‘padrão FIFA’.

DAMATTA, R. et alii. *Universo do futebol – esporte e sociedade brasileira*. Rio de Janeiro, Pinakotheke, 1982.

DAMATTA, R. *Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro*. 6ª. ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

GARCÍA CANCLINI, N. *Diferentes, desiguais e desconectados: mapas da interculturalidade*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.

HOLLANDA, S. B. de. *Raízes do Brasil*. 26. São Paulo: Companhia da Letras, 1995.

MARCO CIVIL E CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA NO BRASIL

GABRIEL DOS OUROS
GIOVANNA FALCHETTO
JULIANA GOBBI BETTI

Este estudo visa aprofundar a análise sobre o Marco Civil da Internet, um dos tópicos abordados na pesquisa realizada para o Projeto Global ITV. A participação da UNESP no projeto atende a Chamada MCTI/CNPq nº 13/2012 - Programa de Cooperação Brasil/ União Europeia, sob a coordenação local dos professores Ana Silvia Médola, Francisco Machado e Maria Cristina Gobbi, contando com a participação de 15 bolsistas de graduação e pós-graduação (da FAAC e da FC) e dois bolsistas externos.

Com a recente aprovação e sanção da Lei no. 12.965, de 23 de abril de 2014, conhecida como Marco Civil da Internet, objetivamos analisar suas implicações em um cenário de convergência midiática, considerando, em especial, as relações entre Internet e a produção televisiva. Para isso buscamos compreender quais são os princípios, garantias, direitos e deveres estabelecidos pela legislação e de que formas eles podem afetar a produção e o consumo da televisão digital. Utilizamos a pesquisa bibliográfica e documental e a revisão de literatura como métodos-guia. Levamos em conta o cenário nacional além de pesquisas e relatórios internacionais que apontam as tendências de países cujos processos de digitalização e convergência estão em patamares mais avançados.

A Internet é uma ferramenta fundamental no exercício da cidadania, permitindo a comunicação, a liberdade de expressão e o acesso à informação, ainda, possui um papel primordial no futuro da televisão como principal forma de possibilitar a interatividade, o acesso ao conteúdo sob demanda e aos recursos e serviços comerciais e sociais. Todavia, seu uso ainda é restrito a 40% dos domicílios brasileiros (IPEA, 2014), mesmo com os investimentos do governo na democratização por meio do Plano Nacional de Banda Larga. Neste panorama, destaca-se a ampliação do acesso via dispositivos portáteis (que podem ser utilizados como segunda tela), são mais de 43 milhões de brasileiros que acessam a internet por celular (F/Nazca; Datafolha, 2013). Já a televisão é meio de maior penetração, 97,2% dos domicílios brasileiros possuem televisores (IBGE, 2013) e 65% dos brasileiros assistem televisão todos os dias (SECOM, 2014).

A legislação veio em época oportuna, não somente pela necessidade de regulamentação da Internet, mas também por estarmos em um momento de criação de modelos para a utilização das potencialidades interativas da televisão digital, fomentadas pelo switch-off do sinal analógico previsto para ter início em 2015.

Estes são apontamentos iniciais da pesquisa em desenvolvimento, mas podemos considerar que entre os pontos de maior influência (e polêmica) estão: 1. Art. 7, que garante a qualidade contratada da conexão à internet; 2. Art. 9, que determina a neutralidade da rede, afirmando que todos os pacotes de dados devem ser tratados de forma isonômica; e 3. Art. 10 e Art. 15, que regulamentam a guarda e proteção dos dados e registros pessoais de acesso a aplicações e serviços de Internet. Em conclusão, o Marco Civil poderá afetar diretamente a TV Digital brasileira.

Referências bibliográficas

BRASIL. Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Brasília: DOU, 2014

DINES, A. Marco Civil da Internet. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/videos/view/marco_civil_da_internet>. Acesso em: 28 abr. 2014.

F/NAZCA; DataFolha. F/Radar: Panorama do Brasil na Internet. São Paulo: F/NAZCA DataFolha, 2013.

IBGE. Pesquisa Nacional de Amostra por Domicílios 2012. Brasília: IBGE, 2013.

IPEA. Sistema de Indicadores de Percepção Social: Serviços de Telecomunicações. Brasília: Ipea, 2014

JENKINS, H. Cultura da convergência. São Paulo: Aleph, 2009.

MEDOLA, A.S.; MACHADO FILHO, F.; GOBBI, M.C. et al. High-level description of the GLOBAL ITV landscape. São Paulo: GlobalITV, 2014

MORAIS, O; GOBBI, M.C. Televisão Digital na América Latina. São Paulo: Intercom, 2012.

SECOM. Pesquisa Brasileira de Mídia. Brasília: SECOM, 2014.

A COMISSÃO NACIONAL DA VERDADE*GABRIEL ROSSETO BORGES**TATIANA STROPPA***1. BREVE DESCRIÇÃO DA PESQUISA**

O presente trabalho analisou os elementos que compõem a justiça de transição. Fez-se uma abordagem dos direitos à memória e à verdade e, em seguida, foram expostas as características, os objetivos e as atividades que compõem a atuação de uma Comissão da Verdade.

Partindo desse contexto, o estudo enfocou a Comissão Nacional da Verdade, criada pela Lei nº 12.528/2011, que tem o objetivo de apurar as violações aos direitos humanos praticadas por agentes públicos, pessoas a seu serviço, com apoio ou no interesse do Estado, no período compreendido entre 18 de setembro de 1946 até 05 de outubro de 1988.

2. OBJETIVOS

A pesquisa teve por objetivo geral estudar a justiça de transição, evidenciando quais são as políticas apontadas como imprescindíveis para que seja alcançada a paz e para que haja implementação de um regime democrático em uma sociedade pós-conflito.

Os objetivos específicos foram voltados para o estudo da Comissão Nacional da Verdade, bem como para uma reflexão acerca da efetividade do trabalho desta para reverter o panorama brasileiro de esquecimento das atrocidades praticadas durante os períodos ditatoriais.

3. MATERIAL E MÉTODOS

A pesquisa utilizou bases bibliográficas e documentais. Teve como fontes obras que tratam dos temas específicos, livros e artigos de revistas especializadas, dissertações e teses.

Portanto, neste trabalho, os pesquisadores verificaram os fatos já ocorridos e as discussões que antecedem o estudo para, posteriormente, fixarem a sua análise. Logo, o método dedutivo foi o utilizado, posto que a análise partiu de questionamentos gerais para particulares.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Diante do estudo feito, não restam dúvidas de que os trabalhos da Comissão e sobretudo o seu relatório final contribuirão muito para aclarar os fatos e restabelecer o direito à verdade. Entretanto, a postura dos militares e o acesso pleno a todos os arquivos ainda são empecilhos que não conseguiram ser superados pela Comissão.

Também restará saber se o Estado se comprometerá em cumprir as recomendações trazidas no relatório final e se haverá espaço para a punição dos torturadores e violadores dos direitos humanos.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da presente pesquisa, concluiu-se que a política de esquecimento adotada no Brasil não conseguiu lidar adequadamente com as violações aos direitos humanos perpetrados durante o período governamental autoritário/ditatorial. Nesse contexto, a instalação da Comissão Nacional da Verdade é um passo importante no processo de reconhecimento dos erros cometidos durante esse período. Todavia, tal Comissão não tem força para promover a reparação e a reintegração pretendidas. Para tal mister será necessário que o Estado brasileiro cumpra as recomendações que serão feitas pela Comissão Nacional da Verdade, no seu relatório final, previsto para dezembro de 2014, e caminhe para a punição dos torturadores e violadores dos direitos humanos, a partir da revisão da interpretação dada à Lei da Anistia.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BASTOS JUNIOR, Luís Magno; CAMPOS, Thiago Yukio Guenka. Entre as justiças retributiva e restaurativa: fragmentos em torno do debate sobre a justiça de transição. *Revista de Anistia Política e Justiça de Transição*. Brasília, v. 2, p. 292-320, jul./dez. 2009.

BENEDITTI, Juliana Cardoso; NAHOUM, André Vereta. Justiça de Transição e Integração Regional: o direito à memória e à verdade no Mercosul. *Revista de Anistia Política e Justiça de Transição*. Brasília, v. 1, p. 296-317, jan./jun. 2009.

BRASIL. Lei nº. 12.528, de 18 de novembro de 2011. Cria a Comissão Nacional da Verdade no âmbito da Casa Civil da Presidência da República. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2011/Lei/L12528.htm>. Acesso em: 23 nov. 2013.

BREGA FILHO, Vladimir; SANTOS, Roberto Lima. Os reflexos da "judicialização" da repressão política no Brasil no seu engajamento com os postulados da justiça de transição. *Revista de Anistia Política e Justiça de Transição*. Brasília, v. 1, p. 152-177, jan./jun. 2009.

BRITO, Alexandre Barahona de. Justiça transicional e a política da memória: uma visão global. *Revista de Anistia Política e Justiça de Transição*. Brasília, v. 1, p. 66-83, jan./jun. 2009.

CORREA, CRISTIAN. Programas de reparação para violações em massa aos direitos humanos: aprendizados das experiências de Argentina, Chile e Peru. Revista de Anistia Política e Justiça de Transição. Brasília, v. 3, p. 42-71, jan./jun. 2010.

CUEVAS, Eduardo Gonzalez. Até onde vão as comissões da verdade?. In: REÁTEGUI, Felix (Org.) Justiça de Transição: Manual para América Latina. Brasília: Centro Internacional Para Justiça de Transição, 2011, p. 339-356.

CURY, Paula Maria Nasser. Comissão da Verdade: análise do caso brasileiro. Revista de Anistia Política e Justiça de Transição. Brasília, v. 7, p. 262-295, jan./jun. 2012.

CUYA, Esteban. Justiça de transição. Revista Acervo, v. 24, p. 37-78, jan./jun. 2011. Disponível em: <<http://revistaacervo.an.gov.br/seer/index.php/info/article/view/463>>. Acesso em: 16 jun. 2013.

WEICHERT, Marlon Alberto. A Comissão Nacional da Verdade. In: SILVA FILHO, José Carlos Moreira da; TORELLY, Marcelo Dalmás; ABRAO, Paulo (Orgs.). Justiça de Transição nas Américas - olhares interdisciplinares, fundamentos e padrões de efetivação. Belo Horizonte: Forum, 2013, p. 1-18.

ADAPTAÇÃO LITERÁRIA PARA TELEVISÃO EM PLATAFORMA DIGITAL: UMA ANÁLISE DE "O CANTO DA SEREIA"*GABRIEL VICENTINI SIDORENKO*

Esta pesquisa além de analisar a estética da manifestação televisiva em "O Canto da Sereia", minissérie exibida pela TV Globo em 2013, onde procuramos descrever as estratégias discursivas que estruturam a narrativa, os temas e as figuras que possibilitam uma identificação com o texto literário original, o livro homônimo escrito por Nelson Motta em 2002, procuramos também investigar em que medida a perspectiva de veiculação da minissérie em uma televisão inserida no contexto de convergência midiática produziu formas expressivas inovadoras.

Produzimos a análise comparativa do plano de conteúdo de ambas as obras, utilizando para isso o percurso gerativo de sentido (GREIMAS; COURTÉS, 1979) referencial teórico metodológico da semiótica discursiva desenvolvida a partir dos anos sessenta por Algirdas Julien Greimas e a Escola de Paris.

O texto audiovisual foi composto por 4 capítulos de duração média de 43 minutos cada, nesses capítulos os roteiristas procuraram adaptar as 260 páginas do livro original escrito por Nelson Motta. Houve durante toda a minissérie momentos de afastamentos e aproximações com o texto original, podemos citar como exemplo a forma como a história é contada.

Os roteiristas optaram por uma adaptação fiel, por exemplo, ao narrar os acontecimentos em primeira pessoa a partir do actante do detetive Augustão no tempo presente (o hoje nas histórias). A narrativa acontece concomitantemente com acontecimentos presentes e passados (flashback), recurso este muito utilizado em produções audiovisual de dramaturgia.

De maneira geral pudemos notar que os roteiristas da obra audiovisual foram, em grande parte, fiéis ao texto original e cumpriram o objetivo de persuadir o enunciário da "verdade" da minissérie (BARROS, 2001).

A pesquisa encontra-se ainda em fase de desenvolvimento, mas com as análises produzidas até o momento pudemos perceber que no que diz respeito as estruturas narrativas e discursivas a obra audiovisual se manteve fiel ao texto original.

Referências Bibliográficas

BARROS, D.L.P. Teoria Semiótica do Texto. São Paulo: Ática. 2001.

FLOCH, J.M. Alguns conceitos fundamentais em Semiótica Geral. Trad. Analice Dutra Pilar. In: Documentos de estudo do Centro de Pesquisas Sociosemióticas. São Paulo, 2001.

GREIMAS, A.J.; COURTÉS, J. Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage. Tome 1. Paris: Hachette Université, 1979.

O CANTO da Sereia. Direção de José Luiz Villamarim. Produção executiva Ana Gabriela. Rede Globo. Rio de Janeiro: 2013. Minissérie.

TECNOLOGIA E INTIMIDADES: CIÚMES NO SITE BOLSA DE MULHER

GABRIELA LOPES ELLAS MARTIN

INTRODUÇÃO

"K.: Amigas eu namoro ha 2 anos, ele nunca demonstrou um pingo de ciúmes de mim, momento algum nunca! Fico me sentindo mal com isso achu q ele pode não me amar como ele fala. O q vcs acham a respeito disso? Obrigada. (16/07/2012)

C.: Você tem sorte dele não ser ciumento. Acho que o fato dele não ser ciumento não quer dizer que ele não te ame, mas sim que ele confie em você, por isso não se preocupa. Confiança num relacionamento é tudo! E ciúmes demais estraga, então não fique pensando nisso. Se ele é bom contigo, e estar com você, é porque ele lhe ama sim. Boa Sorte! (17/07/2012)

L.: Não me levem a mal, mas esse papo de que "vc deveria agradecer dele não ter ciúmes" só é bonitinho na teoria na prática dúvida que alguma mulher se sinta 100% segura se o companheiro não demonstrar em nenhum momento do relacionamento um certo "zelo", vejam bem, não me refiro a ciúmes doentio, perseguição ou nada disso. (17/07/2012)". (www.bolsademulher.com/forum/amor/f16/194702/)

A conversa relatada a cima mostra um tipo de interação bastante frequente no portal Bolsa de Mulher, no qual mulheres, na grande maioria, postam perguntas ou problemas de sua vida pessoal que são compartilhados entre a usuárias/os que buscam opinar ou mesmo dar conselhos para quem inicia o assunto. Os temas no site são diversos, predominam, entretanto sobre o "universo feminino", embora haja a presença de usuários do gênero masculino, a participação ativa em demandas do site é significativamente menor. Discussões que corriqueiramente são atribuídas como sendo de exclusivo interesse das feminino, como, por exemplo, moda, relacionamentos amorosos, carreira, astrologia, mercado de trabalho específico, bem-estar, casa e filhos.

A partir do diálogo pode-se ter uma pista do tema em que será focado neste trabalho que se vincula como um desdobramento da pesquisa recente concluída intitulada Infidelidade.com: a economia dos afetos nos sites de traição brasileiros, sob responsabilidade da professora doutora Larissa Pelúcio. Concentramo-nos num ambiente de aglutinação de pessoas que a partir da textualização intensa de sentimentos para verificar como as tecnologias de comunicação contemporâneas criam um campo de expressão, elaboração, reelaboração e trocas sobre intimidades.

Parte-se de alguns enfoques teóricos ligados a ciências sociais e à psicologia, mais especificamente de teorias ligadas a antropologia das emoções e da psicologia social, para uma análise exploratória desse campo. Com a intensificação do uso de mídias digitais por uma parcela significativa da população, pode-se observar que certos aspectos das relações interpessoais ganham novos modos de expressão, por meio dos quais novas subjetividades vão sendo conformadas.

A dicotomia entre público e privado é, assim, borrada. A exposição sistemática de sentimentos a um público anônimo e disperso parecem desafiar os pactos de sigilo que orientam, por exemplo, conduta de profissionais que, historicamente têm lidado com temas íntimos e pessoais, como é o caso da Psicologia. Área do saber na qual, divulgação de informações sobre pacientes é extremamente proibida e punida sob o argumento de que não se mostra interessante para o sujeito que informações pessoais sejam expostos publicamente.

Redes sociais como o Facebook, Twiter, Instagram e Orkut contradizem tais pensamentos no sentido em que os próprios usuários postam/publicam informações de sua vida pessoal a fim de se conectar num rede de relacionamentos que exige que o maior número de características pessoais sejam compartilhadas como condição de ser mais bem aceito dentro dessas redes. Paula Sibila (2008), aponta que nesses modos de relação tudo aquilo que concernia à intimidade pessoal tem transbordado seus limites, buscando uma exposição volutária para justamente construir-se um personagem visível, merecedor de atenção e, desejavelmente, de admiração.

Dentro dessa mesma lógica, o número de "curtidas" e/ou comentários que uma foto ou postagem arrecada no momento de sua publicação servem como definidores, mesmo que secundário, da "popularidade/abrangência" que um determinado indivíduo tem dentro da rede que este estabelece nas plataformas, sites e aplicativos onde constrói perfis. Essas novas ferramentas influenciam profundamente no modo como as pessoas se relacionam de forma afetiva mesmo na vida não virtual; é constante observar, quando inserido em ambiente de adolescentes e jovens, que o significado de uma curtida ou um comentário em determinadas situações é diverso.

Deparamo-nos, a partir de pesquisas bastante atuais, que a internet vem se mostrando um campo que, além de proporcionar a divulgação de informações numa velocidade nunca vista antes, coloca-se como uma ferramenta extremamente lucrativa para diversos seguimentos que pretendem explorá-la, como por exemplo, os sites de relacionamentos amorosos que lucram valores milionários (Illouz, 2011) como seus pacotes de serviços por ano.

Não obstante desse cenário, oortais como Bolsa de Mulher também se mostram bastante rentáveis mesmo que seu acesso aos usuários/as seja gratuito, sua lucratividade não é provida diretamente por usuários que mensalmente pagam

assinaturas para a utilização do site, mas de aluguel de espaço de propaganda para empresas e instituições que buscam a atenção do público acessante e cabe aqui dizer que seus anunciantes configuram-se como grandes multinacionais nos mais diversos setores de serviços.

Este grupo, pois é proprietário de outros portais de serviço, foi formando em 2002, se autodenominando pioneiro no segmento feminino na internet, tendo mais de oito milhões de visitantes por mês e média de 20 milhões de visualizações em suas páginas, segundo informação do próprio portal "conta com um público formado por 30% de todas as mulheres que acessam a internet no país" (<http://www.bolsademulher.com/quem-somos/>).

Dentro desse universo de postagens e compartilhamentos de informações, a expressão de sentimentos passa a ser algo corriqueiro. Na pesquisa observamos especificamente a expressão do ciúme, tratado ora como forma de manifestar amor, ora como expressão patológica que deve ser tratada por profissionais. Pudemos notar que a busca de ajuda para lidar com esse sentimento e a rede de apoio construída a partir de complicadas estabelecidas entre pessoas que não se conhecem pessoalmente e pouco sabem sobre a vida uma das outras, uma vez que o site não coloca impedimentos para o uso de imagens diversas em lugar de fotos pessoais, exigindo apenas para o preenchimento cadastral no Portal.

O anonimato se torna, muitas vezes, um importante elemento que autoriza essa exposição, de maneira que é justamente o fato de não conhecer (ou poder reconhecer) quem esta postando e interagindo como cada usuária/o o elemento de atração dos fóruns de discussão no Bolsa de Mulher. Assim, um sentimento ambíguo como o ciúme, ora tratado como positivo, pois seria prova de amor; ora como doentio e preocupante, encontra naquele espaço de anonimato e franca interação.

A presença do ciúme em textos literários não é escassa, tendo papel principal em tramas renomadas internacionais e nacionais, como na história Shakespeariana *Ateio* (escrito por volta de 1603) e no famoso romance brasileiro *Dom Casmurro*, de Machado de Assis.

A construção social dos significados desse fenômeno sociocultural passa por teóricos clássicos e faz-se presente ainda em discussões contemporâneas em diferentes campos de estudo das ciências humanas.

Diferentes conotações foram exploradas a partir desse conceito, as quais podem ser destacadas as positivas ou inatas e negativas/sofrimento.

Sigmund Freud (1976), uma das maiores influências do estudo de afetos e sentimentos na área das ciências Psi (entendo essa expressão como teorias provindas da Psicologia, Psicanálise e Psiquiatria), debruçou-se sobre a psique humana e considera o ciúme como um mecanismo natural e normal a todo ser humano e ainda completa que a ausência deste no sujeito pode ser resultado de uma severa repressão que desempenha papel significativo no inconsciente. Em seu texto "Alguns mecanismos neuróticos no ciúme na paranoia e no homossexualismo" (1922), identificou três camadas/ graus deste: 1) competitivo ou normal, 2) projetado e 3) delirante. Os estudos da temática nessa filosofia de pensamento não foram deixados de lado, nos quais a abordagem aprofundada-se nos eventos da infância para justificar a existência do ciúme e de sua representação perversa.

Almeida (2007) afirma que esse sentimento passa a ser mais estudado a partir de 1977, como uma reunião maior de estudiosos voltados para a sua compreensão diferentes posturas perante esse objeto de estudo. A divisão de autores de diversas nacionalidades e momentos históricos resultou em quatro blocos de caracterizações, àqueles que o definem como sentimento, outros como uma emoção negativa, ainda como emoção aversiva e, por fim um complexo de pensamentos, emoções e ações.

Nesta pesquisa, consideramos também que a expressão dos sentimentos possa, em nossa sociedade, por uma intensa pedagogização das emoções. Processo que carrega claras marcas de gênero. Guacira Lopes Louro e seus colaboradores (2012) mostram como a construção de gênero e da sexualidade histórica, é marcada por diversas relações de aprendizagens e práticas inseridas numa infinidade de instituições culturais e sociais, como família, igreja, escola.

Não se pode ignorar nesse cenário de mudança do status e significados dos relacionamentos, atrelados às lutas dos grupos subalternos, as construções de novas teorias e formas de pensar que modificam as noções de gênero até então tidas como legítimas e mesmo naturais. Mesmo que as lutas para essas mudanças de padrões normativos e baseados em binários impostos, como feminino/masculino ou homo/heterossexual, tenham ganhado força e espaço nesse novo cenário, não é possível colocá-la como hegemônica, mas pelo menos possibilitou uma multiplicação nos seus modos de compreensão (LOURO et al., 2012).

Mesmo após conquistas realizadas no âmbito de igualdade e direitos de gênero, especialmente no contexto do pós-guerra, podemos observar atualmente o retorno de afirmações que exploram concepções bastante essencialistas do feminino e do masculino, como o ciúme que é associado e representado, na maioria das vezes, como um sentimento feminino, ligado ao irracional e ao emotivo. Quando associado ao masculino é, muitas vezes, tomado como legitimador e justificador de atos violentos, remontando valores pretéritos ligados à honra. Sendo ainda, considerado legítimo em contextos amorosos heterossexuais e, sobretudo, naqueles em que a hierarquia entre masculino e feminino é flagrante.

OBJETIVO

o seu tratamento nesse trabalho não excluirá nenhuma das conotações acima citadas para referir-se ao ciúme, porém, utiliza-se a visão de que o ciúme é um fenômeno sociocultural, significado e adjetivado de acordo com o momento histórico e as relações amorosas e de propriedade que estão em vigência num determinado recorte temporal. Mais que isso, exploraremos seu tratamento a partir de uma visão crítica de desigualdade de gênero, na qual a sua expressão

entre homens e mulheres se dá de forma diferenciada dependendo do contexto. Tomamos para tanto o fenômeno dos sites, especificamente o Bolsa de Mulheres, nos quais intimidades e tecnologias se encontram para favorecer a expressão de sentimento privados e suscitando respostas de anônimos para questões que o modelo burguês de gestão emocional construiu como sendo de fórum íntimo e que deveriam ser reveladas a poucas pessoas próximas e/ou a profissionais capacitados.

METODOLOGIA

As pesquisas desenvolvidas em mídias digitais vêm crescendo de forma rápida nos últimos anos, áreas de estudo que envolvam a psicologia, ciências sociais e a comunicação vem seguindo uma corrente mundial de estudos das interações e relações sociais iniciadas ou mantidas por meio de redes sociais.

Por se tratar de um fenômeno considerado novo/moderno, pouca literatura no que se refere à metodologia de pesquisa é encontrada. Ainda pode ser considerada em construção as premissas que guiam esse tipo de pesquisa e intervenção, mesmo que postulados éticos aplicados em pesquisas mais tradicionais se apliquem para a pesquisa em mídias digitais, alguns fatores que são específicos a esse campo ainda são colocados em dúvida no momento da utilização das informações coletadas, por exemplo, o uso de fotos e recortes de discurso clipados de fóruns e matérias.

Porém, valem aqui normativas éticas que orientam pesquisas fora da rede como preservação do anonimato das pessoas envolvidas, respeito às suas decisões de participar ou não da pesquisa; nesse projeto específico, para o resguardo das identidades será modificado o 'nick' (nome escolhido pelo próprio indivíduo no momento de cadastro no portal) do sujeito, pois estes são marcas identitárias e denunciam as pessoas que são assim conhecidas naquele círculo de relações.

Primeiramente, toma-se necessário definir mídias digitais para que sua compreensão não seja alvo de duplas interpretações, Richard Miskolci (2011), em seu texto "Novas conexões: notas teórico-metodológicas para pesquisas sobre o uso de mídias digitais", apresenta a seguinte definição, que será utilizada nesse trabalho:

"Mídias digitais são uma forma de se referir aos meios de comunicação contemporâneos baseados no uso de equipamentos eletrônicos conectados em rede, portanto referem-se - ao mesmo tempo - à conexão e ao seu suporte material. Há formas muito diversas de se conectar em rede e elas se entrecruzam diversamente segundo a junção entre tipo de acesso e equipamento usado. (MISKOLCI, 2011, p. 12)".

Segundo Miskolci (2011), as mídias digitais têm a capacidade de potencializar serviços que no passado já eram considerados inovadores, como a distribuição de cartas, por exemplo, que hoje é em parte substituída por e-mails. Entretanto, do mesmo modo que as cartas utilizadas no passado acabavam por restringir seu acesso aos letrados, o uso de novas tecnologias de comunicação e socialização de informações também não abrange uma totalidade populacional. Segundo levantamento realizado no Comitê de Internet e Ibope, pelo autor, apenas 40% da população brasileira tem acesso a esse tipo de avanço tecnológico. Porém, mostrar-se como uma margem de abrangência em crescimento, graças a democratização desses aparelhos em escolas, lan houses e outras localidades, esse número é considerado bastante significativo e passível de exploração científica.

O estudo das mídias se justifica nas interações que são criadas por esses meios, pois a socialização é considerada de forma consensual o motivo mais presente nos sujeitos para o ingresso nessas mídias.

Mais que isso, as novidades tecnológicas não acontecem de forma independente, estão inseridas num contexto social e cultural e passam a interferir ativamente neste e também transformá-lo (MISKOLCI, 2011).

Seria impossível rastrear e analisar todos os portais existentes na internet que de algum modo citassem o ciúme em seu conteúdo publicado, por isso, decidiu-se que para uma análise mais profunda de conteúdos realizou-se um recorte de portais e participantes que seriam inseridos e interpretados nesta pesquisa.

Optou-se pelo portal "Bolsa de Mulher" como local principal de análise de conteúdo e clipagem de matérias; porém, matérias que forem consideradas relevantes em outros sites serão trazidas para a discussão.

O acesso às matérias é livre para qualquer pessoa que entre no link da plataforma, entretanto, a participação em fóruns ou a possibilidade de fazer comentários às matérias publicadas é restrita para aquelas ou aqueles (o site não barra o cadastro de homens) que preencherem o cadastro e concordem com os termos de uso do site. Para realizar essa tarefa, o portal não checa as informações que são colocadas na ficha cadastral, a única informação que deve ser fidedigna é um e-mail pelo qual o site confirma o cadastro e então permite o acesso aos conteúdos; informações como nome, idade, sexo, data de nascimento, etc, são necessárias mas não são checadas pelo site.

A busca pelo conhecimento de que tipo de pessoas acessariam esse portal e quais seriam as características divulgadas nessa comunidade foi um interesse dos organizadores. entretanto, em meio a construção desse recorte o portal Bolsa de Mulher, aproximadamente dezembro de 2013, a sessão do site destinada a interação entre os participantes foi colocada em manutenção e até a presente data não teve retorno de funcionamento. Desse modo, foi impossível a verificação de tais dados.

Para a elaboração desse projeto de pesquisa, optou-se pelo estudo das mídias digitais a partir de uma pesquisa exploratória. Nela busca-se propiciar aproximação da problemática escolhida, com o objetivo de que ao final o fenômeno se torne menos estranhos no sentido de sua descrição, sanar algumas hipóteses já levantadas e buscar novos campos de pesquisa que possam estar envolvidos (GIL, 2002).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Notamos que as visões do ciúme dentro desse espaço coloca-se em momentos como essencial para a manutenção de um relacionamento e em outros recortes como um elemento que de cunho patologizante que só faz piorar as relações.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, T. Ciúme romântico e infidelidade amorosa entre paulistanos: incidências e relações. 2007.

Dissertação (Mestrado em Psicologia). Universidade de São Paulo (USP), São Paulo: USP, 2007.

ARREGUY, M. E. e GARCIA, C. A. A ausência do ciúme como um ideal cultural: reflexões cínicas sobre a fragilidade subjetiva frente ao amor na atualidade. Rio de Janeiro: Physis Revista de Saúde Coletiva 22 (2), p. 755-778, 2012.

FREUD, S. {1976}. Alguns mecanismos neuróticos no ciúme, na paranoia e no homossexualismo. In S. Freud, Edição standard brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud {Vol. 18, pp. 271-281} Rio de Janeiro: Imago. Trabalho original publicado em 1922.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MISKOLCI, R. Novas conexões: notas histórico-metodológicas para pesquisa sobre o uso de mídias digitais. Natal: Cronos, v. 12, p. 09-22, 2011

SIBILA, P. O Eu espetacular ... O show do eu: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova • Fronteira, 2008.

ANÁLISE DA COMPOSIÇÃO VISUAL E DOS ENQUADRAMENTOS DO EPISÓDIO FLY, DA SÉRIE BREAKING BAD*GABRIELA STAFFA*

A composição visual é uma relação harmoniosa de elementos visuais que atua subjetivamente no receptor, é parte integrante da gramática audiovisual e promove técnicas para melhor leitura e entendimento dos produtos visuais. Um enquadramento é a ação de selecionar determinada porção de cenário para ser colocado na tela com ângulos de câmera e planos específicos. Assim, nos enquadramentos, há a presença de composição visual.

Os elementos visuais de um enquadramento são os pontos, as linhas, as formas, a direção, o tom, a cor, a escala, a textura, a dimensão, o movimento e o equilíbrio. Este é um elemento fundamental, pois a visão do ser humano busca o eixo vertical-horizontal involuntariamente em todo lugar que é observado para obter tal equilíbrio em qualquer obra.

Este artigo selecionou o estudo da composição visual e os enquadramentos de um produto audiovisual. Seu objeto de estudo é o seriado Breaking Bad, com um recorte do episódio Fly (episódio 10 da terceira temporada) do seriado. Breaking Bad tem cinco temporadas, com treze episódios cada. Assim, é uma série formada por 62 episódios, transmitidos de 2008 a 2013 pelo canal AMC (American Movies Classics). O episódio estudado foi transmitido dia 23 de maio de 2010 nos Estados Unidos e no dia 22 de maio de 2011 no Brasil. A escolha deste objeto deve-se ao fato de ter referências de composição e enquadramentos fora do habitual. Como recorte tem-se o episódio Fly, onde o protagonista tenta matar uma mosca que está em seu laboratório durante os 45 minutos do episódio.

O objetivo desta pesquisa é apontar os recursos empregados pelo diretor ao compor os enquadramentos que apresentam usos diferenciados dos elementos da linguagem visual.

O método utilizado para a pesquisa é o Estudo de Caso (YIN, 2005), as categorias de análise como os pontos, as linhas, as formas, a direção, o tom, a cor, a escala, a textura, a dimensão, o movimento e o equilíbrio foram fundamentadas no conceito de sintaxe visual (DONDIS, 1997). Selecionaram-se três cenas para análise.

Os resultados iniciais apresentam tensão entre os cortes, uma vez que, os planos compostos fora do eixo vertical-horizontal de equilíbrio são editados em uma sequência de planos equilibrados, criando no receptor uma sensação de irritabilidade, entre outros resultados. Observou-se o desrespeito às regras dos três terços. Constatou-se que o diretor não faz uso de elementos visuais estáticos, como ponto e formas.

Neste estudo, procuramos demonstrar que as narrativas contemporâneas estão quebrando paradigmas. A linguagem do audiovisual modificou-se na virada do século e fomentou a liberdade de expressão através do rompimento com a sintaxe clássica.

Referências:

DONDIS, D. A. Sintaxe da Linguagem Visual. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997. 236 p.

GAGE, L. D.; MEYER, C. O Filme Publicitário. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1991. 218 p.

NÚCLEO DE RELAÇÕES PÚBLICAS DA RÁDIO UNESP FM: PROJETO “RÁDIO NO CAMPUS”*GABRIELE DE ALMEIDA TROIA JAVARO**RAQUEL CABRAL**FERNANDO GARCIA CANIÇAIS**MANUELA SANCHES*

Breve descrição Projeto de Extensão Universitária:

Criada em 1991, a Rádio Universitária “Rádio UNESP FM”, sediada no campus de Bauru, é uma emissora pública, com caráter educativo e cultural, mantendo uma programação diversificada, oferecendo cultura, educação, prestação de serviços à comunidade. Além da preocupação com a educação e o desenvolvimento e promoção da cultura local, ao ser uma rádio pública, segundo Klockner e Prata (2009, p. 15): “sua função maior é levar a informação de interesse público, a mais completa possível, aos diversos segmentos sociais”.

Nesse sentido, dentro do contexto da universidade, o Núcleo de Relações Públicas da Rádio UNESP FM é um Projeto de Extensão criado em 2013 que tem a finalidade de melhorar o relacionamento da Rádio com seus diversos públicos, aprimorando sua estratégia de comunicação. Dessa forma, em 2013 o Núcleo de RP realizou um mapeamento dos públicos da Rádio através de uma pesquisa de opinião, como primeira ação para elaborar uma análise da segmentação de públicos, suas preferências na programação e, a partir desse diagnóstico, traçar estratégias para aproximar públicos potenciais da Rádio.

Levando em conta que a Rádio UNESP FM está inserida no Campus de Bauru, um público potencial é a comunidade de estudantes, docentes e funcionários do campus. Diante disso, a pesquisa realizada com este público revelou que apenas 10% dos entrevistados conheciam a Rádio. Sendo assim, o projeto “Rádio no Campus” surgiu a fim de divulgar a emissora para esse público potencial, a fim de aproximar a comunidade local da Rádio.

Objetivos:

O projeto “Rádio no Campus” tem como objetivo principal aproximar a Rádio UNESP FM da comunidade universitária, a fim de dinamizar o relacionamento da instituição com seu público potencial efetivando sua missão como rádio universitária e educativa.

Material e métodos:

Cabe destacar que o estágio atual do projeto está em desenvolvimento inicial, onde a proposta é realizar um estudo técnico com previsão orçamentária que será apresentado ao Conselho da Rádio UNESP FM para análise. Nesse estudo, está prevista uma análise técnica acompanhada por profissionais técnicos da própria Rádio no sentido de viabilizar a proposta de instalação de caixas de som em lugares estratégicos do campus (cantinas, departamentos, seções técnicas, etc.). Após a análise técnica do projeto, também estão previstas ações de divulgação dentro do Campus com o objetivo de envolver a comunidade universitária.

Resultados e discussões:

O Projeto “Rádio no Campus” ainda está em fase inicial de desenvolvimento; portanto, ainda não há resultados dessa ação estratégica. Entretanto, espera-se que o objetivo seja alcançado e que proporcione um embasamento teórico e prático de articulação de relacionamento das Relações Públicas Comunitárias para os bolsistas envolvidos no projeto.

Considerações finais:

Cabe considerar que o projeto “Rádio no Campus” possibilitará um contato mais próximo com a comunidade universitária. Dessa forma, a Instituição, que é a única rádio da UNESP, poderá aprimorar seu relacionamento com um público potencial, garantindo a sua divulgação e aumentando a sua visibilidade, além de abrir um canal com as comunidades locais levando cultura e educação para dentro do Campus. O projeto também tem em vista a realização de parcerias com organizações de incentivo à educação, cultura e cidadania, a fim de viabilizar o projeto orçamentário.

Referências bibliográficas.

KLOCKNER, L; PRATA, N. História da mídia sonora: experiências, memórias e afetos de norte a sul do Brasil. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2009.

LATTIMORE, Dan; BASKIN, Otis; HEIMAN, Suzette e TOTH, Elizabeth. Relações com a Comunidade, In: Relações Públicas: profissão e prática, 3ª Ed., Porto Alegre: AMGH, 2012. Pg 222-248.

GLOBAL ITV: SEGUNDA TELA E SUAS APLICAÇÕES*GIOVANE NAVARRO ROCHA**BERNARDO AUGUSTO GOMES FONTANIELLO**FELIPE RUAN HAGUEHARA***1. Breve descrição da pesquisa:**

Com o advento do sistema híbrido de televisão, o uso da Segunda Tela é a tecnologia que tende a se tornar um hábito em nosso cotidiano. Pesquisando a respeito de dados que envolvem o uso da Segunda Tela pudemos fazer uma projeção de cenários que demonstram como tal tecnologia poderá interferir em nosso cotidiano, desde a utilização dela por crianças que já nascem nesse meio, até idosos que buscam ou podem se adaptar para tal realidade. Para tanto, contamos com o apoio do Global ITV, um consórcio formado entre universidades brasileiras e União Europeia que irá propor um novo marco à digitalização da televisão. O projeto buscará soluções para a convergência da TV com a Internet com foco na interatividade. Tendo em vista tais propostas abordaremos a tecnologia da Segunda Tela e suas aplicações.

2. Objetivos:

Fomentar a pesquisa de desenvolvimento tecnológico da televisão híbrida (HbbTV) que envolve a interatividade entre o telespectador e o programa que está assistindo, com foco na utilização da segunda tela. Tornar mais relevante a Segunda Tela nos âmbitos social e acadêmico. Destacar a inclusão digital das pessoas consideradas inábeis a esta tecnologia interativa.

3. Materiais e métodos:

Para elaborar esta pesquisa nos utilizamos de bancos de dados públicos virtuais. Com os dados coletados e pertinentes ao tema construímos o foco de nosso trabalho e pudemos transcorrer sobre a Segunda Tela e suas aplicações. Além disso recorreremos a uma bibliografia especializada posteriormente citada no item 6.

4. Resultados e discussões:

É interessante notar que a população idosa, antes digitalmente incapazes, hoje apresentam um desejo de se manterem conectados devido às facilidades que o mundo digital lhes proporciona, o que faz crescer a demanda de tais produtos no mercado.

Quem também precisa de atenção são as crianças e os adolescentes, pois a tecnologia funciona como uma espécie de babá e influencia nas atitudes futuras deste nicho, também caracterizando-se como as pessoas que mais assistem à televisão sozinhas.

A pesquisa nos mostrou que é possível a interação entre o conteúdo tradicional da televisão com informações vindas numa segunda tela. Como exemplo podemos citar o programa da Rede de Globo de Televisão, SuperStar, que aplica esse conceito com pioneirismo ao público brasileiro. Os espectadores votam em tempo real pelo celular usando um aplicativo próprio do programa, sendo que na exibição ao vivo aparecem avatares dos votantes numa tela no estúdio. Essa interatividade já é velha conhecida dos países mais desenvolvidos em programas como The X Factor, ou nas de sucesso The Walking Dead e Breaking Bad.

5. Considerações finais:

Toda essa pesquisa voltada ao público usuário de tecnologias interativas e a aplicação da Segunda Tela tem como foco principal a real implantação desses equipamentos no Brasil, em parceria com a União Europeia, visto que a inclusão digital em nosso país ainda é deficiente.

A implantação dessas tecnologias tem que vir acompanhada da reeducação dos usuários para um funcionamento eficaz dos meios, pra isso há de ter uma conscientização do público que se utilizará da interatividade da Segunda Tela.

Referências Bibliográficas

Deloitte. Survival the fastest: TV's evolution in a connected world. London: s.n., 2013. Ericsson Consumer Lab. TV and Media: Identifying the needs of tomorrow's video consumers. s.l.: Ericsson, 2013.

Sync, Second. Watching with friends: how TV drives conversation on Facebook. Bristol: Second Sync, 2014.

INTERFACES DO JORNALISMO HIPERLOCAL COM OS PROCESSOS CRIATIVOS DOS ARRANJOS PRODUTIVOS LOCAIS

*GIOVANI VIEIRA MIRANDA
JULIANO MAURÍCIO DE CARVALHO*

INTRODUÇÃO: A pesquisa tem a pretensão de analisar as principais transformações nos conceitos de estrutura e supraestrutura dos processos de produção e consumo de conteúdos informativos jornalísticos tendo como referencial teórico os novos paradigmas sociais, econômicos e tecnológicos consequentes do atual cenário de reconfiguração das plataformas, conteúdos e linguagens. Para tanto, busca-se compreender as possíveis alterações no macroecossistema de produção jornalística a partir das análises dos processos de produção e gestão dos arranjos produtivos locais mediante os aspectos da denominada cultura digital.

OBJETIVOS: Compreender como os atuais processos produtivos do Jornalismo Hiperlocal se tornam uma possibilidade de fomento à gestão dos arranjos produtivos locais (APLs) em um contexto global da cultura digital; levantar e analisar a literatura sobre o tema, incluindo uma análise específica de trabalhos que objetivaram a definição do conceito de jornalismo hiperlocal com interfaces nos modelos digitais.

MATERIAL E MÉTODOS: A investigação é conduzida dentro de uma abordagem exploratória descritiva. O propósito maior da pesquisa é levantar informações, traçar cenários e apontar perspectivas para futuros estudos. Em um primeiro momento, é realizada a revisão bibliográfica com preferência pela abordagem histórica e cultural para se alcançar uma visualização abrangente das transformações tecnológicas, mercadológicas, comunicacionais e culturais que a comunicação digital em rede tem protagonizado no atual contexto social brasileiro.

DISCUSSÕES: Em um momento quando há uma tendência de homogeneização das identidades globais, de mundialização das culturais e da intensificação dos fluxos informacionais, surge o contraponto, a valorização do local, como se o cidadão, frente a tanta diversidade cultural e de valores, buscasse uma ancoragem na qual possa se referenciar e se identificar. Hall analisa que a “globalização caminha em paralelo com um reforçamento das entidades locais, embora isso ainda esteja dentro da lógica da compreensão espaço-tempo” (2006, p. 80). Neste contexto que fala ao mesmo tempo em local e em universal, a cidadania ganha novos recortes e surgem novas formas de como abordá-la na vivência jornalística. Por sua vez, as cidades e a vida urbana apresentam esta diversidade e esta riqueza de culturas, embora não sejam puras, pois “é difícil conservar as identidades culturais intactas ou impedir que elas se tornem enfraquecidas através do bombardeamento e da infiltração cultural” (HALL, 2006, p. 74). Nessa direção, a cidade é percebida “como um palco onde se desenvolve a relação social, a vida social e, mais ainda, um forma que permeia a configuração social e dela participa” (LEMOS, 2011, p. 19). Cada cidade tem sua memória, que se encontra em cada bairro particular, por meio de “cenários idealizados, por rituais nos quais os habitantes se apropriam do território urbano, por narrações singulares que se consagram” (CANCLINI, 2005, p. 90, tradução nossa).

CONSIDERAÇÕES: Diante dos apontamentos, pode-se assegurar que a pesquisa se insere em um contexto em que se desenvolvem alterações comunicacionais e o jornalismo e suas potencialidades digitais se consolidam, conquistando o seu espaço e entre os media tradicionais, funcionando como uma alternativa ou complemento a esses. Paralelamente, em um mundo pautado pelo fenômeno da globalização, emerge uma crescente curiosidade e interesse pela informação de proximidade, que ganha uma nova ambiência em ambiente digital. O jornalismo hiperlocal vem dar à comunidade a oportunidade de expressar e criar laços de identidade, em contraponto à cultura mundializada e à padronização das produções jornalísticas

REFERÊNCIAS:

CANCLINI, Néstor Garcia. *Consumidores Y Ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Editora Grijalbo, 1995.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 4ª Ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

LEMOS, Celina Borges. *Antigas e novas centralidades: a experiência da cultura do consumo no centro tradicional de Belo Horizonte*. Belo Horizonte, Editora Escola de Arquitetura da UFMG, 2011.

O GOLPE CIVIL-MILITAR DE 1964 E AS MUDANÇAS NA UNIVERSIDADE BRASILEIRA

*GIOVANNA PRETI SALOMONI
BRUNA QUAGLIO GUERREIRO
SOLON BARBOSA VELOSO NETO*

1. Breve descrição da pesquisa ou projeto de extensão universitária:

O Núcleo de Estudos e Observação em Economia Criativa, Neocriativa, se dedica à prospecção do território criativo subalterno, tomando como lócus de pesquisa a cidade de Bauru. A partir da observação dos fenômenos criativos, o núcleo visa pensar políticas públicas para os arranjos produtivos intensos de cultura locais, APLIC's.

2. Objetivos:

O artigo expõe as mudanças estruturais na educação que afetaram a universidade brasileira a partir do Golpe Civil-Militar de 1964; levando em conta o curto período democrático (1945-1964) que antecedeu a ditadura militar e o contexto que sucedeu no golpe, pontuando a ação de órgãos de inteligência públicos e privados nacionais e internacionais. Também se pretende mostrar como o formato se reproduziu até os dias atuais no modelo de universidade brasileiro, que resistiu à redemocratização, nos anos 80 e se aprofundou na década de 90 através das políticas neoliberais.

3. Material e Métodos:

A bibliografia utilizada serviu de base material para o artigo, formado através da discussão e da utilização do método dialético.

4. Resultados e Discussões:

A ditadura legou um elo entre o autoritarismo do regime militar e as políticas da universidade. A ideologia produtivista prevaleceu, vinculando a educação pública aos interesses do mercado, favorecendo a privatização do ensino e implantando uma estrutura organizacional que se consolidou e vige até hoje. A Lei nº 5.540/68 da reforma universitária e o acordo MEC-USAID (United States Agency for International Development), são os principais pontos de sustentação dessas políticas de alinhamento ao modelo estadunidense de universidade, rendendo a educação brasileira aos interesses dos Estados Unidos, que tiveram participação ativa no próprio Golpe Militar.

5. Considerações Finais:

Ao longo da década de 1960, o Brasil assinou acordos com o órgão estadunidense "United States Agency for International Development" (USAID). O órgão é um departamento do governo dos Estados Unidos, criado em 1961, e trabalha no auxílio a países subdesenvolvidos. No entanto, o órgão merece ressalvas pelo intuito de implantar políticas nos países periféricos. À época da assinatura dos acordos, seu trabalho estava sob o pano de fundo da Guerra Fria, e se concentrava em evitar que países adotassem o comunismo. Para tal, implantava políticas de ação que interferiam nos governos de diversos países.

As políticas implantadas pelo USAID tiveram especial atenção na área de formação do ensino superior, como se deu no Brasil, a partir 1966, pelo nome de "Acordo MEC-USAID de Assessoria do Planejamento do Ensino Superior". Para a realização do acordo, em 1965 o ministro da Educação e Cultura, solicitou um relatório sobre a situação das universidades brasileiras ao governo dos Estados Unidos, que defendia o planejamento do sistema educacional voltado às necessidades do mercado, política que impede o desenvolvimento tecnológico autônomo. Seus apontamentos deram bases ao acordo.

A nova estrutura universitária extinguiu as cátedras e criou o vestibular, instituindo o sistema de créditos por disciplina, subordinadas aos departamentos, também recém criados. O incremento da participação privada no ensino superior brasileiro foi então incentivado pelo governo militar. No período entre 1964 e 1973, o ensino superior cresceu 744,7%. O crescimento reflete a política em prol da privatização do ensino. Entre 1968 e 1976, o número de instituições públicas de ensino superior passou de 129 para 222, enquanto as instituições privadas saltaram de 243 para 663.

6. Referências Bibliográficas:

1. GASPARI, Élio. "A Ditadura Derrotada". São Paulo: Companhia das Letras, 2002
2. _____. "A Ditadura Envergonhada". São Paulo: Companhia das Letras, 2002.
3. _____. "A Ditadura Escancarada". São Paulo: Companhia das Letras, 2002.
4. _____. "A Ditadura Derrotada". São Paulo: Companhia das Letras, 2002.
5. SAVIANI, Dermeval. "O legado Educacional da Ditadura Militar". 2008. Disponível em:
<<http://www.cedes.unicamp.br>>

TENDÊNCIAS DO JORNALISMO ATUAL: TRANSFORMAÇÕES DE PARADIGMAS

GISLEINE FÁTIMA DURIGAN NUNES
FRANCISCO ROLFSEN BELDA

Este trabalho tem o propósito de discutir o atual cenário do jornalismo frente ao impacto das mudanças em seu ecossistema, ocorridas, principalmente, na última década. Com a identificação dos elementos que caracterizam tais mudanças, o trabalho objetiva contribuir para a compreensão deste processo de renovação que o jornalismo passa no momento presente. As inovações tecnológicas dos últimos anos e a mudança nos hábitos de consumo de notícias impulsionaram uma série de significativas transformações nos paradigmas do jornalismo, que procura se adaptar às mudanças da atualidade. Diversos autores (Cardoso, 2007; Canavilhas, 2011; Anderson, Bell, Shirky, 2012; Barbosa, 2013; Conde, 2013; Barichello, Dutra, Rublescki, 2013; Bassets, 2013) têm discutido a necessidade de uma reestruturação não só na forma de produção de notícias, mas também em sua distribuição e posterior veiculação. Desta forma, a partir de uma revisão sistemática de literatura, com a compilação e discussão crítica de obras de referência na área, o trabalho desenvolve uma reflexão acerca das tendências do jornalismo nos dias atuais. De acordo com Canavilhas (2011), estamos vivendo em um novo ecossistema midiático, no qual a informação não é mais periódica, mas onipresente, e o consumidor é quem decide como, quando e onde deseja receber as informações. Assim, as notícias buscam o público e não mais o contrário, e essa inversão implica no surgimento das mudanças nos conteúdos noticiosos que devem responder às características dos novos meios. Segundo Anderson, Bell e Shirky (2012), as mudanças trazidas pela internet e pelo celular, e por aplicativos erguidos sobre cada plataforma dessas, são diversas e disseminadas o bastante para frustrar qualquer tentativa de pensar a atual transição como uma força ou fator únicos. E, para entender a situação como uma mudança no ecossistema, é preciso ter uma noção de onde as mudanças estão ocorrendo, e de como interagem. Para os autores, não se trata apenas de pontos isolados de mudança, mas de muitos fatores que se inter-relacionam e ocasionam uma ruptura nos antigos paradigmas do jornalismo. O próprio termo "audiência" passa a ser questionado, uma vez que o antes passivo consumidor passa, agora, a gerador de conteúdo, com a capacidade de produzir, modificar e compartilhar notícias em uma rede global, através das mídias sociais. Por outro lado, as instituições jornalísticas vêm perdendo o controle da notícia e sua antiga posição privilegiada de detentora da informação. A queda da receita publicitária de anunciantes nos meios de comunicação tradicionais, como jornais impressos, tem sido vertiginosa. E com a significativa diminuição do valor da publicidade, o risco que se corre é que a qualidade da produção de conteúdo jornalístico também seja reduzida de forma drástica. Como aponta Bassets (2013), os meios de comunicação tradicionais vivem uma crise resultante do paradoxo atual - ao mesmo tempo em que os meios tecnológicos e a rede de articulação global proporcionam o maior alcance histórico da informação, privilegiando a transparência e o acesso a uma diversidade de dados, também geram drásticas quedas no preço dessa informação, o que leva ao risco da própria extinção das instituições jornalísticas e a desvalorização dos profissionais responsáveis pela correta apuração da veracidade dos fatos. Para Bassets (2013), a crise atual pode ser resumida na seguinte pergunta: como vender um produto informativo a um cidadão hiperconectado que encontra tudo o que deseja saber sem a necessidade de pagar nada por isso? Em meio a este contexto, as organizações jornalísticas buscam adaptar seus conteúdos noticiosos aos novos ambientes midiáticos convergentes. O trabalho ainda está em andamento, portanto, os resultados não foram concluídos. No entanto, ainda que de uma forma preliminar, segundo as obras levantadas, as discussões apontam para o jornalismo transmídia e a necessidade da reestruturação das instituições jornalísticas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGUADO, Juan Miguel; FEIJÓO, Claudio; MARTÍNEZ, Inmaculada J. (Coord.). *La Comunicación Móvil*. Barcelona: Gedisa, 2013.
- ANDERSON, C. W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. *Jornalismo Pós-Industrial: adaptação aos novos tempos*. Revista de jornalismo ESPM. São Paulo, n.5, p. 30-89, abr./mai/jun.2013.
- BASSETS, Lluís. *El último que apague la luz*. Madrid: Taurus, 2013.
- CANAVILHAS, João. *El nuevo ecosistema mediático*. Index comunicación, Covilhã, n.1, p. 13-24, 2011.
- CARDOSO, Gustavo. *A mídia na sociedade em rede: filtros, vitrines, notícias*. 1 ed. Rio de Janeiro: FGV, 2007.
- JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. Tradução Susana Alexandria. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- HERREROS, Mariano Cebrián; VIVAR, Jesús Flores. *Periodismo en la telefonía móvil*. Madrid: Fragua: 2011.
- PAULINO, Rita de Cássia Romeiro. *Conteúdo digital interativo para tablets-Ipad: uma forma híbrida de conteúdo digital*. Revista de Estudos da Comunicação, Curitiba, v.14, n.33, p. 91-106, jan./abr. 2013.
- PORTO, Denis; VIVAR, Jesús Flores. *Periodismo Transmedia*. Madrid: Fragua, 2012.
- RUBLECKI, Anelise. *Jornalismo líquido: mediação multinível e notícias em fluxos*. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação). Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2011.

RUBLECKI, Anelise; BARICHELLO, Eugênia; DUTRA, Flora. Apps jornalísticas: panorama brasileiro. Notícias e mobilidade: o jornalismo na era dos dispositivos móveis. Covilhã: Labcom, p. 121-140, 2013.

TAVARES, Olga; MASCARENHAS, Alan. Jornalismo e convergência: possibilidades transmidiáticas no jornalismo pós-massivo. Revista Famecos - Mídia, Cultura e Tecnologia. Porto Alegre, v. 20, n.1, p.193 a 210, jan./abr. 2013. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/11393/9207>

TRANSMEDIA STORYTELLING, SPREADABILITY, DRILLABILITY: A GENTE VÊ POR AQUI

GLAUCO MADEIRA DE TOLEDO

Este texto objetiva identificar se há peças audiovisuais brasileiras que se utilizem das estratégias de Transmedia Storytelling (narrativa transmidiática), Spreadability (espalhabilidade) e Drillability (perfurabilidade), através de estudo exploratório da programação nacional de ficção.

Em 2009 Henry Jenkins propôs o conceito de “espalhabilidade” (spreadability), de permitir a circulação fácil e generalizada de conteúdos significativos, que vêm a tornar-se populares dentro de uma determinada cultura articulada em rede. Ele postulava que a espalhabilidade levaria ao diálogo coletivo, aumentando o aprofundamento do público em uma obra. Jason Mittel rebateu dizendo que a capacidade de receber investigações mais profundas é que levaria à complexificação e aprofundamento na obra, e cunhou então outra metáfora para a mesma situação, o conceito de “perfurabilidade” (drillability), a capacidade de uma obra de suportar as buscas profundas do público (2009).

Ignorar a interferência humana e ver apenas a força da mensagem é não compreender com plenitude o potencial de se espalhar que um conteúdo tem. Mesmo espectadores sem uma afinidade inequívoca com o conteúdo podem ser espalhadores; é comum deparar-se na internet com conteúdos ácidos ou cômicos que remetem a produtos televisivos, como aconteceu em Amor à Vida (Globo, 2013). As críticas e deboches estão relacionados principalmente a dois grupos, conhecidos como haters e trolls. Hater é, para Toledo e Pessotto, “um tipo de anti-fã que tem forte vínculo com o conteúdo, não necessariamente fiel a ele e que ataca de forma ríspida ou cômica as características que crê impedirem que o conteúdo seja melhor. O troll [...] é quem debocha sadicamente na internet do conteúdo ficcional, sem o vínculo que tem o hater” (2014).

Já a perfurabilidade se adapta melhor ao público fã hardcore, aquele com a intenção de consumir toda a produção e de vasculhar a web por mais material, atrás de mais histórias. A complexificação das narrativas (JOHNSON, 2005) indica que o espectador comum está cada vez mais apto a acompanhar e compreender multi-tramas, e conteúdos difundidos em suportes diversos. A narrativa transmidiática (JENKINS, 2003) propõe um conjunto narrativo multicanal, complexo, coeso e que demanda perfuração para ser fruído de forma completa. A Rede Globo, que produz material para grande público, parece endossar essas premissas como atuais para o perfil do jovem brasileiro, ainda que timidamente. O portal GSHOW, recente lançamento do grupo na web, traz conteúdo de nicho para trolls e haters em sua seção “Troll”, com material destinado a debochar dos produtos da própria emissora, e também material narrativo extra relativo na novela Malhação na seção “2ponto0”.

Assim, os dados indicam que as estratégias contemporâneas estadunidenses de divulgação e de narração, interativas e multicanalizadas, estão sendo postas em prática pela maior emissora de TV do Brasil, o que permite pesquisar tais recursos com produtos nacionais, que sirvam também a produtores independentes e permitam a competição em pé de igualdade de recursos criativos com produções internacionais.

Referências bibliográficas

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

JENKINS, H. If It Doesn't Spread, It's Dead. In: Confessions of an Aca-Fan. the official weblog of Henry Jenkins. 2009. Disponível em: <http://henryjenkins.org/2009/02/if_it_doesnt_spread_its_dead_p.html>. Acesso em: 30 de mar. 2014.

JOHNSON, S. Tudo o que é ruim é bom para você: como os games e a TV nos deixam mais inteligentes. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

MITTEL, J. To Spread or to Drill? [s.l.]: Just TV, 2009. Disponível em: <<http://justtv.wordpress.com/2009/02/25/to-spread-or-to-drill/>>. Acesso em: 17 de abr. 2014.

TOLEDO, G. M. PESSOTTO, A. H. V. Inimigos mais perto ainda: Globo produz conteúdo para trolls e haters. In: I Jornada Internacional GEMInIS - JIG 2014. (No prelo).

A SEGUNDA TELA BRASILEIRA: UM ESTUDO SOBRE AS DIFERENTES TECNOLOGIAS EM USO NA TV DIGITAL DO BRASIL.*GLEICE BERNARDINI*

O estudo visa proporcionar um debate sobre as inovadoras plataformas de reassistência da TV Digital brasileira. A experiência de utilização de ambas as tecnologias, Segunda Tela e TV Social, são comumente confundidas entre si, e muitas vezes tratadas como apenas uma. A TV Digital brasileira trouxe com ela a possibilidade do uso da interatividade do espectador com o conteúdo televisivo através de tablets, mobile e outros dispositivos tecnológicos. E com este panorama surgiram novas formas de manter o espectador acompanhando o fluxo televisivo e interagindo com ele através de outros meios, sejam apps, plataformas de conteúdos para navegação ou redes sociais. Neste sentido, muitos estudiosos denominaram as novas experiências como Segunda Tela e TV Social. Mas, por muitas vezes estas estarem agregadas conjuntamente ao conteúdo televisivo digital, são confundidas como uma plataforma única. O ato de se comentar a programação utilizando as redes sociais ou mesmo de navegação na rede mundial de computadores através de mais informações sobre o programa ou conteúdo que se assiste na televisão, não deve ser confundido com a utilização de aplicativos desenvolvidos para manter o público vinculado ao conteúdo da emissora ou programa, com interatividade agregada em um ambiente fechado, ou seja, sem a possibilidade de perda de atenção do espectador e de fuga para a internet. Com um levantamento teórico, embasamentos em estudo de muitos pesquisadores como Jenkis, Santaella, Levi, Negroponte, Castells, dentre outros e ainda questionamentos sobre a temática, formulados por teóricos como Guido Lemos e Canclini, procuramos discutir questões a fim de proporcionar um aprofundamento do estudo que servirá de base para uma possível definição concreta dos conceitos e estabelecer de forma clara as diferenças e semelhanças entre as duas tecnologias. Não é o objetivo do estudo encerrar a discussão, ao contrário, o que se objetiva é obter considerações, mesmo que da forma de novos questionamentos, sobre as experiências de utilização tanto da Segunda Tela como da TV Social, para que se possa difundir e construir conhecimento agregado sobre as temáticas e sua utilização no padrão brasileiro de TV Digital.

A MEDIAÇÃO CRÍTICA: O DESENHO INSTITUCIONAL DA PROPRIEDADE INTELECTUAL PARA AS INDÚSTRIAS CRIATIVAS

GUILHERME HENRIQUE VICENTE
JULIANO MAURÍCIO DE CARVALHO

1) Breve descrição da pesquisa;

O projeto "A mediação crítica: o desenho institucional da propriedade intelectual para as indústrias criativas", fomentado pelo CNPq, consiste em pesquisa que visa fazer uma mediação sobre a bibliografia publicada entre os anos de 2003 e 2014 sobre a temática das indústrias criativas e análise das políticas públicas sobre o assunto, em especial os debates em torno da propriedade intelectual. A relação entre indústrias criativas e propriedade intelectual é clara. Uma vez que os produtos criativos são bens intangíveis que resultam de insumos criativos, a propriedade intelectual é valora esses bens. Assim, o projeto tem como intuito analisar as novas possibilidades econômicas advindas com as indústrias criativas e delinear os novos rumos do debate em torno da propriedade intelectual.

2) Objetivos;

Constituem os principais objetivos do projeto de pesquisa: análise das políticas públicas voltadas às indústrias criativas; aprimoramento das habilidades do orientando em pesquisa científica; mapear as produções científicas sobre indústrias criativas; reunir um conjunto de dados e informações no período de 2003 a 2014; elaborar literatura de referência sobre o estado da arte da propriedade intelectual no âmbito das indústrias criativas; formar literatura de referência e matrizes de análise em indústrias criativas e por fim, organizar um observatório sobre políticas para a indústrias criativas.

3) Material e métodos;

A metodologia da pesquisa consiste em levantamento bibliográfico que tratem da temática proposta. Após a coleta do material, é feita uma análise de quais atendem ao tema. A partir disso, torna-se possível organizar literatura de referência sobre as indústrias criativas e o macrodescriptor "propriedade intelectual".

4) Resultados e discussões;

Diante do novo paradigma de distribuição de conteúdo advindo com a internet, a discussão em torno da proteção dos direitos de autor se torna mais proeminente. No âmbito das indústrias criativas, o debate em torno da propriedade intelectual se torna fundamental, uma vez que o valor de produtos criativos se torna cada vez menor com a facilidade da produção de cópias não autorizadas. Dessa forma, o desenvolvimento econômico deverá ser voltado para a inovação e diferenciação dos produtos criativos, além de modificações nas leis que regem a propriedade intelectual.

5) Considerações finais;

A regulamentação efetiva dos direitos de propriedade intelectual é um dos pilares para o crescimento e a inclusão das indústrias criativas como fator de desenvolvimento, uma vez que só através do direito autoral os bens intangíveis produzidos poderão se valorados e remunerados. Assim, nos meses finais dessa pesquisa procura-se apontar caminhos, para que a propriedade intelectual cumpra seu papel de fomentar a criatividade. Com os resultados, acredita-se que a pesquisa terá alcançado seus objetivos, propiciando panorama mais claro para futuros pesquisadores do tema, que é muito recente.

6) Referências bibliográficas.

BUAINAIN, A. M.; MENDES, C. I. C.; SILVA, A. B. O.; CARVALHO, S. M. P. Indústria criativa: direitos de autor e acesso à cultura. In: Liinc em Revista, v.7, n.2. Rio de Janeiro: Set 2011

DCMS, Creative Industries Mapping Document, Reino Unido: 1998

LATOEIRA, C. Indústrias Criativas: mapeamento, organização e estudos de caso. Disponível em: www.dpp.pt/Lists/PesquisaAvanada/Attachments/1395/Industrias_Criativas.pdf Acesso em: 04/04/2012

LEITÃO, C. S.; GUILHERME, L. L.; OLIVEIRA, L. A. G.; GONDIM, R. V. Indústrias Criativas: alternativa de desenvolvimento regional. In: Liinc em Revista, v.7, n.2. Rio de Janeiro: Set 2011

MINISTÉRIO DA CULTURA. Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011-2014. Brasília: Ministério da Cultura, 2011

UNCTAD. Creative economy report 2010. Genebra: UNCTAD, 2010. ISBN 9780981661902. Disponível em: <http://www.unctad.org/creative-economy>

EXTENSÃO SAÚDE: O BEM ESTAR SOCIAL EM FACE DA COMUNICAÇÃO*GUILHERME MULLER CARDOSO**NATÁLIA LEMOS LIMA**WATANA MARTINS DE MELO*

O Projeto de Extensão Webrádio USC, criado no ano de 2009, teve o primeiro programa no ar em março de 2011. O projeto integra o programa de extensão Comunica 3.0 dos cursos de Comunicação Social da USC, e é subordinado à Coordenação Geral de Extensão da Pró-Reitoria de Extensão e Ação Comunitária. O objetivo da Web Rádio USC é produzir e veicular programas de formato diferentes aos encontrados nas emissoras comerciais, levando conhecimento e informações à sociedade.

Entre a programação encontra-se o programa Extensão Saúde, que discute a saúde com a qualidade de vida. Produzido pelos alunos do segundo ano de Jornalismo Guilherme Cardoso, Natália Lemos e Watana Melo, sob a Orientação da Professora Mestra Daniela Bochembuzo. Adota o formato que conscientiza a população a importância de obter uma saúde qualificada, através de entrevistas com professores dos cursos de Saúde da Universidade e especialistas da área. O programa é produzido em formato de entrevista, mantendo uma interação entre entrevistado e entrevistador, através do diálogo, tendo a finalidade de aproximar o ouvinte. No caso do Extensão Saúde, há a presença de dois apresentadores e um especialista sobre o assunto debatido em cada programa.

Há espaço à enquete, um questionamento das pessoas sobre um determinado assunto, que busca mostrar o que pensam sobre o tema. Segundo Ferraretto (2007), essa prática não tem função científica, e sim aproximar a comunidade do rádio, para que possam explicar e opinar, favorecendo uma identificação com o ouvinte.

A seleção dos temas utilizam os conceitos de noticiabilidade, acompanhado da seleção dos fatos. O processo envolve todos os participantes do programa, estabelecendo em meio a seleção dos assuntos à serem tratados uma relevância. Veracidade, peso social, interesse público e particular, atualidade e proximidade são alguns dos critérios utilizados na construção do roteiro e escolha do tema.

As reuniões de pautas são realizadas semanalmente, as Terças Feiras às 14hs no Laboratório de Rádio da Universidade. A partir da discussão o grupo elabora o roteiro, realiza uma pesquisa sobre o tema e, em seguida, entra em contato com o entrevistado. Posteriormente, realiza-se um encontro com a professora orientadora para revisão e correção de texto. Então, ocorre a gravação e edição com os técnicos Alex Costa e Leandro Zacarin. O Extensão Saúde é exibido todas as terças (às 18h30 e 23h30), quartas (às 9h30 e 14h30) e finais de semana (às 19h30).

O programa, usa jornalismo interpretativo, explicando a realidade e situando o ouvinte de uma forma contextualizada, não direta, tendo um caráter didático, oferecendo dados, localização histórica e outros conhecimentos.

Em relação ao acesso, o rádio, veículo onipresente, está à frente aos outros veículos. O assunto abordado em um programa na rádio é veiculado em segundo lugar na TV, depois no impresso e por último na revista. Assim, como veículo pontual, a origem do fato e sua veiculação, é o primeiro a transmitir a informação. Porém, não é desta forma no caso de um programa como o Extensão Saúde, por trazer especialistas ao estúdio para discutir as questões.

O papel da Extensão na USC é desenvolver nos projetos de extensão a produção do conhecimento e a investigação com o objetivo de qualificar o ensino e a pesquisa, que são a razão e a finalidade da Universidade. Há envolvimento de professores, estudantes e a sociedade consolidando sua prática social inserida na realidade, estimulando assim a visão crítica e reflexiva na formação do profissional.

O Extensão Saúde totaliza a produção de 20 programas já transmitidos, tendo cada um deles um especialista na área do assunto abordado. Para ouvir o conteúdo acesse o Blog de Comunicação Social da USC, comunica.usc.edu.br.

Referências Bibliográficas

BARBOSA FILHO, André. Gêneros Radiofônicos. Editora Paulinas. São Paulo: 2ª Ed, 2010.

FERRARETTO, Luiz Artur. Rádio – Veículo, história e técnica. Editora Doravante. São Paulo: 3ª Ed, 2007.

MINUTO CIDADANIA: ACESSIBILIDADE PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA NO ENSINO SUPERIOR*HEITOR ROSSI AMBIEL FACINI*

A universidade é um espaço construído para todos. Nesse aspecto deve haver políticas públicas para tornar as oportunidades de acesso iguais a todos que querem acessá-lo. Levando por esse lado, pessoas com deficiência tem direito a uma educação superior da mesma forma que qualquer outra pessoa. Por esse motivo, há a necessidade de que haja mudanças arquitetônicas, de metodologia de ensino, e de respeito as diversidades. Tomando por base que a mídia tem um grande poder de informar e educar (leva-se em conta a abrangência que a Rádio UNESP FM tem, sendo cerca de 8.000 ouvintes diariamente), o projeto de extensão que se apresenta visa difundir o conhecimento de forma democrática através de propagandas sociais radiofônicas no formato de programetes de 1 minuto. O projeto é uma ação extensionista com apoio da Pró-Reitoria de Extensão da Unesp (PROEX), em parceria com o projeto Acessibilidade no Ensino Superior – OBEDUC/Capes.

O projeto está de acordo com o Plano Nacional de Educação em Direitos Humanos - PNEDH (2007b, p. 39), sabendo-se que a mídia tem o poder de “exercer um papel fundamental na educação crítica em direitos humanos, em razão do seu enorme potencial para atingir todos os setores da sociedade com linguagens diferentes na divulgação de informações, na reprodução de valores e na propagação de idéias e saberes.”

O objetivo do projeto, para o ano de 2014, é produzir seis textos jornalísticos referente à temática acessibilidade no ensino superior. Esses textos por sua vez servirão de base para que a Agência Propagação, parceira do projeto, produza seis programetes radiofônicoa para veiculação na Rádio UNESP, ao longo do ano. Há também a intenção de enviar os programas à Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais (ABEPEC) e à ARPUB (Associação das Rádio Públicas do Brasil) para promover um posicionamento crítico acerca do acesso e da permanência de pessoas com deficiência e/ou mobilidade reduzida no contexto universitário.

As propagandas sociais, como já dito anteriormente, se coadunam com Plano Nacional em Educação dos Direitos Humanos - PNEDH (2007, p. 39/40) quando esse estabelece que as ações dos meios de comunicação devem fundamentar-se “na perspectiva da educação em direitos humanos” considerando-se como seus princípios norteadores, dentre outros: “o compromisso com a divulgação de conteúdos que valorizem a cidadania.”

O material de pesquisa que compõe a base para a produção dos textos é composto pela pesquisa de professores, alunos bolsistas de graduação e pós-graduação das seguintes universidades: Universidade Estadual Júlio de Mesquita Filho (UNESP), Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF).

O acesso e a frequência em uma universidade é um direito de todos os cidadãos, no entanto, as pessoas com deficiência ainda encontram muitas dificuldades de acesso e permanência no ensino superior. A mídia pode ser uma arma poderosa para informar e chamar a atenção em relação a essas dificuldade, promovendo os Direitos Humanos e democratizando o acesso à informação.

Nos anos anteriores foram produzidos inúmeros programetes veiculados pela Rádio Unesp e que podem ser acessados em <http://www2.faac.unesp.br/blog/obsmidia/2014/03/30/minuto-cidadania-divulga-projeto-sobre-acessibilidade-no-ensino-superior/>.

Referências Bibliográficas:

BRASIL. Comitê Nacional de Educação em Direitos Humanos. Plano Nacional de Educação em Direitos Humanos: 2007. Brasília: Secretaria Especial dos Direitos Humanos, 2007b.

INTERAÇÃO EM WEB DOCUMENTÁRIO: O CASO "ONE MILLIONTH TOWER"*HELENA SCHIAVONI SYLVESTRE*

O presente trabalho visa expor em um primeiro momento as conceituações de web documentário interativo sob a luz de Galloway, McAlpine & Harris e Gaudenzi, e em seguida, objetiva descrever e classificar o web documentário One Millionth Tower segundo os critérios de classificação estabelecidos pelos autores em questão. Em 2007, Galloway, McAlpine e Harris trazem a determinação de interatividade aplicada nos web documentários através de quatro modelos: Adaptação Passiva, Adaptação Ativa, Documentário Imersivo e Documentário Expansivo. Na Adaptação Passiva, o sistema sofre alterações por parte do banco de dados do documentário através das respostas do usuário sobre o conteúdo. Na Ativa, além das possibilidades do modelo anterior, o usuário consegue ainda determinar sua trajetória de navegação no webdocumentário. Os conceitos de Documentário Imersivo e Expansivo colocam o usuário no centro de todo o processo interativo, uma vez que no conceito imersivo as contribuições e respostas dos usuários o imergem de fato na narrativa, e o modelo expansivo se utiliza da plena interatividade em massa para possibilitar a experiência documental "comunitária". (Galloway, McAlpine e Harris apud. Eliamara Brun, 2012). A partir do panorama classificatório estabelecido pelos autores citados, prenuncia-se que One Millionth Tower se encaixa no modelo de Adaptação Ativa, uma vez que os usuários têm a possibilidade de assistir ao web documentário sem interferir na linearidade narrativa, mas também podem optar por percorrer uma trajetória narrativa particularizada. O usuário ainda tem a possibilidade de contribuir para o enriquecimento do repertório conteudístico do web documentário, embora essa participação não seja indispensável para a construção do mesmo. Em 2009, Gaudenzi traz outro formato de categorização dos web documentários, com quatro modelos distintos de interatividade, levando-se em conta a evolução de desenvolvimento do próprio gênero documentário em meio virtual. O primeiro modelo, chamado de Conversional, teve como base os chamados RPGs, ou realidades virtuais, nos quais é possível realizar a simulação de uma realidade em ambientedigital. O modelo Hipertextual não tem mais como foco a liberdade de conversação do modelo anterior, mas sim a exploração de conteúdos e trajetórias já pré-determinados, em que o usuário opta por explorar as partes que lhe convém, mas não interfere de modo algum na narrativa. O terceiro modelo (Participativo) já possibilita ao usuário explorar as rotas disponibilizadas pelo web documentário e interferir efetivamente na narrativa, mas através de um fluxo de via única. Por fim, o Exponencial se mostrar como o modelo mais complexo em termos de interatividade, uma vez que esta passa a ganhar aspectos mais dinâmicos, que envolvem questões poéticas, exploratórias, configurativas e realidades virtuais. Pode-se dizer, portanto, que este é o formato idealizado pelo gênero web documentário. Sob a ótica de Gaudenzi, One Millionth Tower possui um perfil mais condizente com o modelo Participativo, levando-se em conta dois aspectos convergentes com o modelo estabelecido por Galloway, McAlpine e Harris: a interação que possibilita ao usuário explorar o conteúdo do web documentário de maneira individualizada, e a contribuição do usuário para com o material disponibilizado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- Gaudenzi, S. Interactive documentary: towards an esthetic of the multiple, Londres: University of London, Centre for Cultural Studies (CCS) of Goldsmiths. Disponível em: http://www.interactivedocumentary.net/wpcontent/2009/07/sg_panel-yr3_2009_overview.pdf. Acesso em 04 mai 2014.
- Galloway, D., McAlpine, K.B. e Harris, P. (2007). From Michael Moore to JKF Reloaded: Towards a Working Model of Interactive Documentary [Versão eletrônica]. Journal of Media Practice, 8, 3, 325-339.

PERFIL E COMPORTAMENTO DA AUDIÊNCIA TELEVISIVA BRASILEIRA NA ERA DA CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA

HELENA VIEIRA NOGUEIRA
RAFAELA DE CAMPOS NOGUEIRA
CARLOS HENRIQUE SABINO CALDAS

Com os avanços tecnológicos iniciados especialmente no final do século XX, a televisão, tanto como dispositivo ou mídia, tem passado por momentos de desafios e mudanças jamais imagináveis em seu processo de produção e consumo. Uma aura de fascínio e encanto tem acompanhado o assistir TV, sendo que pensar a comunicação televisiva em uma era de convergência midiática é nosso desafio. Aliados com as propostas de pesquisa do Projeto Global ITV, nosso objetivo é pensar o desenvolvimento do perfil e comportamento da audiência televisiva no mercado televisivo brasileiro. Este artigo foca especificamente em um dos temas do projeto, explicitando o perfil e comportamento da audiência televisiva. Embora a televisão ainda seja a mídia principal dos lares, ela agora tem sua atenção dividida com novos dispositivos tecnológicos. O objetivo deste trabalho é, portanto, realizar primeiramente uma pesquisa bibliográfica sobre o tema “perfil e comportamento da audiência televisiva brasileira” apresentando dados quantitativos e abordagens metodológicas para análise desses dados, a partir dos quais, posteriormente, realizar-se-á a análise qualitativa dos resultados obtidos. Se o acesso à internet é um pré-requisito como canal de retorno para o uso da TV interativa, modificado progressivamente pela expansão da posse de aparelhos conectados à internet, como tablets, smartphones e laptops, é necessário refletir como e por quem esses serviços estão sendo utilizados. No Brasil, as televisões com sinal livre atingem diferentes gêneros, idades e classes socioeconômicas; uma vez que a cultura do país é muito diversificada, conseqüentemente os telespectadores também o são. Alguns dos resultados obtidos neste trabalho mostram que os preços determinados pelas operadoras de televisão ainda são relativamente altos para a maioria da população, ao ponto de que apenas 27,8% dos domicílios têm acesso ao conteúdo privado. Aproximadamente 65% dos brasileiros assistem à televisão todos os dias, predominando os gêneros de programa os informativos (notícias), séries de ficção (novelas) e transmissão de jogos de futebol. Especificando o perfil dessa audiência, temos que 41% do público tem entre 20 e 39 anos e 48% da audiência faz parte da classe média. Independente de suas subdivisões, o público que consome televisão tem demonstrado hábitos de multitarefa, além de se relacionar com o conteúdo da programação por meio da internet. Sob esse ângulo, o uso da “segunda tela” para o consumo e interação de mídia tem se tornado um padrão, sendo que o uso combinado de outros dispositivos à televisão é claramente uma tendência. Ao analisarmos o perfil da audiência televisiva, observamos que cada vez mais o público majoritário da televisão associa o ato de assistir ao aparelho ao de usar dispositivos tecnológicos - a chamada “segunda tela”. Assim, este perfil mostra que a interatividade é um meio de inovar o ato de se assistir televisão e, além disso, de restaurar a importância e notabilidade da chamada “primeira tela”.

Referências bibliográficas

- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE TELEVISÃO POR ASSINATURA. Mídia Fatos: TV por assinatura 2013. [s.l.]: ABTA, 2013.
- CANNITO, N.G. A TV 1.5 – A televisão na era digital. Tese de Doutorado. 293f. USP-ECA, São Paulo, 2009.
- JENKINS, H. Cultura da convergência. Tradução de Suzana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.
- KEVIN; DEIRDRE; PELLICANÒ; FRANCESCA; SCHNEEBERGER; AGNES. Television News Channels in Europe. Council of Europe: European Audiovisual Observatory, 2013.
- MEDOLA, A.S.; MACHADO FILHO, F.; GOBBI, M.C. et al. High-level description of the GLOBAL ITV landscape. São Paulo: GlobalITV, 2014
- SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. Pesquisa Brasileira de Mídia 2014: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: Secom, 2014.

REPÓRTER UNESP

*HENRIQUE CÉZAR COUTINHO DA ROCHA
JULLANO MAURICIO DE CARVALHO*

Descrição

O Repórter Unesp é um centro de produção de conteúdo de cunho inovador que visa integrar e complementar a prática de Jornalismo Digital pelos alunos da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho". O projeto se integra às disciplinas de Jornalismo Digital e Jornalismo Especializado que desenvolvem suas habilidades e aprimoram sua capacitação. A produção consiste em webdocumentários com base nos setores de indústrias criativas, revistas temáticas, podcasts, vodcasts, vlogs, textos sobre tecnologias inovadoras no jornalismo e reportagens especializadas de teor político, econômico, comunitário, cultural e ambiental. Assim, através de um portal interativo e dinâmico, o programa proporciona à comunidade não apenas conteúdo jornalístico aprofundado e de qualidade, como também material de natureza experimental que ajudará na melhoria das novas práticas de jornalismo digital.

Objetivos

São objetivos do projeto de extensão Repórter Unesp:

- Desenvolver um centro de produção de conteúdo de jornalismo digital especializado;
- Gerar conteúdo sobre os diversos setores das indústrias criativas;
- Prospectar, analisar e divulgar novas tecnologias inovadoras para o jornalismo;
- Criar um portal jornalístico multimídia;
- Integrar a produção de conteúdo às mídias sociais;
- Criar um espaço laboratorial de jornalismo digital para experimentação e capacitação dos alunos de jornalismo da Unesp;

Material e métodos

O projeto, alicerçado em três eixos: jornalismo, tecnologia e inovação, busca desenvolver um centro de produção de conteúdo inovador e especializado na área de jornalismo digital, buscando a usabilidade das novas mídias com recortes temáticos segmentados e multifacetados.

Quanto à produção deste conteúdo, serão gerados cinco formatos: podcasts, videocasts, webdocumentários, resenhas e reportagens. Estes produtos serão desenvolvidos, em maior parte, pelos alunos das disciplinas de Jornalismo Digital I e 11 e Jornalismo Especializado I e 11 do 6º e 7º termo do curso de Comunicação Social: Jornalismo da Unesp.

As atividades são organizadas em várias etapas: definição temática, produção das pautas, estabelecimento de contato com fontes, captura de áudio, vídeo e texto de entrevistas, elaboração das reportagens, edição do material audiovisual, criação do organograma de hierarquização de conteúdo por meio de um mapa de hiperlinks e publicação no portal do Repórter Unesp segundo um sistema de categorias e tags.

Resultados e discussões

Como resultado, se espera que o projeto veicule a produção dos alunos de graduação para além do espaço da sala de aula, possibilitando uma avaliação e apreciação da sociedade sobre os produtos desenvolvidos.

O diferencial entre o "Repórter Unesp" e produtos semelhantes produzidos fora da universidade é a liberdade que os alunos possuem no âmbito da experimentação: nesse universo, os alunos produzem pautas e temas mais diferenciados que abrangerão uma gama de pessoas muito grande, sendo que os temas abordados serão de abrangência além do regional.

Considerações finais

O Projeto de Extensão Repórter Unesp tem se mostrado extremamente importante e produtivo, articulando o ensino, a pesquisa e a extensão. De forma direta, através das produções, faz uma conexão com a comunidade e desenvolve as habilidades jornalísticas dos participantes na plataforma digital.

Referências bibliográficas

VICENTE, GH. Repórter Unesp. In: Semana de Comunicação da FAAC. Apresentação de Trabalhos em Eventos - oral Nacional. 2013.

VICENTE, G.H; CARVALHO, J.M. Repórter Unesp. In. III Fórum de Extensão Universitária do Campus de Bauru. Outubro/2013.

SOLIDÃO NA REDE: UMA ANÁLISE DA VISÃO DA MULHER SOZINHA NO SITE BOLSA DE MULHER*ISABELA DE OLIVEIRA FLORINDO*

Temas relacionados a comportamento sexual e relacionamentos afetivos são frequentemente abordados pela mídia, sobretudo aquela dirigida ao público feminino. Nesta chave temática encontram-se matérias que tratam do “estar só” valorizando, e/ou patologizando esta condição. Não é incomum que as abordagens refiram-se à mulher sem um par amoroso e não a outros tipos de experiências relacionadas a estar sozinha/solidão. De maneira que as discussões mais encontradas, ora associam a mulher só à independência e a priorização da vida profissional, ora a dificuldades de se relacionar a partir de referentes sociais estabelecidos e valorizados em nossa cultura.

De acordo com Luci Helena Mansur (2008) a solidão, patologizada e negativada, tem sido tratada e curada visando ser reconduzida à normalidade da convivência grupal e social; assim como para a psicanálise tratou-se de uma espécie de patologia humana, como uma expressão de um estado de angústia e nostalgia que deve ser superado. Em contrapartida, a solidão é tomada como essencial para o autoconhecimento, para a expressão da individualidade, planejamento de prioridades e, por isso, pode ser continuamente buscada, desejada como uma forma de estar consigo mesmo. O estar só (Martins, 2010) como opção envolve a necessidade de individualidade, independência e autonomia, sobretudo das mulheres. Em contrapartida, o 'ser só' como condição independente da escolha do indivíduo é tomada como algo de caráter pejorativo e apresentado no discurso de muitas mulheres do estudo de Martins, como vinculado à patologia, à agonia e tristeza, até associada a uma condição maléfica do sujeito, um atributo do indivíduo.

A difusão da internet em meados de 1990 culminou em transformações nas formas de organização social e na constituição psíquica dos indivíduos. A partir disso, diversas discussões envolveram este novo modo de interação social. Ana Maria Nicolaci-da-Costa (2005) destaca as críticas iniciais à Internet como elemento que aliena, isola, leva à depressão; além da visão de autores como Zygmunt Bauman que concebe os relacionamentos virtuais como “descartáveis”, “frágeis”, “superficiais” e incapazes de gerar introspecção, tornando as pessoas mais solitárias e descartáveis. Por outro lado, pesquisa acadêmicas em diferentes áreas do conhecimento, mostram o potencial agregador e de espaço de sociabilidade criado pela internet. Lara Facioli (2013), em pesquisa sobre o Bolsa de Mulher, aponta justamente estas características presente nas relações que as suas interlocutoras dizem ter conseguido estabelecer como usuárias da referida plataforma.

Assim, considerando a segmentação de gênero observada nos meios midiáticos com relação, sobretudo à temática da solidão, bem como as possibilidades de expressão da subjetividade e estabelecimento de uma rede de relações através dos sites de relacionamento, o site Bolsa de Mulher se apresenta como importante fonte de pesquisa, uma vez que dirige-se à mulheres, e se define por tratar de assuntos referentes ao "universo feminino". Trata-se de uma plataforma na qual encontra-se matérias relacionadas à saúde, beleza, decoração, carreira, relacionamento, entre outros. Além disso, encontram-se notícias, vídeos, testes, aplicativos e jogos, e a possibilidade de interação direta com as/os demais usuárias/os, através da criação de perfis, diários, postagem de fotos e participação dos fóruns de debate, que permite estabelecer uma rede de amigos/as. O conteúdo do site, especialmente as mensagens trocadas entre as/os usuárias/os nos fóruns de debate, tem caráter de aconselhamento e motivação. O diálogo das/os internautas envolvem questões e relatos de experiência quanto a relacionamentos amorosos, família, filhos, casamento.

Segundo Facioli (2013), essa forma de interação se torna interessante para pessoas que não têm espaço para expressão de sua subjetividade fora da rede, além de servir como uma forma de obter ajuda para aqueles/as que não têm acesso a profissionais das ciências psicológicas, ou àquelas/es que apenas desejam falar sobre aspectos de suas vidas.

A mesma autora trata da facilidade de acesso à subjetividade do sujeito por meio das etnografias com mídias digitais, posto que os diálogos estabelecidos na plataforma permite aos/às usuárias/os falar sobre questões íntimas que não seriam expostas facilmente, sem a mediação do computador, ou seja, há uma série de barreiras no contato face a face que não proporcionam uma “zona de conforto” para tratar de assuntos pessoais.

Diversas problematizações estão envolvidas na temática da solidão, entre elas a referência à solteirice. Conforme Eliana Gonçalves (2009), as mulheres solteiras tendem a ser retratadas pelos meios de comunicação como “solitárias”, condição aceita apenas em seu caráter transitório, preparatório para a adequação aos padrões sociais de conjugalidade. Mesmo com a ampliação da visão da “solteirice” como oportunidade e não como destino, o que um levantamento preliminar sobre o assunto em site voltado para o público feminino, aponta é que há sensível obrigatoriedade da formação do par. “Em vários sentidos, as mulheres ‘sós’ desorganizam as referências culturais dominantes em torno da sexualidade. A sociedade organizada em termos da norma de conjugalidade presume, de forma inadequada, o casamento enquanto regra válida para todos” (Simpson, apud Gonçalves, 2009: 198).

Com base nessas considerações, trabalha-se com as hipóteses de que devido as relações desiguais de gênero que organizam as posições do feminino e do masculino na sociedade atual, as mulheres tendem a ser as mais afetadas por estes tipos de discurso que as culpa por estarem só, e que legitima as orientações de profissionais sobre como superar o que passa a ser entendido como um problema: estar só. A psicologia é um destes saberes prestigiados e convocados para falar de comportamentos tidos como problemáticos socialmente e que afetam o indivíduo nas suas relações cotidianas.

Objetivos

Pretende-se compreender os significados contemporâneos da solidão e do estar só como discurso voltado para mulheres e produzidos por elas, sobretudo em um momento no qual a sociabilidade promovida por mídias digitais se faz presente.

A partir da observação intensiva do Bolsa de Mulher, incluindo a publicação de artigos e matérias que abordam o tema da solidão ou que, de forma tangencial, discutem a questão, e de postagens de usuáries/os nos fóruns de discussão, busca-se compreender o discurso de mulheres que participam do site, bem como o poder discursivo de profissionais das ciências psicológicas em oferecer discursos de verdade sobre a solidão, localizando-a, via de regra no registro patológico em detrimento às relações sociais. A referência à esses profissionais se dá a partir da verificação da presença destes como colaboradores/as do site, o que chama atenção devido a autoridade conferida pela administração do portal a este campo do conhecimento.

Método

A pesquisa se baseia na observação e análise de matérias escritas por “especialistas” ou que se valem de opiniões de profissionais, sobretudo, da Psicologia publicadas no Portal Bolsa de Mulher, desde sua fundação, em 2000, até o presente; observado, desse modo, a autoridade que profissionais das chamadas ciências Psi (Psiquiatria, Psicologias e Psicanálise) sobre o tema que alicerça este projeto. Concomitantemente, faz o acompanhamento dos fóruns de debate, priorizando, inicialmente, aqueles que têm já no seu título menções à solidão/estar só e temas correlatos. Por tratar-se de material bastante volumoso, fez-se o recorte temporal relativo aos fóruns dos anos de 2004 até 2014. A escolha da primeira data relaciona-se à intensificação no Brasil do uso de sites de sociabilidade como o Orkut.

Baseando-nos na ampla discussão envolvendo a temática da solidão, as investigações, como já mencionado, são realizadas no site brasileiro Bolsa de Mulher, uma vez que tem o público feminino como prioritário e que aparece, via de regra, mais comumente relacionadas ao tema proposto. Tendo em vista a abertura possibilitada pelo site para a manifestação de opiniões, sentimentos e dúvidas das usuáries, encontra-se um ambiente propício para a investigação da livre expressão desses indivíduos, bem como possibilita a análise da visão gerada por dada fonte midiática quanto aos “solitários”.

A pesquisa apresenta-se como um trabalho etnográfico, com imersão em um campo de aproximação de subjetividade, redação de diário de campo e postura analítica diante os dados recolhidos. A análise dos discursos será embasada em bibliografia que transita pelas áreas de ciências sociais (mais especificamente antropologia e sociologia) e psicologia, incluindo estudos de gênero, estudos queer, e as contribuições do filósofo Michel Foucault e da socióloga marroquina Eva Illouz.

Resultados e Discussão

A partir da observação dos fóruns e matérias do Bolsa de Mulher, destaca-se que a temática da solidão aparece, na maioria das vezes, relacionada ao medo de não ser amado/a por alguém que deseje constituir parceria conjugal, de enfrentar a solteirice durante toda a vida, “perdendo” os privilégios de experimentar o amor romântico. Esse temor é tratado como algo, primordialmente, feminino.

Os/as usuáries/as encontram no Bolsa um espaço que possibilita a expressão de seus desejos, medos, sofrimentos, dúvidas, uma vez que, é um ambiente que potencializa as possibilidades de experimentação subjetiva e estimula a constituição identitária. A priori não há como afirmar se os homens e mulheres que usam os espaços do site para se expressarem o fazem por algum desejo específico ou por necessidade. Mas, pode-se perceber um indicativo de que essas pessoas não encontram espaço na vida cotidiana (off-line) para se manifestarem, passando a se sentirem sós, sem interlocuções. Vai além da solidão de não ter um par, mas de estarem se sentindo incompreendidos/as, isolados/as.

Essa hipótese surge com a frequente referência às demais usuáries como “amigas”, a ‘oferta’ de amizade por muitas mulheres que passam outras formas de contato (e-mail, msn) umas as outras, até postagens mais diretivas, como “Procura-se uma amiga”, “...não tenho com quem desabafar”, “...sou nova aqui e desejo fazer muitas amizades...estou em uma fase difícil de desapego no relacionamento amoroso e quero fazer amizades verdadeiras, para me divertir, conversar e desabafar...”, “alguém on afim de conversar ai? que solidão”.

Outras questões são mobilizadas a partir da temática da solidão, como a solteirice, servindo de escopo para a elaboração de matérias pelo site, que apresentam dicas para se livrar dessa 'mal'. Facioli (2013) já havia verificado que no Bolsa há algo que se aproxima da autoajuda convencional, a qual especificamente direcionada às mulheres, apresenta-se informações e “dicas” na forma de manuais, com tom de aconselhamento e verbos no imperativo que falam diretamente com a leitora, focalizando, especialmente a temática dos relacionamentos amorosos e a manutenção destes, assim como a busca por um parceiro amoroso.

A solteirice, por diversas vezes, é equiparada à solidão, aparecendo como um medo muito frequente, especialmente entre as mulheres. Remete-se à imposições sociais que, calcadas no padrão de relacionamento monogâmico heterossexual, discriminam a mulher sozinha em diversos aspectos, principalmente após os 30 anos.

Em pesquisa com mulheres solteiras e que moram sozinhas, Gonçalves (2009) destaca que estas mulheres tendem a ser retratadas como solitárias, sendo a solteirice aceitável apenas enquanto uma fase transitória, preparatória para a “vida a dois”. Segundo a autora, a mídia usualmente caracteriza como sozinhas as mulheres que saem na companhia de outras mulheres, ou seja, sair sem companhia masculina, gerando situações de abordagem por parte dos homens. Além disso, indica que estar solteira e morar só aciona estereótipos e preconceitos, especialmente de cunho sexual (excesso ou falta de sexualidade), mostrando que ainda há a noção que circunscreve a mulher independente e “solteira” a uma ameaça permanente.

O temor em relação à solidão, visivelmente, se projeta no futuro, possivelmente remetendo à maior vulnerabilidade associados ao envelhecimento. Com isso, algumas usuárias referem-se ao fato de que tudo fica mais difícil após dos 30 anos em diante, idade relacionada, no contexto médico, às alterações hormonais que dificultam a gravidez, dentre outros aspectos.

“(…)Gostaria que vocês me dessem conselhos... Minha vontade às vezes é terminar com os 2 [refere-se ao marido e ao homem com quem mantém relacionamento extra-conjugal] e ficar livre pra que uma paixão inteira possa entrar na minha vida, mas também acho horrível ficar sozinha, ainda mais que eu tenho quase 30 anos e os homens da minha idade raramente estão solteiros, a não ser por opção.

Vamos lá, meninas! Aceito puxões de orelha! (Disponível em: <<http://www.bolsademulher.com/forum/topico//54/16609/>>. Acesso em 21 mar. 2014).

Esse trecho de um fórum demarca, além da questão da idade, a menção ao estar só de modo diferenciado quando se trata de homens e mulheres. Para as mulheres seria algo relativo ao sofrimento e para os homens uma opção, o que aparece em diversas matérias e fóruns. Além de evidenciar o caráter de ajuda-mútua e autoajuda presente na plataforma.

Outro ponto de importante destaque é que a aposta na Psicologia como saber especializado para responder às dores e problemas dos indivíduos (inclusive quanto a solidão) é algo popularmente realizado, uma vez que mesmo que a partir de conceitos vulgarizados e por vezes errôneos, as pessoas referem-se às ciências psi como forma de solução. Esta autoridade da Psicologia é reforçada pelo próprio Bolsa, que apresenta um grupo de psicólogos/as consultores/as que escrevem matérias para o site, dando dicas e conselhos. Além dessa consultoria, se sobressai o uso de frequente de termos das ciências psi nos posts e comentários. Constantemente, as afirmações desses profissionais acabam reafirmando a visão negativa da solidão, e legitimando, por meio da ciência, padrões de vida a dois que costumam ser valorizados socialmente. Matérias como “Solidão a dois”, “Quando bate a carência”, “Solidão pode virar doença e levar à morte, diz psicóloga”, apresentam comentários de psicólogos/as que se referem à solidão como algo nocivo, relacionado ao sofrimento e ao medo, que mobiliza a busca incessante por companhia.

A valorização e o poder assumido pelos/as profissionais psi possivelmente decorre do fato de que, historicamente, a figura do/a psicólogo/a assumiu um papel de sujeito ativo, numa posição de “descobridor” da realidade psíquica. A legitimação dessa autoridade psi se deu em um período em que havia a primazia do indivíduo sobre o social, estando a psicologia voltada para os processos de adaptação do indivíduo ao campo social, na qual a “inadaptação” recaia sobre o próprio sujeito. É no mesmo período que se dá a importância das avaliações psicológicas, os diagnósticos, as classificações nosológicas, reafirmando a Psicologia como ciência, marcada pela objetividade, experimentação e neutralidade, conforme indicam Guareschi, Hüning e Rodrigues (2005).

Tal valorização aparece entre as usuárias, em comentários como “(…) seria legal você consultar um psicólogo pra expor tudo isso, e mudar essa visão de sua vida” ; “...eu acho que sofro daquilo que a psicóloga falou [comentário em uma matéria do Bolsa], eu idealizo uma pessoa que não existe, cobro de mais me entrego de menos e tenho muito medo de me machucar...”.

Finalmente, destaca-se que a questão de gênero encontra-se permeada durante toda a análise da plataforma. Logo na página inicial do site encontra-se a sessão 'Quem somos', na qual constam a fundação, missão, valores. Destaca-se o item "Nossas atitudes: sensibilidade, otimismo e solidariedade. Essas são características que definem a mulher e por isso todas as nossas estratégias, produtos e ações de marketing. Nós trabalhamos por um mundo melhor e mais feminino: muito mais sensível, otimista e solidário". Com essa breve apresentação pode-se perceber a noção de feminilidade tomada pelo site: ser feminina é ser sensível, otimista e solidária. A partir dessa visão, o site oferece uma série de receituários sobre ter o corpo adequado, usar a roupa correta e manter um relacionamento duradouro, questões que seriam tipicamente femininas. O próprio logotipo do site indica um padrão do que seria ser feminina - cabelos esvoaçantes, corpo “sarado”, salto alto.

Considerando que essas definições de feminilidade, assim como de masculinidade estão envolvidas não só em diferentes sites, revistas e programações televisivas, mas em todo o ambiente social, embasando conceitos e criando estereótipos; coloca-se como primordial a questão de gênero.

De modo geral, a compreensão de gênero se mostra plural, uma vez que como uma construção [inconstante] social e histórica envolve concepções que variam de acordo com as culturas, os grupos sociais e no decorrer do tempo. Percebe-

se que a desconstrução de concepções tradicionais, centradas nos aspectos biológicos, vem sendo discutida por pesquisadoras feministas desde década de 1980 de forma mais sistematizada, sobretudo quanto ao argumento clássico de que as diferenças biológicas justificam os papéis sociais pré-determinados que mulheres e homens devem desempenhar na sociedade. Muito foi alcançado, entretanto, percebe-se no próprio site a demarcação de temáticas como do universo feminino/masculino. Dentre outros assuntos de destaque como maternidade, moda, dieta, entre outras, a solidão aparece como caracteristicamente relacionado às mulheres.

Matérias como "O perfil dos encahalados" ilustram essa associação: "Uma recente pesquisa traçou o perfil dos encahalados do Brasil, homens e mulheres. E preparem-se: concluiu que nós, mulheres, estamos mais sozinhas do que os homens. Afinal, solidão é palavra feminina". (Disponível em: <<http://www.bolsademulher.com/amor/o-perfil-dos-encahalados/>>. Acesso em 23 abril 2014)

Facioli (2013) em sua análise do mesmo site destaca que é evidente nas mensagens trocadas entre as/os usuárias/os, uma culpabilização da mulher por seus fracassos amorosos e sexuais, ressaltando características tomadas como femininas e que deveriam ser controladas pelas mulheres em um relacionamento afetivo. Durante a análise dos fóruns e comentários em matérias relacionadas ao tema, obtêm-se dados compatíveis, incluindo o papel da mulher em manter um relacionamento, seja para não ficar sozinha, ou por questões religiosas indicando que a mulher é responsável por 'salvar' o casamento e manter a constituição familiar.

Considerando que as concepções de gênero são distintas, variando de acordo com a cultura, o período histórico, salienta-se mudanças na constituição da feminilidade e, conseqüentemente do papel da mulher, sobretudo nos relacionamentos. Seguindo o modelo ocidental, a mulher que outrora era dependente e submissa ao marido, passa a almejar um ideal de liberdade e independência, inclusive optando por permanecer solteira.

No Bolsa, são inúmeras as postagens encontradas sobre a insatisfação feminina com relação aos homens. A maioria trata da dificuldade em "encontrar um homem que valha a pena", descrevendo-os como inconfiáveis e que "já não necessários à vida das mulheres". De modo geral, é enfatizada a diferenciação do binário mulher/homem, o qual há marcante conflito de interesses divergentes entre mulheres e homens. Além disso, a independência, sobretudo financeira, conquistada pelas mulheres também se enquadra na área de interesses destoantes entre mulheres e homens. Quando o assunto é sucesso profissional, logo é feita certa associação com a solidão, como uma escolha necessária entre carreira ou relacionamentos afetivos.

Há uma pluralidade de sentidos e significados atribuídos à solidão. Em parte significativa das postagens há distinção entre estar sozinha/o e estar solitária/o, sendo o primeiro encarado como algo positivo, que possibilita a reflexão, o autoconhecimento, a individualidade. Já estar solitária/o remete a abandono, sofrimento, ausência não de relações amorosas, mas de contato social.

O "estar só" também pode ser interpretado como imperativo das sociedades capitalistas que possuem como valor a autonomia e a autossuficiência. Eva Illouz (2013) destaca que a cultura capitalista moderna exige o cultivo de autonomia, o que acaba por impor obstáculos aos relacionamentos já que há a busca da auto realização de ambos os indivíduos de maneira autônoma e não como parceiros/as ou coletivamente. Realização esta que por vezes não condiz com a do outro, incentivando a marcação dos limites do eu que proíbem a vivência do amor outrora compreendido como dependência, apego, simbiose. Nessa configuração social, segundo a autora, cada vez mais os casais parecem ter se tornado uma instituição desnecessária, que perturba o desenvolvimento individual e obriga o indivíduo a enfrentar e lidar com suas contradições.

De modo análogo, Bauman (2004) trata da 'liquidez' dos relacionamentos na modernidade, na qual as relações amorosas são tratadas como negócios, onde há um investimento para obter-se o 'lucro' da gratificação e segurança que o relacionamento proporciona. Entretanto, o desejo de independência e autonomia típicos da modernidade acabam por gerar uma ambivalência entre o desejo de estabilidade e segurança e o temor da perda da liberdade individual.

Decorrente das novas configurações da feminilidade bem como das demandas sociais da sociedade capitalista, percebe-se uma crescente busca das mulheres por autonomia e independência, o que para alguns pode equivaler à solidão.

Em contrapartida à visão negativa da solidão, percebe-se que a capacidade de "ficar só", sem par amoroso, é uma característica associada à aprendizagem da vida, ao amadurecimento, já que as mulheres "sós" devem contar com os próprios recursos. Nesse sentido, há outra possível interpretação do sentido de solidão, relacionado à maturidade. Encontra-se no Bolsa críticas feitas às mulheres que não suportam ficar sozinhas, em comentários como "...essa dependência e carência passa uma imagem de uma mulher fraca e sem capacidade para ser feliz independente de qualquer coisa. Eu acho que nós, principalmente nos tempos de hoje, não temos que basear nossa felicidade em ninguém não"; "... Esse chororô de quem reclama por estar almoçando sozinho é muito infantil e revelador de fragilidade por falta de auto-conhecimento".

Quando a solidão é tomada como algo positivo, geralmente está associada a algo temporário, ideal para "colocar os pensamentos em ordem", mas não por muito tempo. Para ser positivo deve ser uma escolha pessoal, quando ultrapassa o "limite" pode indicar algum problema da mulher.

Considerações finais

Por se tratar de uma pesquisa ainda em andamento, algumas questões ainda não foram analisadas em sua totalidade. Ainda assim, não se pretende esgotar a temática da solidão, posto que se trata de um tema amplo e com inúmeras possibilidades de desdobramento.

De modo geral, destaca-se as diferentes concepções e formas de se tratar a solidão, sobretudo no Bolsa de Mulher, que ora é patologizada, ora almejada como sinônimo de liberdade e autoconhecimento. Entretanto, a solidão só é caracterizada como algo positivo quando é provisória e desejada pelo indivíduo, o que é perceptível tanto nas matérias validadas por discursos psicológicos, quanto nos comentários e postagens das/os usuárias/os nos fóruns e matérias.

Salienta-se as limitações de um trabalho etnográfico realizado em plataformas virtuais, devido a dependência do funcionamento do site, bem como da possibilidade de não veracidade das informações apresentadas pelas/os usuárias/os.

Referências

BAUMAN, Z. Amor Líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

FACIOLI, L. R. R. Conectadas: uma análise de práticas de ajuda mútua feminina na era das Mídias Digitais. Dissertação de Mestrado. São Carlos: UFSCar, Programa de Pós-Graduação em Sociologia, 2013

GONÇALVES, E. Nem só nem mal acompanhada: reinterpretando a "solidão" das "solteiras" na contemporaneidade. Horizontes Antropológicos. Porto Alegre: 2009, ano 15, n. 32, p. 189-216.

GUARESCHI, N. M. E.; HÜNING, S. M. (org.); RODRIGUES, H. B. C. Foucault e a psicologia. Porto Alegre: Abrapso Sul, 2005.

ILLOUZ, E. Não mais ter namorados: os casais estão se tornando uma coisa do passado? Fev. 2013.

MANSUR, L. H. B. Solitude: Virando a solidão pelo avesso. Psicanálise e cultura. São Paulo: 2008, 31(46), p.38-45.

MARTINS, I. R. Só há solidão porque vivemos com os outros: Um estudo sobre as vivências de solidão e sociabilidade entre mulheres que vivem sós no Rio de Janeiro. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro: UFRJ, Museu Nacional, Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, 2010.

NICOLACI-DA-COSTA, A.M. Sociabilidade virtual: separando o joio do trigo. Psicologia e Sociedade; 17 (2): p.50-57; 2005.

ESTUDO SOBRE O PROJETO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIO: RÁDIO MEMÓRIA

ISABELLA LIMA SILVA DE LIMA
MAYARA CREPALDI CHAVES
RENAN DA SILVA WATANABE
VITOR REGHINE MANFIO
DANIELA PEREIRA BOCHEMBUZO

1. Características do rádio e a ligação com a memória O rádio é um veículo de comunicação em massa que se difundiu no Brasil a partir de 1922. A primeira transmissão ocorreu no dia 7 de setembro do mesmo ano. Alguns fatores que o tornam privilegiado são destacados por Amaral (apud Lopes, s.d.), como "a linguagem oral, a mobilidade, o baixo custo [...] e a penetração". Mas, para Meditsch (1999), o imediatismo e a instantaneidade são os principais atributos, pois pode-se transmitir os fatos no instante em que acontecem.

Devido a estas características, o rádio possui certa "vantagem" em relação aos outros veículos, pois o acesso é muito mais prático e abrange uma maior demanda. Outro ponto a ser citado é que as pessoas conseguem desenvolver outras atividades ao mesmo tempo em que ouvem o rádio.

Com isso, o rádio se propagou e hoje está presente em praticamente todos os lugares. Para Calabre (2002, p. 7-8), "o rádio transformou-se em parte integrante do cotidiano [...] converteu-se em um meio fundamental de informação e entretenimento".

Aliado a isto, a memória se fez presente no rádio. Seja por parte de funcionários ou do público, que envolve-se com o meio por conta do estímulo à sensorialidade. Muitos livros retratam essas memórias, como cita Calabre (2003, p. 4-5), a partir do exemplo do radialista Renato Murse, por meio do livro "Bastidores do Rádio: fragmentos do rádio de ontem e de hoje". A autora também exemplifica o caso do empresário Paulo César Ferreira, que ouvia a Rádio Nacional durante a infância e escreveu isto em sua biografia.

2. Estrutura

Com base em tudo o que foi citado, o grupo se propôs a desenvolver um programa, intitulado "Rádio Memória", dentro do projeto de extensão WebRádio USC, sob orientação da Professora Mestra Daniela Pereira Bochembuzo.

Inspirado na sensorialidade e memória proporcionadas pelo rádio, o programa aborda temáticas diferentes a cada semana e é dividido em duas partes: estúdio, no qual, Mayara Crepaldi Chaves e Vitor Reghine Manfio o apresentam; e campo, em que Isabella Lima e Renan Watanabe buscam pessoas que tenham histórias relacionadas ao tema e que também possuam músicas que marcaram tais relatos. Cada edição têm a duração de aproximadamente 30 minutos e quatro blocos, que são subdivisões do tema principal.

No final de cada bloco, toca-se a música de uma das memórias.

3. Produção

A produção inicia-se com a elaboração do roteiro e continua com as pesquisas de campo. Após isto, o grupo tem uma reunião com a professora orientadora e coordenadora do projeto, que indica ajustes necessários, relacionados à linguagem, hierarquização ou formatação das frases. Depois são realizadas as gravações e edições no Laboratório de Rádio da Universidade. O Rádio Memória vai ao ar toda segunda-feira, às 18h.

4. Objetivos

O objetivo principal do programa é reconstruir a ligação entre o rádio e o público, reaproximando-os. Tentar resgatar esta aproximação com a comunidade é fundamental, pois além de motivar as pessoas a ouvirem mais o meio, difundindo-o, também transforma o meio em uma fonte afetiva, pois permite que os entrevistados lembrem de situações marcantes e as compartilhem.

5. Resultados

Ao todo já existem quatro programas finalizados e o quinto será transmitido no dia 12 de maio de 2014. O feedback dos ouvintes, por enquanto, é positivo e muitos demonstraram satisfação com o modelo do programa, enfatizando que este deveria ser mais utilizado em outros projetos, por ser mais dinâmico. Lidar com as histórias das pessoas está servindo como forma de aprimoramento para os participantes do programa, pois permite que vivenciem as emoções alheias e voltem-se o olhar para o outro ao compartilhar histórias.

6. Referências Bibliográficas:

MEDITSCH, Eduardo. A rádio na era da informação. Coimbra: Minerva, 1999.

CALABRE, Lia. A Era do Rádio. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.

CALABRE, Lia. A Era do Rádio - Memória e História. In: SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA, 17., 2003,

João Pessoa. Anais eletrônicos ... João Pessoa: ANPUH, 2003. Disponível em:
<<http://anpuh.org/anais/wpcontent/uploads/mp/pdf/ANPUH.S22.379.pdf>>. Acesso em: 01 maio 2014.
AMARAL, Catarina. Características da Rádio, Forum Media, c2002. Disponível em:
<<http://www.ipv.pUforumedia/4/16.htm>>. Acesso em: 01 maio 2014.

PSICOLOGIA E RESISTÊNCIA À DITADURA

IZABELLA DE LIMA
ARI FERNANDO MAIA

Psicologia e Resistência à Ditadura, alicerçada por uma revisão literária que relaciona Universidade e Regime Militar brasileiro (1964-1985), trata-se de uma pesquisa empírica baseada em entrevistas e na memória de professores e alunos do curso de Psicologia sobre a dimensão política da formação e dificuldades sofridas.

O intuito do projeto é indentificar as dificuldades relacionadas à formação em psicologia na época e trazer luz à fatos ocorridos na Fundação Educacional de Bauru, recuperando parte da História da Psicologia e desta "página infeliz da nossa história".

Períodos sombrios devem ser lembrados para que não se repitam e para isso é necessário conhecer os fatos e consequências deles. Estudar a dimensão política da formação em psicologia, na época e atualmente, é fundamental para que a relação íntima existente entre a Psicologia e os Direitos Humanos se evidencie na formação do psicólogo, que não acontece atualmente.

Só será possível elaborar e superar os problemas do passado preservando a memória das dificuldades e problemas que foram (e continuam sendo) cruciais para nosso país. Recuperar a história é uma necessidade que nos mostra nossa identidade e o fazê-lo através de memórias é enriquecedor por trazer não só o fato, mas as impressões pessoais de quem se lembra, os valores, ideologias, como o evento a marcou individualmente e contradições.

As entrevistas estão sendo realizadas de acordo com a disponibilidade dos entrevistados e, através delas, descobriremos muito mais do que o ocorrido; é possível recuperar valores, traços culturais e até nos esquecimentos e omissões há o que encontrar; é nesses pontos que se percebe como o acontecimento discutido se deu no cotidiano da pessoa, como isso a sensibilizou. O relato de memórias nunca é o fato puro, pois toda lembrança é carregada de ideologias e impressões pessoais do que foi vivido.

A memória coletiva não se submete às forças sociais que tentam abafá-la, pois tem suas próprias ideologias, valores e preconceitos. A idéia é retirar da entrevista não só o fato, mas a visão do entrevistado sobre aquilo, pois tudo o que ele diz é repleto de significados encobertos.

Por ser, então, um método válido e de extrema importância histórica e social, a memória captada através de entrevistas consiste como o método desta pesquisa. Os entrevistados assinarão um termo de consentimento que será elaborado segundo a Resolução nº 466, de 12 de dezembro de 2012.

Referências

ASSOCIAÇÃO DOS DOCENTES DA USP. O Controle Ideológico na USP: 1974-1978. São Paulo: ADUSP, 2004. 116 p. Il.; 21 cm

BOSI, Ecléa. O tempo vivo da memória: ensaios de psicologia social. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.

BRASIL. Lei nº 5.540, de 28 de novembro de 1968. Publicada no acervo da Câmara dos deputados (Centro de documentação e informação).

CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA. Quem é o Psicólogo Brasileiro? São Paulo: EDICON, 1988.

CUNHA, Luiz Antônio. A universidade reformada: o golpe de 1964 e a modernização do ensino superior. 2ª edição – São Paulo – Editora UNESP, 2007. Cap. 2.

GUEDES, Maria do Carmo; CAMPOS, Regina H. F. Estudos em História da Psicologia. São Paulo: EDUC, 1999.

MARTINS, Carlos Benedito. A reforma universitária de 1968 e a abertura para o ensino superior privado no Brasil. In: Educ. Soc., Campinas, vol. 30, n. 106, p. 15-35, jan./abr. 2009. Disponível em <http://www.cedes.unicamp.br>

NOBRE, Marcos. A filosofia da USP sob a ditadura militar. In: Rev. Novos estudos – CEBRAP; edição nº 53; p. 137-149; São Paulo, março de 1999.

SOUZA, Aline Nunes Ferreirinha de; OTRANTO, Célia Regina. As políticas educacionais para o ensino superior da ditadura militar (1968-1985) e do governo Lula da Silva (2003-2010) e seus reflexos na reformulação do estatuto e regimento geral da UFRRJ (1970-2011). In: IX SEMINÁRIO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS "HISTÓRIA, SOCIEDADE E EDUCAÇÃO NO BRASIL"; 2012; Universidade Federal de João Pessoa; João Pessoa; Anais eletrônicos.

A EFETIVIDADE DA MODELAGEM PARA A ELABORAÇÃO DE PRODUTO DE MÍDIA DIGITAL*JAQUELINE RODRIGUES PEREIRA*

Este trabalho é resultado das pesquisas iniciais sobre a elaboração de um produto para televisão digital. O produto, ainda em desenvolvimento, propõe a disponibilização simultânea de conteúdos jornalísticos também em plataformas cartográficas. Para iniciar a construção do mesmo foram elaborados modelos, que servem como base para a estruturação do programa proposto. A modelagem é utilizada para explicar a realidade e proporcionar uma visão mais ampla, de forma a favorecer a compreensão daquilo que se pretende representar. A elaboração de um modelo facilita ao usuário interpretar as diferentes instâncias de conhecimento, rastreando informações de seu interesse em meio a elementos inter-relacionados do modelo. Diante da efetividade da elaboração das modelagens, o produto de mídia digital, a ser concretizado no final do projeto, foi modelado de acordo com as necessidades atuais da televisão digital. Para tanto, criou-se três modelos essenciais para o desenvolvimento do projeto. O modelo de negócio possui pontos-chaves para se estudar a viabilidade do produto. O objetivo de elaboração desse modelo é ter a consciência da real possibilidade de efetivação do produto final ou não. Vale ressaltar, que o atual modelo de negócios da televisão, no Brasil, é baseado em publicidade e propaganda. As escolhas recentes relacionadas à televisão digital foram feitas de forma que não atrapalhasse ou fosse necessária a alteração do modelo de negócios atual. Um passo a mais foi dado estudando-se os itens necessários para o processo que envolverá o produto. No modelo de processo é possível compreender como funcionará a dinâmica de produção do programa. E, por último, foi criado o modelo de conteúdo. Simples e dinâmico, com ele é possível destacar as editorias que farão parte do programa, as modalidades a serem aceitas e a relação entre os envolvidos. De forma sintética, os modelos elaborados norteiam o início da elaboração do produto final. É possível, por meio desses modelos, visualizar de forma ampla o produto pretendido. Estes são resultados preliminares e poderão sofrer alterações no decorrer da pesquisa. O projeto está em andamento e, portanto, ainda não é possível apontar os resultados. Espera-se ao final do projeto elaborar um modelo de referência, que poderá ser oferecido para diferentes emissoras.

Referências

- BELDA, Francisco Rolfsen. Um modelo estrutural de conteúdos educativos para televisão digital interativa. 2009. Disponível em: http://tvdigitaleducativa.files.wordpress.com/2010/09/tese_francisco_belda_final.pdf.
- BELLUZZO, Regina Célia Baptista. O uso de mapas conceituais e mentais como tecnologia de apoio à gestão da informação e da comunicação: uma área interdisciplinar da competência em informação. 2006. Disponível em: <http://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/19/7>.
- CRUZ, Renato. TV digital no Brasil: tecnologia versus política. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.
- FUNTTTEL, 2005. Modelo de Referência – Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre. Projeto Brasileiro de Televisão Digital – OS 40539. PD.30.12.36ª.0002ª/RT-08-AB, FUNTTTEL; 2005.
- MONTEZ, Carlos; BECKER, Valdecir. TV Digital Interativa: conceitos, desafios e perspectivas para o Brasil. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2005. 2ª edição.

DIREITO À COMUNICAÇÃO: CONTRIBUIÇÕES PARA A DEFINIÇÃO DE UM CONCEITO

JAYME BICHUSKY ROSICA
CARLO JOSE NAPOLLTANO

Trata-se a presente comunicação de relato parcial de projeto de pesquisa de iniciação científica, sem bolsa, vinculado ao projeto "A DIMENSÃO SOCIAL DA REGULAÇÃO DA LIBERDADE DE EXPRESSÃO DO PENSAMENTO: concretização pelo Supremo Tribunal Federal", coordenado pelo Prof. Dr. Carlo José Napolitano. O projeto principal visa investigar a regulação jurídica do direito fundamental à liberdade de expressão do pensamento na perspectiva do Supremo Tribunal Federal, abordando os aspectos jurídicos e as dimensões e repercussões sociais decorrentes da regulação constitucional. A proposta principal considera que a atual constituição brasileira, de caráter substancial, estipula inúmeras finalidades, objetivos e valores que o Estado e a sociedade brasileira devem concretizar ou pelo menos almejar, sendo um desses valores a liberdade de expressão do pensamento, direito essencial para a consolidação da democracia e da cidadania. Considera ainda que ao judiciário e, em especial, ao Supremo Tribunal Federal, foi atribuído o papel de concretizador desses direitos e que a partir da década de 90 este órgão do judiciário brasileiro passou a exercer um papel de centralidade nas decisões políticas, além obviamente de exercer a sua precípua função de guardião da constituição. Para atender o escopo do projeto principal estão sendo investigadas a regulação constitucional da liberdade de expressão do pensamento, em pesquisa teórica bibliográfica, e a interpretação jurídica e, conseqüente, concretização desse direito pelo Supremo Tribunal Federal, pelo intermédio da análise de julgados proferidos por essa corte em ações constitucionais referentes a esse direito fundamental. O projeto de iniciação científica objetiva especificamente investigar o conceito de "direito à comunicação". Para tanto o aluno de ICSB ficou encarregado do levantamento e da análise de material relacionados ao conceito "direito à comunicação", no qual está inserida a temática da "liberdade de expressão do pensamento". Essa etapa da pesquisa foi realizada, no portal da Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, com a análise dos trabalhos apresentados no GP - "Políticas e Estratégias de Comunicação", nos anos de 2003 a 2013, do qual o orientador é membro desde 2011. Com a pesquisa no banco de dados foram localizados 27 trabalhos relacionados à temática "direito à comunicação". Os trabalhos foram lidos e resumidos pelo proponente, elaborando um banco de dados que será, na segunda etapa da pesquisa, analisado juntamente com o orientador.

CORREIO DE BAURU: O JORNALISMO DIÁRIO INTERIORANO NO INÍCIO DO SÉCULO XX*JÉSSICA DA SILVA SANTOS**CÉLIO JOSÉ LOSNAK*

A comunicação baseia-se na pesquisa que tem como proposta a análise de conteúdo do primeiro jornal diário de Bauru, com foco em como eram reportados a cidade e a sociedade da época, na análise qualitativa do trabalho jornalístico da folha e de seu relacionamento com a política, com as questões sociais do município enquanto interesse público e nas articulações entre o período e a grande imprensa do período. O seu principal objetivo é contribuir para a construção da história da imprensa brasileira e, principalmente, oferecer a oportunidade de desvendar as características das primeiras publicações do interior, identificando suas especificidades e diálogos com a imprensa dos grandes centros do país. O trabalho orienta-se pela análise histórica da produção jornalística inserindo-a na prática profissional daquele tempo, relacionando aos recursos comunicacionais do período e aos temas considerados importantes pela sociedade brasileira e local. Até o momento pôde-se constatar que a história do jornal pode ser dividida em duas etapas: a fase em que ele é semanal e, posteriormente, diário. Na primeira, a linguagem empregada nos textos é bastante rebuscada, indicando a aproximação entre jornalismo e literatura; as informações reduzem-se a pequenas notas, as manchetes não estão presentes, o caráter noticioso é esporádico, as questões políticas também não aparecem, o veículo é um meio de interação de um pequeno grupo social sem menções a conflitos, contradições e heterogeneidades sociais. No segundo momento, o jornal demonstra evolução na técnica de produção jornalística e passa a investir no detalhamento das informações, com notícias regionais, nacionais e internacionais. O aumento no número de anúncios também é um aspecto indicativo do desenvolvimento do periódico e da prosperidade alcançada na cidade. O cotidiano urbano começa a aparecer, o universo social é ampliado e diversificado, em suas páginas são registrados os progressos da cidade, as deficiências e o empenho de inúmeros indivíduos que fizeram dela um ideal de desenvolvimento. O estudo do jornal Correio de Bauru demonstra como a imprensa tem papel de documentação do seu tempo, servindo de relato histórico para compreendermos o processo de comunicação da sociedade, de acordo com suas características específicas, com as linguagens disponíveis e de acordo com o grupo que representa.

Referências bibliográficas:

COSTA, Cristiane. Pena de Aluguel: escritores jornalistas no Brasil 1904-2004. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

CRUZ, Heloísa de F. São Paulo em Papel e Tinta: periodismo e vida urbana – 1890-1915. São Paulo: EDUC; FAPESP; Arquivo do Estado de São Paulo; Imprensa Oficial SP, 2000.

DARNTON, R. Jornalismo: toda notícia que couber, a gente publica. In: O Beijo de Lamourette. Mídia, Cultura e Revolução. São Paulo. Companhia das Letras. 1995, p.70-97.

LOSNAK, Célio J. Obras impressas: um recorte do pensamento das elites paulistas das primeiras décadas do século XX. In: COELHO, J. G.; VICENTE, Maximiliano Mantin. (Orgs.). Pensamento e Linguagem: subjetividade, comunicação e arte. 1 ed. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2008. P. 235-254.

SODRÉ, Nelson W. História da Imprensa no Brasil. 4. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

TRAQUINA, Nelson. Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são. V.1 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.

MANIFESTO DAS MULHERES BRASILEIRAS CONTRA A COMUNICAÇÃO SOCIAL PORTUGUESA*JÉSSICA DE CÁSSIA ROSSI*

1 Introdução: A presença de mulheres imigrantes brasileiros em Portugal tem crescido, significativamente, nas últimas décadas. Contudo, essas mulheres têm enfrentado uma série de obstáculos para se manterem no país; inicialmente elas enfrentaram a resistência dos portugueses para a recepção de imigrantes como ocorreu no caso Mães de Bragança em 2003 e, na atualidade, o maior problema enfrentado por essas mulheres têm sido em relação à imagem que os portugueses têm delas, a qual está ligada à hipersexualidade (VIANNA, 2011). A mídia portuguesa tem contribuído com essa situação ao estigmatizar a mulher brasileira (ROSSI, 2011). Por isso, em 2011, surgiu a iniciativa de um grupo de brasileiras denominado "Manifesto Mulheres Brasileiras" a fim de repudiar o preconceito disseminado pela mídia portuguesa.

2 Objetivos: Analisar, a partir das reflexões dos Saberes Subalternos, como o "Manifesto Mulheres Brasileiras" questiona o discurso da mídia portuguesa em relação à mulher brasileira em Portugal.

3 Materiais e Métodos: Recorremos aos "Saberes Subalternos", os quais procuram mudar o lócus de enunciação ocidental para as nações periféricas a fim de que as mesmas possam também participar da construção do conhecimento científico. Para tanto, usamos a metodologia "estudo de caso", a qual "[...] é a pesquisa sobre determinado indivíduo, família, grupo ou comunidade que seja representativo do seu universo, para examinar aspectos variados de sua vida" (CERVO; BERVIAN, 2002, p.90-91).

4 Resultados e Discussões: Em 2011, cento e quarenta mulheres e homens, de diferentes países, uniram-se via redes sociais, para escrever o "Manifesto Mulheres Brasileiras" e conseguir o apoio de diferentes organizações da sociedade civil. No manifesto, esse movimento questiona estigmatizações acerca da mulher brasileira que ocorreram na mídia portuguesa como ocorre com a personagem Gina programa de animação Café Central da Rádio Televisão Portuguesa (RTP). Por essa iniciativa, o movimento questionou o discurso discriminatório existente acerca da mulher brasileira muito ligado às hierarquias sexuais, de gênero, raciais e geográficas que estão ligadas à noção de "colonialidade do poder" (GROSFOGUEL, 2008). Ao analisar o manifesto, percebemos no grupo em questão, composto por indivíduos, movimentos e associações, que o mesmo tem consciência da condição subalterna que países não europeus como o Brasil estão submetidos.

5 Considerações Finais: movimento questiona imaginários coloniais construídos pelas hierarquias ocidentais que escondem o lugar de fala euro-americano por trás de um conhecimento neutro, objetivo e universal. Um lócus de enunciação que é desvelado e posto em xeque a fim de desmitificar um saber que associa a mulher brasileira à hipersexualidade.

6 Referências Bibliográficas:

CERVO, Amando L.; BERVIAN, Pedro. A Metodologia Científica. São Paulo: Printice Hall. 2002.

GROSFOGUEL, Ramón. Para descolonizar os estudos de economia política e os estudos pós-coloniais – transmodernidade, pensamento de fronteira e colonialidade global. Revista Crítica de Ciências Sociais, n.80, março 2008, p.115-147.

MANIFESTO MULHERES BRASILEIRAS. Manifesto em repúdio ao preconceito contra as mulheres brasileiras em Portugal. Blogspot. 2011. Disponível em: Manifesto em repúdio ao preconceito contra as mulheres brasileiras em Portugal. Acesso em: 26 abr. 2014.

ROSSI, Jéssica de Cássia. As representações da mulher brasileira na mídia portuguesa: jornal Expresso. 2011. 255 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista, Bauru.

VIANNA, Carlos. A maioria dos brasileiros vai ficar em Portugal. Revista B-i. ACIDI, n. 90, maio 2011. Disponível em: http://www.acidi.gov.pt/_cf/51357. Acesso em: 26 abr. 2014.

JORNALISMO DIGITAL: PANORAMA E TENDÊNCIAS

*JÉSSICA ELIZANDRA SILVEIRA DE OLIVEIRA
ANGELA MARIA GROSSI DE CARVALHO*

A pesquisa em questão se propõe a apurar como a popularização da internet e dos vários suportes onde ela é disponibilizada, - PC, notebook, celular, iPad, entre outros - têm afetado a prática do Jornalismo, além de levantar as tendências para a área. Baseia-se em pesquisa exploratória, com procedimentos de investigação bibliográfica, documental e entrevistas em profundidade, com editores de veículos jornalísticos. Seus objetos de estudo são diversos sites de conteúdo jornalístico, como os portais UOL, Terra, iG e G1; os dos jornais Folha de São Paulo, Estado de São Paulo, Metro e Brasil Post; os de revistas, como Superinteressante, Veja, Istoé e Época; e projetos inovadores, como Cidades Para Pessoas, YouPix, Glück Project, Agência Pública, Hypeless e Mídia Ninja. Apesar da pesquisa ainda estar em andamento, algumas constatações já foram feitas, referindo-se principalmente ao panorama atual do Jornalismo. Por exemplo, percebeu-se que, ao contrário do que alguns veículos jornalísticos acreditam e praticam, as grandes reportagens vem ganhando espaço no meio digital, sobretudo quando lançam mão de conteúdo transmídia e permitem a interação do leitor. Outra conclusão é a de que as faculdades de Jornalismo ainda não preparam os estudantes para lidarem com o complexo universo digital: os ensinam a escrever textos curtos e objetivos (o formato ideal para as notícias, conteúdo dominante no universo digital), mas não a construir uma reportagem transmídia; lhes dão dicas de como serão as suas rotinas quando trabalharem para grandes empresas jornalísticas, mas não a serem empreendedores - o que seria interessante devido à escassez de vagas no mercado. Porém, a constatação mais relevante até o momento refere-se à necessidade de investimento em formas inovadoras de transmissão das informações jornalísticas. A maioria das empresas acredita que agora, com os conteúdos sendo transmitidos através da tela dos dispositivos eletrônicos, é possível economizar o dinheiro antes gasto com impressão e logística. Porém, apurou-se que o Jornalismo Digital tem muito mais sucesso quando esses recursos são investidos em novas formas de transmissão das informações. As próximas etapas do estudo serão dedicadas, entre outras coisas, a apuração de quais são essas formas e as dificuldades que permeiam a sua execução. Quanto ao referencial teórico fundamental em exploração, destaco: Jornalismo digital de terceira geração (BARBOSA, 2007); Os sites de notícia podem estimular a deliberação online? Um estudo dos comentários de leitores postados no folha.com (BARROS; SAMPAIO, 2013); Jornalismo 2.0: Como sobreviver e prosperar - um guia de cultura digital na era da informação (BRIGGS, 2007); A força da mídia social: interface e linguagem jornalística no ambiente digital (FERRARI, 2010); Jornalismo digital (FERRARI, 2010); Mapeamento 2: do ensino de jornalismo digital no Brasil em 2010 (FERREIRA, 2010); Cultura da convergência (JENKINS, 2009); e Horizontes do webjornalismo (TORRES, 2013).

1964: OLHARES SOBRE A CONSTITUIÇÃO DO CONTROLE SOCIAL SOBRE A INFÂNCIA E JUVENTUDE. UMA RELEITURA DO PASSADO PARA A ANÁLISE DO PRESENTE*JOANA D ARC TEIXEIRA***Introdução**

As políticas de atendimento a crianças e adolescentes no Brasil podem ser descritas sob o respaldo de diferentes períodos da história política, social, econômica e de controle social, permitindo demarcar as diferentes fases no atendimento, as rupturas, bem como as continuidades ou até mesmo as reconstruções. Historicamente, no Brasil, os jovens, categorizados como os desviantes da ordem e identificados como um problema social são frequentemente alvos de políticas voltadas ao controle social.

Portanto, esta apresentação é um recorte da pesquisa de doutorado, em andamento. Neste breve recorte, tem-se como objetivo problematizar a constituição do controle social da juventude, seu processo de institucionalização no período da Ditadura Militar (1964 – 1984), apontando para as continuidades e repercussões desse período histórico nas políticas atuais de controle social. Para tanto, parte-se de uma análise de referências bibliográficas, de estudo e análise dos discursos políticos presente na Revista Brasil Jovem, revista da Fundação Nacional do Bem Estar do Menor – FUNABEM, que tinha por finalidade divulgar a política de atendimento, no período de 1964-1980.

Análise e discussão dos resultados:

Período de Ditadura militar: FUNABEM e FEBEM a centralização do atendimento

A descrição histórica do surgimento das primeiras instituições, no início do século XX, já possibilita vislumbrar a preocupação da questão do menor por parte das políticas estatais. Crianças e jovens das chamadas classes populares passaram a ser encaradas como um problema a ser enfrentado pelo Estado. Todavia, é no período do governo militar que a questão passou a ser dimensionada como um problema social e, sobretudo, de âmbito nacional. Como resposta verifica-se o surgimento das bases da Política Nacional do Bem Estar do Menor – PNBEM e o projeto de institucionalização da infância e da juventude em nosso país. É importante não perder de vista que este órgão foi pensado e definido com a finalidade de ser o principal agente controlador na questão do menor, buscando desenvolver técnicas para o ajustamento de crianças e jovens, articuladas aos propósitos da Escola Superior de Guerra e da Doutrina de Segurança Nacional.

A FUNABEM, portanto, surge como o órgão que deveria se responsabilizar pela definição de novas práticas de atendimento às crianças e jovens, com objetivo de investir em práticas institucionais e educacionais engajadas no exercício de adequação de valores e de comportamentos, com vistas a responder aos padrões de conduta normalizada, condição para reintegrá-los ao convívio social. Ao mesmo tempo, a política da FUNABEM consistiu no principal interesse do Estado, como foco de propaganda política e para o reconhecimento frente à opinião pública, de modo a difundir a ideia de que o Estado preocupava-se com o “homem do amanhã” e com as questões sociais, mediante a construção, implementação e consolidação de uma política do bem estar do menor (RODRIGUES, 2001; SADER, 1986). Para tanto, constituiu saberes, para difusão de discursos sobre os problemas relacionados à pobreza e à criminalidade, defendendo como principais causas: degenerescência moral, o “desvio de conduta”, a delinquência e a “desorganização familiar”.

O discurso preventivo sempre esteve presente nas justificativas para a constituição das políticas públicas de combate à criminalidade infanto-juvenil. A FEBEM, por exemplo, foi erigida no estado de São Paulo com base na defesa de um atendimento assistencialista e preventivo. Seus programas e ações de bem-estar social seriam orientados pelo desenvolvimento de métodos e técnicas de “readaptação” e “reintegração” do “menor” ao meio social. Esse breve histórico indica para a importância de retomar o contexto histórico, social e político de construção de uma política de atendimento a infância e juventude, sob as bases do regime autoritário, de modo a problematizar as continuidades na forma de atendimento de uma juventude, sobretudo, a que infraciona, em que o controle social, a exclusão e o banimento social ainda aparecem como sendo uma das principais apostas no cenário nacional.

Redemocratização do país: novas políticas de atendimento à juventude infratora?

A instauração da democracia, após 21 anos de regime autoritário (1964-1985), levou à ampliação dos direitos civis, sociais, coletivos e políticos, bem como a ampliação das participações e representações sociais, possibilitando a interlocução entre a sociedade civil e o estado. Com a promulgação do Estatuto da Criança e do Adolescente, outros atores passaram a participar da discussão sobre o processo de reestruturação, do que denominamos atualmente de sistema socioeducativo, e fiscalização das políticas públicas de atendimento ao adolescente infrator.

O ápice das críticas ao modelo, centralizado criado no período da Ditadura Militar, ocorreu no período de 1999-2001, após as intensas crises nesse sistema, balizado pelo impacto das rebeliões nos grandes complexos, em tal instituição passou a ter mais visibilidades nos meios de comunicação, tanto pelas práticas de torturas direcionadas aos jovens por

parte de monitores, policiais militares e integrantes de segurança privada, quanto pelas próprias autoridades políticas, que em público passaram a questionar: o que fazer com os jovens que infracionam e o que se fazer com a FEBEM?

Conclusões:

No Estado Democrático de Direito, ao contrário do que se defende, não se tem a desativação da FEBEM. Diante da falência do modelo centralizado, as discussões por parte do governo, organizações civis, conselhos municipais e estaduais de defesa do direito da criança e do adolescente pautaram-se na defesa da municipalização do atendimento socioeducativo. Hoje, denominada de Centro de Atendimento Socioeducativo ao Adolescente – Fundação CASA -, a instituição se apresenta como tendo uma nova estrutura, novas propostas no atendimento e de gestão: a gestão compartilhada e democrática. Em pleno Estado Democrático de Direito, as tendências atuais de punição e controle possibilitaram a produção do jovem socialmente categorizado como perigoso, conferindo legitimidade à exclusão social: o encarceramento. A juventude continua a ser capturada e tutelada pelos aparelhos de repressão, sob um contexto de aumento do policiamento de atitudes criminalizáveis e menor tolerância sobre suas ações.

Referências

FONSECA, S. C. O Instituto Disciplinar do Tatuapé e a Infância em conflito com a lei na cidade de São Paulo (1890-1897). Dissertação (Mestrado em Educação). Marília: Faculdade de Filosofia e Ciências - UNESP, 2001.

RODRIGUES, G. A. Os Filhos do Mundo: A face Oculta da Menoridade (1964-1979). São Paulo: IBCCRIM, 2001.

SADER, E. Democracia é coisa de gente grande? In: BIERRENBACH, M. I.; SADER, E.; FIGUEIREDO, C. P. Fogo no Pavilhão. Uma proposta de liberdade para o menor. São Paulo: Editora Brasiliense. 1987. p.3-36.

SÃO PAULO. Estatuto da Criança e do Adolescente – Lei 8069 de 13 de julho de 1990.

FUTEBOL E DITADURA: MÉDICI E A COPA DE 70

JOÃO FERNANDO TOBGYAL DA SILVA SANTOS
MARCOS AMÉRICO

1) Descrição da pesquisa: Esta pesquisa de caráter exploratório, bibliográfica e documental faz parte das investigações desenvolvidas pelo GECEF - Grupo de Estudos em Comunicação Esportiva e Futebol da UNESP e certificado pelo Diretório de Pesquisas do CnPQ (<http://dgp.cnpq.br/buscaoperacional/detalhegrupo.jsp?grupo=0330609LW6DNZ8>) e que tem por objetivo investigar, debater e compreender os fenômenos esportivos e suas relações com o campo das ciências humanas e da comunicação. As principais linhas de pesquisa são análise discursiva da comunicação esportiva, antropologia, história e sociologia do esporte e as relações entre marketing, tecnologia e esporte. Por meio desta pesquisa, o presente trabalho esboça um panorama do governo do General Emílio Garrastazu Médici (1969 -1974) e sua relação com o futebol, esporte pelo qual era apaixonado. Considerado "linha dura", Médici pertencia a ala mais radical dos militares que governou o Brasil durante os chamados "Anos de Chumbo" (que vão desde a edição do AI-5 em dezembro de 1968 até final do governo do citado general em março de 1974) que compreende o período em que o Brasil se tornou tricampeão de futebol no México em 1970 e conquistou definitivamente a Taça Jules Rimet, que foi roubada e teve seu ouro provavelmente derretido em dezembro de 1983.

(2) Objetivos: Por meio da pesquisa exploratória de caráter bibliográfica e documental demonstrar o uso do futebol como ferramenta da propaganda de "integração nacional" e ufanismo, desviando as atenções do que aconteciam nos chamados "porões da ditadura" onde pessoas eram presas e torturadas em uma afronta aos direitos humanos e constitucionais.

(3) Materiais e métodos: Pesquisa exploratória de caráter bibliográfica e documental baseada em livros, relatos, entrevistas, documentos e artigos sobre o tema e o período.

(4) Resultados e discussões: Há um "jogo sujo" nos bastidores políticos em torno deste símbolo nacional, a Seleção Brasileira, por muito tempo tem servido como elemento para estratégias de marketing na política, para especulação financeira, lavagem de dinheiro, por fim a sonegação. Até a própria condição de cidadania, do espírito ufanista que o torcedor brasileiro tanto busca, jamais foi explorado pela classe governante como fator propulsor do desenvolvimento social e econômico do país.

(5) Considerações finais: As imagens que partem da seleção brasileira de futebol vão para além de seu ambiente, extrapolam a própria esfera da população e são facilmente associadas às imagens do Estado brasileiro. No período dos regimes políticos de exceção, as vitórias foram consideradas como uma conquista promovida pela reformulação do poder. Uma materialização destas virtudes, impostas, mesmo que por meio de prisões ilegais, tortura e assassinatos, onde este mesmo Estado foi signatário.

(6) Bibliografia:

- COELHO, Frederico Oliveira. Futebol e Produção Cultural no Brasil, Rio de Janeiro, FAPERJ, 2006, p. 245
- BREITKREITZ, L. Anderson. A ditadura e o futebol na América do Sul: a construção de um imaginário coletivo através das Copas do Mundo de 1970 e 1978, Revista Semina V.11 nº. 1, UFPF, 2012
- COUTO, Dr. E. Freitas. A esquerda contra-ataca: rebeldia e contestação política no futebol brasileiro (1970-1978), Revista de História do Esporte v. 3, nº. 1, 2010
- DANTAS Jr. H. Silveira. Futebol e ditadura: representações no cinema brasileiro, Salvador, Revista O Olho da História, nº. 18, 2012
- FILHO, Alberto. KATAYAMA, André. Copa do mundo de 1978 – A ditadura entra em campo. UNESP – Bauru Editora, 2008
- FRAGA, G. Wasen. Futebol, imprensa e ditadura: das formiguinhas de Geisel à abertura de Telê, Anais do XXVI Simpósio Nacional de História – ANPUH, São Paulo, 2011
- HELAL, Ronaldo. Passes e impasses: futebol e cultura de massas no Brasil. Petrópolis, Vozes, 1997, p. 25
- KUSHNIR, Beatriz. Cães de Guarda – Jornalistas e censores, do AI-5 à Constituição de 1988. Boitempo Editorial, 2004
- MANHANELLI, Carlos Augusto. Estratégias Eleitorais: marketing político. São Paulo: Summus, 1988
- MATTIELO, Camila Murari; RIBEIRO, Maria de Fátima dos Santos. A importância do marketing político e eleitoral no processo decisório do voto: análise das campanhas eleitorais dos deputados Sidney Beraldo e Simão Pedro. 2006. Disponível em: <http://www.posunifae.com.br>. Acesso: 19 de abril de 2014 – 10:50 am
- SILVA, Francisco Carlos Teixeira da. SANTOS, Ricardo Pinto dos. Memória Social dos Esportes – Futebol e Política: A construção de uma identidade nacional – v. 2 — Rio de Janeiro: Mauad Editora Ltda: FAPERJ, 2006
- SOUZA, Denaldo Achorne de. O Brasil entra em ação! Construções e reconstruções da identidade nacional (1930-1947). São Paulo: Annablume, 2008
- VIEIRA L. Costa, BARRANCOS, Profa Dra Jacqueline E.. Análise das estratégias de marketing político adotada no município de Lagoa de Dentro – PB. TCC - Curso de Especialização em Gestão Pública Municipal, 2010

A RETIRADA DA FILOSOFIA DA GRADE CURRICULAR DO ENSINO MÉDIO DURANTE A DITADURA MILITAR*JOSÉ ANTÔNIO LEANDRO FILHO*

Esta resumo faz parte da pesquisa do programa de mestrado da Universidade do Oeste Paulista com o tema "A Política curricular e o ensino de filosofia no Estado de São Paulo". Usando como metodologia uma revisão bibliográfica de artigos existentes pesquisamos a motivação da retirada da filosofia da grade curricular pela ditadura militar no ano de 1970. Concluímos que se a filosofia foi afastada do currículo por razões ideológicas significa que ela se apresenta como uma ameaça ao discurso político ideológico de quem detém o poder. Os textos que auxiliaram nesta discussão buscaram evidenciar o significado de filosofia, sua historicidade no currículo nacional e as razões da mesma saírem do currículo. Para buscar compreender a razão qual a ditadura militar retirou a disciplina de filosofia do currículo nacional do ensino médio é que dispomos a definir o significado da mesma. Isto porque a ditadura não se incomodou com as outras disciplinas que não consideraram perigosas para a ideologia da mesma. A tradução literal da palavra se divide em duas. Philo amor e sophia sabedoria. O ato de filosofar criaria na pessoa que se dispõe a aprender filosofia uma autonomia do pensamento, contrariando os saberes predispostos por qualquer outro. Portanto, ao aprender filosofia a pessoa se tornaria independente de pensamento. Portanto, a prática filosófica construiria a filosofia dentro do tempo histórico. Para Gallo e Kohan:

"(...) a própria prática da filosofia leva consigo o seu produto e não é possível fazer filosofia sem filosofar, nem filosofar sem fazer filosofia (...) porque a filosofia não é um sistema acabado nem o filosofar apenas a investigação dos princípios universais propostos pelos filósofos" (2000, p. 184).

Assim, para a discussão deste artigo, vamos optar por aceitar essa indissociação entre a filosofia e o ato de filosofar, para, posteriormente, buscar compreender a razão pelo qual se retirou a filosofia do currículo escolar. Segundo MAZAI: "O ensino de filosofia aportou, em nosso país, com os religiosos da Companhia de Jesus, no século XVII (1553)" (p.2). O objetivo da mesma era ajudar na catequese.

Com a expulsão dos jesuítas do Brasil no ano de 1759 por Marques de Pombal, pretendeu-se dar um novo foco a educação. A proposta era "que o ensino deveria preparar o cidadão para servir ao estado civil e não à igreja". (MAZAI & RIBAS p.3) novas ideias, em especial do positivismo Francês como liberdade, igualdade e fraternidade tomaram conta dos ensinamentos no Brasil. Outro ponto foi o anticristianismo que crescia no meio intelectual.

Com o passar do tempo a filosofia foi perdendo espaço dentro da educação básica. Em 1961 com a criação da primeira Lei de Diretrizes e Bases, lei 4024/1961, que regulamenta a educação no Brasil determina a disciplina de Filosofia como opcional. Com o golpe militar no Brasil

Em 1968 com o Presidente da República Costa e Silva, o regime militar endureceu suas ações. Em relação a educação, a disciplina de Filosofia foi definitivamente banida do currículo pela Lei de Diretrizes e Bases 5692/72. Em seu lugar entra a disciplina de Educação Moral e Cívica que buscava adestrar o pensamento a um patriotismo que desejava a Ditadura Militar.

A ditadura militar via em tudo aquilo que a mesma considerava subversivo, uma ameaça a sua dominação e permanência no poder. Portanto, é obvio que se deveria excluir as disciplinas, como a filosofia, que confrontasse a dominação. Não somente a disciplina mas, todos aqueles que se propunham a conscientizar as pessoas de seus direitos não observados.

GALLO S. e KOHAN W. O. Crítica de alguns lugares-comuns ao se pensar a filosofia no Ensino Médio in GALLO S. e KOHAN W. O. (org.) Filosofia no Ensino Médio. Petrópolis: Editora Vozes, 2000.

O AUDIOVISUAL COMO RECURSO DE SENSIBILIZAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS NO PROGRAMA CIDADES SUSTENTÁVEIS

JOSIANE GOTHARDO

RAQUEL CABRAL

O presente trabalho busca discutir o conceito de responsabilidade social no contexto da atividade de Relações Públicas a fim de verificar de que maneira esta concepção está relacionada com a noção de Cultura de Paz. Trata-se de um conceito complexo amparado pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) que, entre outros objetivos, também busca interpretar e integralizar os objetivos organizacionais às demandas sociais locais e globais articulando ações que levem a um desenvolvimento e gestão sustentável das cidades. Para tanto, defenderemos o uso do recurso audiovisual para a sensibilização de públicos de interesse como uma ferramenta estratégica em Relações Públicas para a eficácia de temáticas relacionadas ao Programa "Cidades Sustentáveis", sobre o qual faremos uma breve discussão, objetivando avaliar sua efetividade, objetivos e metas na cidade de Bauru, o qual cabe a administração local expandir a interação com os municípios. A partir dessas definições, pode-se fazer algumas observações quanto ao Programa e o uso do recurso audiovisual (pelo gestor) para a ampliação dos métodos utilizados para que se atinja resultados desejáveis aos indivíduos da comunidade local. Ressaltamos que o Programa é uma iniciativa apartidária, que tem como foco a gestão sustentável das cidades de forma que funcione como uma ferramenta que auxilie os gestores municipais na tomada de decisões estratégicas. Dessa forma, foi feito um levantamento bibliográfico a respeito do tema e realizada uma entrevista com o assessor da gestão municipal. Como resultado das discussões, identificamos que o Programa visa fornecer recursos e facilitar a gestão, mas não pode ser usado como a única fonte para a mudança de cenários, pois a transformação social efetiva só é possível através da prática de ações que possam ser desenvolvidas se estimuladas e juntamente com os cidadãos, a partir da sensibilização para tais temáticas (como a sustentabilidade).

Acreditamos, portanto, que é possível articular os conhecimentos teóricos com a prática no exercício da experimentação de novos espaços de atuação das Relações Públicas, especialmente no que se refere à introdução do audiovisual como recurso de sensibilização em programas de responsabilidade social. Esperamos, com isso, poder iniciar experiências reais e bem-sucedidas de Relações Públicas comunitárias, articulando responsabilidade social, cidadania e participação popular.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. Modernidad líquida.

CABRAL, Raquel. Relações Públicas e Cinema: das artes à estratégia criativa.

DISKIN, Lia. Cultura de paz: redes de convivência.

FERRARI, Maria A. Relações Públicas: função estratégica e responsabilidade social.

GONÇALVES, Gisela. Relações Públicas e responsabilidade pública: da visão sistêmica à visão altruísta.

GRUNIG, James; FERRARI, Maria; FRANÇA, Fábio. Relações públicas: teoria, contextos e relacionamentos.

KUNSCH, Margarida M. K. Relações públicas comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora.

NOS ALDÁS, Eloísa. Lenguaje publicitario y discursos solidarios: eficacia publicitaria, ¿eficacia cultural?.

PERUZZO, Círcia M. K. Relações públicas comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora.

PROGRAMA Cidades Sustentáveis: 07 Educação para a sustentabilidade e qualidade de vida. Disponível em < [HYPERLINK "http://www.cidadessustentaveis.org.br/gps/eixos/educacao-para"](http://www.cidadessustentaveis.org.br/gps/eixos/educacao-para)<http://www.cidadessustentaveis.org.br/gps/eixos/educacao-para>

HYPERLINK

["http://www.cidadessustentaveis.org.br/gps/eixos/educacao-para-asustentabilidade/"](http://www.cidadessustentaveis.org.br/gps/eixos/educacao-para-asustentabilidade/)

asustentabilidade/video>

Acesso: 04 abr. 2014.

PROGRAMA Cidades Sustentáveis: guia GPS – Gestão Pública Sustentável. 2. ed. Rede Nossa São Paulo, 2013.

REZENDE, Marcelo I. G. Desafios para a construção de uma cultura de paz. .

O MOTION GRAPHIC NA SÉRIE HOUSE OF CARDS

JULIA DAMIATI REZENDE

O Motion Graphic na série House Of Cards

O importante papel desempenhado pelas tecnologias de informação e comunicação na sociedade contemporânea impõe a incorporação de Motion Graphic ao conteúdo televisivo. Assim, dentro da linguagem híbrida composta pelas matrizes: sonora, visual e verbal, a matriz textual adquire maior relevância.

O presente trabalho objetiva apontar características da utilização da matriz textual na série de televisão norte americana House Of Cards, drama político criado por Beau Willimon para o site Netflix através da adaptação do romance homônimo escrito por Michael Dobbs e da minissérie britânica criada por Andrew Davies, que conta a história do ambicioso político Frank Underwood. A primeira temporada de treze episódios foi disponibilizada na íntegra no dia 1 de fevereiro de 2013. A segunda foi lançada no dia 14 de fevereiro de 2014 com o mesmo número de episódios.

Selecionou-se o estudo de caso (YIN, 2002) e como categorias de análise a sintaxe visual (DONDIS, 1997). Como recorte optou-se pela escolha de um frame do seriado, uma vez que todas as mensagens recebidas obedecem a mesma estrutura de grafismo. Foram utilizados os seguintes conceitos: "Design Televisual", definido por SILVEIRA (2008) como "os projetos desenvolvidos para a mídia televisiva a partir da concepção de produtos de informação e comunicação que incorporam elementos gráficos, imagéticos e tipográficos, estáticos ou em movimento, bem como elementos sonoros" e "Motion Graphics", por VELHO (2008), como uma área de criação audiovisual particular, fruto do cruzamento de processos e linguagens do design, do cinema e da animação. O termo é relativamente novo, não existindo uma definição mundialmente aceita. No Brasil é frequentemente traduzido como "videografismo".

Frank, sentado à beira de uma fonte, recebe uma mensagem de texto em seu celular. O aviso é dado ao espectador através da reprodução do som de um aparelho vibrando em um local abafado. Rapidamente, a personagem retira o aparelho de seu bolso e, ao mesmo tempo que ouve-se um som característico da abertura de mensagem do iPhone, o texto é gradualmente mostrado na tela envolto por um balão de fala que sai diretamente do aparelho. Em cima dele há o nome do remetente (Claire) e o horário em que a mensagem foi recebida.

O balão com as informações descritas acima simula a interface do iPhone. Na utilização de SMS para a narrativa audiovisual, observa-se a existência de um nível de transparência sobreposto ao preenchimento de cor, nesse caso a cor azul, para que seja possível a visualização da imagem ao fundo. O balão some, em fade out, à medida que a personagem afasta o seu olhar do aparelho.

Conclui-se que os efeitos de opacidade e o aparecimento e desaparecimento graduais dos elementos gráficos amenizam o surgimento abrupto da mensagem.

Referências Bibliográficas

VELHO, João. Motion Graphics: linguagem e tecnologia – anotações para uma metodologia de análise. Dissertação de Mestrado – Programa de Pós-graduação da Esdi. Rio de Janeiro, 2008.

SILVEIRA, Rosana V. Design Televisual: Linguagens e Processos. Dissertação (Mestrado em Design) - Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2008.

DONDIS, Donis A. Sintaxe da Linguagem Visual. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

FLUSSER, Vilém. O mundo codificado: por uma filosofia da comunicação. São Paulo: Cosac Naif, 2007.

AZNAR, S.C. Vinheta: do pergaminho ao vídeo. São Paulo: Arte & Ciência, 1997.

SANTAELLA, Lucia. Matrizes da Linguagem e Pensamento: Sonora, Visual, Verbal. São Paulo: Iluminuras, 2005.

O ESTUDO DAS CORES NA TELENOVELA MEU PEDACINHO DE CHÃO*JÚLIA PICCOLO VON ZEIDLER*

O papel da direção de arte na construção audiovisual é fazer com que todos os elementos visuais presentes no enquadramento estejam em harmonia.

Este artigo tem como objeto de estudo a análise da utilização das cores e suas significações dentro da direção de arte da telenovela *Meu Pedacinho de Chão*. Sua veiculação teve início em abril de 2014, pela Rede Globo de televisão, às 18h, com autoria de Benedito Ruy Barbosa e Teixeira Filho e direção de Dionísio Azevedo. A obra é um remake da telenovela, de mesmo nome, exibida nos anos de 1971 e 1972.

Desde os primeiros aparecimentos na televisão, *Meu Pedacinho de Chão* chamou atenção pela direção de arte diferenciada. A narrativa é contada pelo ponto de vista de uma criança. Assim, a direção de arte de cria os cenários do vilarejo abusando das cores, com a intenção de representar o olhar mágico da criança.

O estudo busca estabelecer a relação existente entre a personagem e a cor determinada pela direção de arte. Esta cor será predominante nos figurinos e cenários nos quais a ação principal é da personagem. Como recorte estabeleceu-se o estudo das cores utilizadas nos figurinos durante a apresentação das personagens, pelo ponto de vista do Serelepe.

A pesquisa busca determinar uma relação de significância entre as cores utilizadas para representar as personagens da telenovela *Meu Pedacinho de Chão*. O principal objetivo é definir a cor dominante em cada personagem e entender seu significado dentro do contexto audiovisual e narrativo, e assim, estabelecer o *modus operandi* da utilização da cor no processo de comunicação.

O método utilizado para a produção do artigo é o estudo de caso (YIN, 2002), e as categorias de análise pelos conceitos estabelecidos por (FARINA, 2000).

O primeiro passo foi selecionar um frame para cada personagem e determinar a cor predominante, depois foi feito a associação com as categorias descritas para cada cor e por fim a conexão entre a cor e as características da personagem.

No resultado as cores dominantes de três personagens foram definidas, sendo elas: Pituquinha: rosa e azul; Serelepe: marrom, vermelho e azul; Juliana: rosa e vermelho. De acordo com as categorias descritas o rosa representa o encanto e a inocência, a cor azul está relacionada com o caráter de eternidade, amizade e confiança. O marrom é visto como a cor da terra e da resistência. O vermelho está ligado acima de tudo com a representação do amor, além de significar energia.

A associação dessas cores com as características se dá a partir do perfil definido para as personagens de acordo com a narrativa. Pituquinha representa a doçura, a infância e a amizade. Serelepe é o arquétipo de liberdade, justiça e representa o sonho. Juliana é a nova professora do vilarejo, ela é o sinônimo de amor, e idealiza o papel da consciência e da inteligência.

Conclui-se que a cor não é apenas um elemento estético da produção, mas que auxilia na construção e na representação das personagens nas obras audiovisuais.

Referências bibliográfica

TORRES, Leticia ; AFFINI, L. P. Especificidades da Direção de Arte em Programas Infantis. In: I Seminário Lecotec de Comunicação Científica, 2008, Bauru.

BELEZE, Danusa ; AFFINI, L. P. . Pau a Pixel: Direção de Arte. In: I Seminário Lecotec de Comunicação Científica, 2008, Bauru.

FARINA, Modesto, *Psicodinâmica das cores em comunicação*. 5º ed. São Paulo: Edgard. Blusher, 2000.

COMEMORAÇÃO DE GOL: LUDICIDADE E COMUNICAÇÃO EM CAMPO

JÚLIO CÉSAR PENARIOL

Aos poucos, o esporte tem deixado a alcunha de ópio do povo para se tornar objeto de estudo na academia. Hoje, pesquisadores têm se debruçados sobre a importância que o esporte moderno adquiriu para o entendimento da sociedade. O fato é que o futebol faz parte da vida das pessoas e se tornou uma das práticas sociais mais legítimas. O antropólogo Roberto DaMatta (1982) foi enfático ao dizer que cada sociedade tem o futebol que merece, no sentido de que toda modalidade esportiva carrega características fundamentais do seu povo. No Brasil, a sociedade encontrou neste esporte uma maneira de se expressar, de extravasar emoções.

Dentro do campo de jogo, os atletas buscam, ao comemorar um gol, comunicar-se com os torcedores, estejam eles no estádio ou assistindo à televisão. São gestos carregados de informação e que refletem a sociedade em que ele está inserido. Dentre as características de um jogo, Roger Caillois (1990) aponta a presença constante da ideia de limites e liberdades, pois "todo o jogo é um sistema de regras que definem o que é e o que não é do jogo, ou seja, o permitido e o proibido". Ora, se o jogo de futebol é dotado de regras que limitam a atuação dos atletas, a ludicidade ganha espaço quando o jogador alcança o feito maior dentro da partida, que é marcar um gol. Por isso, naquele instante, o atleta foge do campo finito de significação que o jogo produz para se comunicar com o mundo real, daí a importância de se pesquisar como essas comemorações se transformaram ao longo dos anos.

Portanto, este artigo pretende mostrar como o futebol, manifestação da sociedade, deixou de ser um campo de alienação das massas e se tornou, além de um espetáculo midiático, um frutífero campo para estudos acadêmicos. A ideia é abordar como este esporte pode revelar muita coisa sobre os hábitos e estruturas da sociedade em que ele está inserido. Em seguida, o objetivo é estudar os significados envolvidos no ato lúdico de comemorar um gol e como se deu a evolução histórica desse momento, mostrando o modo de agir dos jogadores após balançar as redes nos primórdios da modalidade até as danças coreografadas e as mensagens marqueteiras que existem atualmente, sempre considerando o gesto como um ato comunicacional. A influência da televisão no comportamento pós-gol dos jogadores também merecerá um tópico neste artigo.

Em relação ao material e métodos, utilizamos a revisão bibliográfica, a pesquisa documental em sites para elencarmos 10 vídeos de comemorações de gols de jogadores brasileiros que marcaram o futebol nacional. Também consultamos os manuais da FIFA (Federação Internacional de Futebol) e da CBF (Confederação Brasileira de Futebol) sobre as regras desse esporte, a fim de mostrarmos o que é permitido e o que é proibido ao jogador fazer após marcar um gol.

Está no dicionário: comemorar, do latim *commemorare*, significa trazer à memória, fazer recordar. E, após a realização deste artigo, percebe-se que o jogador quer é mais ser recordado nos dias seguintes após marcar um gol. Afinal, estudar o universo abarcado pelo momento do gol é uma maneira de compreender o homem em sociedade.

BARTHES, Roland. "O que é o esporte?", em *Revista Serrote*, nº 3, São Paulo: Instituto Moreira Salles, 2009.

BOURDIEU, Pierre. Sobre a televisão (seguido de "A influência do jornalismo" e "Os Jogos Olímpicos"). Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BRACHT, Valter. *Sociologia crítica do esporte – uma introdução*. Ijuí: Editora Unijuí, 2011.

CAILLOIS, R. *Os jogos e os homens*. Lisboa: Portugal, 1990.

DAMATTA, Roberto. *Universo do Futebol: esporte e sociedade brasileira*. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.

GASTALDO, Édison; LEISTNER, Rodrigo; MCGINITY, Samuel; TEODORO, Ronei da Silva. A bola no bar. In: 7º Congresso Latinoamericano de Investigadores de La Comunicación, 2004, Buenos Aires (Argentina). Disponível em: http://www.alaic.net/VII_congreso/gt/gt_5/GT5-P6.html

HUIZINGA, J. *Homo Ludens - O Jogo Como Elemento da Cultura*. São Paulo, Perspectiva, 1971.

PLURAL - OBSERVATÓRIO DE COMUNICAÇÃO E CIDADANIA: AVANÇOS E PERSPECTIVAS DE APRIMORAMENTO APÓS QUATRO ANOS DE ATUAÇÃO

KÁTIA VIVIANE DA SILVA VANZINI
VANESSA GRAZIELLI BUENO DO AMARAL

BREVE DESCRIÇÃO DA PESQUISA

Em formato de blog, o Plural – Observatório de Comunicação e Cidadania, reúne conteúdo produzido por discentes e docentes da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação – Unesp. Em 2014, o Plural comemora quatro anos de atuação, agregando postagens que analisam a cobertura jornalística, as ações de comunicação pública e debates de temas relacionados à área da comunicação.

Através da Análise de Conteúdo foram analisadas as postagens feitas nos anos de 2010 a 2013, visando apontar os avanços e sugerir perspectivas de aprimoramento do observatório que objetiva, entre outros, o aperfeiçoamento da cobertura jornalística dos meios de comunicação e das propostas desenvolvidas por iniciativas de comunicação pública. Palavras-chave: Plural, Observatório, Mídia, Análise.

OBJETIVOS

O objetivo deste trabalho é avaliar quais os meios e empresas de comunicação cujas postagens receberam maior número de análises, quais seções do blog registraram o maior número de publicações e traçar propostas de aprimoramento para o observatório.

MATERIAL E MÉTODO

Através de análise exploratória das postagens, foi possível identificar dois grupos principais: análise das coberturas jornalísticas dos meios de comunicação e artigos sobre temas relacionados à área da comunicação.

As postagens do primeiro grupo foram divididas nas seguintes categorias: Impresso (revistas e jornais); Internet (portais, blogs, redes sociais); TV e Rádio e Comunicação Pública. As publicações do segundo grupo foram divididas em: formação profissional; regulação dos meios; políticas públicas; eleições e outros. Foi identificada ainda a quantidade de artigos publicados em cada seção do blog (análises, críticas de mídia, ensaios, olhar panorâmico, periscópio e temas livres).

Para a coleta dos dados foi criada uma planilha eletrônica através da qual as postagens foram tabuladas de acordo com a seção e tema de cada artigo. Também foram contabilizadas as empresas de comunicação analisadas; se as análises dizem respeito à mídia local, regional ou nacional; se os autores apresentam referencial de suas análises e se comparam a mesma cobertura em diversos meios de comunicação.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Após a análise das postagens realizadas no Plural, foi possível chegar aos seguintes resultados:

- A categoria Impresso registrou 63 artigos; TV e Rádio: 45; Internet: 31 e Comunicação Pública: 19.
- O jornal Folha de São Paulo e a Revista Veja figuram mais vezes nos artigos – 22 e 16 respectivamente. A TV Globo 14 vezes.
- As seções Crítica de Mídia e Análises receberam 112 e 46 artigos respectivamente. A seção Tema Livre recebeu 21.
- Três artigos analisaram a cobertura jornalística local. Em 12 postagens foram realizadas comparações entre dois ou mais meios de comunicação e 16 artigos fizeram referências aos textos utilizados em seu conteúdo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após análise, é possível indicar ações para colaborar com a ampliação da atuação do Plural - Observatório de Comunicação e Cidadania. A primeira diz respeito à realização de divulgação periódica e convite aos alunos da graduação e pós-graduação para colaboração. Sugere-se ainda a realização de reuniões com periodicidade fixa do grupo de pesquisa Mídia e Sociedade, para a análise das postagens realizadas, discussão de pautas e sugestão de abordagens. Importante ressaltar a importância do fortalecimento do observatório como ambiente para o debate sobre a atuação dos meios de comunicação e temas relevantes, como a qualidade da comunicação pública, a formação e atuação de profissionais; o direito à informação e o debate sobre a regulação da mídia, além de ser espaço de divulgação de pesquisa de docentes e discentes.

Autores de trabalhos apresentados em eventos científicos realizados pela instituição, com temáticas relacionadas aos objetivos do Observatório, poderiam contribuir com postagens sobre artigos apresentados.

REFERÊNCIAS

BARDIN, L. Análise de Conteúdo. 4. ed. Lisboa: Edições 70, 2009.

FONSECA JÚNIOR, W. C. da. Análise de Conteúdo. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2009, p. 280-304.

FAAC/UNESP. Plural: observatório de comunicação e cidadania, c2010-2014. Disponível em: <<http://www2.faac.unesp.br/blog/obsmidia/>>. Acesso em 09 abr. 2014.

OS DADOS ERRADOS DA PESQUISA DO IPEA SOBRE A MULHER BRASILEIRA: UM RETORNO AO BACKLASH?

LAÍS MODELLI

CAROLINE KRAUS LUVIZOTTO

Ao analisar a condição das mulheres das décadas de 80 e 90 nos EUA, Faludi (2001) aponta como a grande mídia usou os ganhos femininos como massa de manobra para manter o comportamento patriarcal e sexista na sociedade norte-americana. A desvalorização da mídia como reação aos pequenos ganhos das mulheres, tratando-as como "históricas", "deprimidas", "solteironas", foi chamada de Backlash, um "refluxo antifeminista" (FALUDI, p.18). Pesquisas com dados errados sobre a mulher na sociedade, feitas em centros como Havard e Yale, foram usadas como argumento para criar os mitos do backlash, como o medo em não casar; a dificuldade das bem-sucedidas em formar família; solidão da mulher independente; a culpa é delas.

Neste sentido, este estudo discutiu como repercutiu na mídia nacional a divulgação em 27 de março de dados errados da pesquisa do IPEA, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, sobre o comportamento das mulheres brasileiras. Os dados afirmavam, entre outras coisas, que 65% dos brasileiros julgavam que a roupa justifica o ataque contra a mulher (contra um número real de 26%).

Foram reunidas publicações nas versões online da Folha de S. Paulo, no blog do Felipe Moura Brasil da Veja e UOL sobre a pesquisa do IPEA em dois recortes: de 27 a 29 de março, quando o Instituto publicou a pesquisa com os dados errados; em 04 de abril, quando publicou a errata. Sobre métodos, foi usada análise de conteúdo e análise dos hiperlinks (FRAGOSO; et. al.; 2013). Os resultados foram encontrados de acordo com estratégias de Backlash: divulgação do mito sem questioná-lo; tratar o mito como verdade absoluta, sendo o mito propagado aqui o de que o comportamento da mulher pode aumentar os ataques contra ela; associar o resultado da pesquisa com ações das próprias mulheres.

Fora o blog da Veja, nenhuma das matérias analisadas questionou a metodologia do IPEA para realizar a pesquisa e nem a veracidade dos dados. Nenhuma questionou a pergunta usada como base da pesquisa, que ajuda a propagar o mito de que a culpa é da vítima. Em alguns casos, o sentido negativo de uma situação positiva também foi empregado, como na matéria publicada pela Folha no dia 27 de março, com a afirmação de que "apenas 15,5%" concordam que "mulher que apanha em casa deve ficar quieta para não prejudicar os filhos", ao invés de publicar o outro dado, de que 82,1% pensam que a mulher deve denunciar o agressor nesse caso. No caso da Veja, no blog do Felipe Moura Brasil, que alertou para o erro da pesquisa antes da errata, no entanto, culpou as próprias mulheres, com frases como "as ativistas já se aproveitaram da confusão"; "e é sempre bom lembrar que 66,5% dos entrevistados eram... mulheres!" e "obviamente a maior beneficiária em ano eleitoral de uma pesquisa que faz de tudo para vitimizá-las ainda mais", sobre o pronunciamento de horror de Dilma sobre o resultado de 65%.

A reação das mulheres foi lançar na internet a campanha "Eu não mereço ser estuprada", em que apareciam seminuas nas redes sociais com a frase escrita no corpo. A contrarreação, estratégia comum do backlash, foi imediata: a criadora da campanha foi ameaçada de ser estuprada pelos internautas. Outro fato foi que, depois da errata, as denúncias de crimes virtuais envolvendo ameaças de estupro diminuíram em 98%, dados da Safernet fornecidos à Folha de S. Paulo.

Referências bibliográficas

FALUDI, Susan. Backlash: o contra-ataque na guerra não declarada contra as mulheres. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

FRAGOSO, Suely; et. al. Métodos de pesquisa para internet. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2013.

PREPARAÇÃO DE ATORES: CONVERGÊNCIAS E DIVERGÊNCIAS ENTRE AS TÉCNICAS DE STRASBERG E MEISNER*LAISLA DE PAULA RODRIGUES*

A preparação para uma atuação convincente é etapa essencial na realização audiovisual. Vários métodos para esse fim surgiram a partir do teatro passando pelo cinema e pela televisão. O objetivo do presente estudo é estabelecer as convergências e divergências entre técnicas de preparação de atores, para tal selecionou-se as técnicas "da repetição" e "o método", ambas com base nos conceitos propostos pelo diretor e ator russo de teatro Constantin Stanislavski. O trabalho aponta técnicas de direção de atores com a finalidade de tornar a atuação o mais verossímil possível.

A técnica denominada "o método" foi desenvolvida principalmente por Lee Strasberg, na associação de atores estadunidense Actors Studio. A técnica enfatiza o realismo da atuação e propõe ao ator que se coloque no lugar da personagem e vivencie a ação proposta pela cena com suas próprias emoções e sua memória emocional. Nesse método o ator revive a si mesmo no mundo da personagem, a partir de circunstâncias reais e compara situações que ele próprio viveu com as que a personagem está vivendo. O "o método" de Strasberg utiliza-se frequentemente de exercícios de relaxamento para diminuir a tensão dos atores. O ator também é levado a recriar sensações relacionadas aos sentidos, denominada memória sensorial.

A técnica "da repetição" foi desenvolvida pelo professor de teatro Sanford Meisner, na escola de teatro Neighborhood Playhouse, também estadunidense. A técnica defende a atuação amparada pela imaginação do ator, propondo que o ator se comporte de acordo com a situação existente no momento, e reagindo às ações do parceiro de cena. A técnica da repetição defende também que o ator não tome sua circunstância como real, mas sim que ele deve ser preparado para reagir a uma situação imaginária, que é o mundo da personagem. Ao contrário de aprisionar o ator em uma emoção específica, permite-se que ele reaja com as emoções do momento e às "deixas" dos atores que contracenam com ele.

Apesar de as duas técnicas se sustentarem na mesma base teórica, a de Stanislavski, elas apresentam a diferença de que, enquanto a de Strasberg enfatiza a memória dos atores, fazendo-o recriar seus sentimentos no palco e focar em si mesmo, a de Meisner propõe ao ator que se comporte instintivamente no momento, que reaja às "deixas" do parceiro e se concentre na cena.

O método bibliográfico dará suporte a pesquisa, em um primeiro momento realiza-se a leitura e fichamento. Para o estudo do método e da técnica da repetição utiliza-se a fundamentação teórica desenvolvida por Lee Strasberg e Sanford Meisner. Ao término da leitura realizar-se-a uma tabela com os principais aspectos de cada técnica e estabelecer-se-a os aspectos convergentes e divergentes. Para finalizar discutir-se-a os aspectos apontados.

O estudo está em fase inicial, portanto não temos condições de apresentar os resultados finais.

Bibliografia:

OLIVEIRA JÚNIOR, J. C. ; AFFINI, L. P. . PREPARAÇÃO DE ATORES: CONEXÕES ENTRE DIDEROT, STANISLAVSKI E STRASBERG. In: XXII Congresso de Iniciação Científica da UNESP, 2010, Bauru. Anais Indexados do XXII Congresso de Iniciação Científica da UNESP, 2010. v. 22. p. 14.

STRASBERG, L. A Dream of Passion. Penguin, New York, 1988.

MEISNER, S; LONGWELL, D. Sanford Meisner on Acting. Random House, New York, 1987.

IMPrensa ALTERNATIVA BRASILEIRA: O JORNAL CARIOCA O SOL NOS TEMPOS DA DITADURA*LEANDRO BRITO**MARCIA NEME BUZALAF***Breve descrição da pesquisa**

A presente pesquisa de iniciação científica tem como objeto de estudo o jornal alternativo O Sol. O periódico, idealizado pelo escritor, poeta e jornalista Reynaldo Jardim em setembro de 1967, visava ser um jornal laboratório e começou a circular no Rio de Janeiro como encarte diário do Jornal dos Sports. Em janeiro de 1968, devido às constantes pressões do governo militar, o projeto chegou ao fim.

Levando em consideração o contexto histórico e as características do regime civil-militar brasileiro, pretende-se fazer uma análise do jornal O Sol no intuito conhecer algumas de suas peculiaridades, detectar os traços de censura no conteúdo publicado e registrar sua história. Além disso, ter a oportunidade de contribuir também com os estudos acadêmicos que buscam, na história, fragmentos que permitem entender como foi a ditadura brasileira e ainda perceber como a imprensa alternativa conseguiu se manter, mesmo diante das constantes censuras e cerceamento da liberdade.

Objetivos

- Contribuir para os estudos sobre o jornalismo alternativo sob censura;
- Ter acesso às edições do jornal O Sol e digitalizá-las;
- Mapear os temas publicados no jornal.

Material e métodos

O ponto de partida da pesquisa permeia o campo do levantamento de dados e de informações historiográficas, não só do objeto de estudo, mas também do período em questão, por meio de livros, de documentários e de outros trabalhos acadêmicos. Além disso, teorias do jornalismo serão a base para a ampliação do conhecimento em análise de notícias, de linguagens e de imagens, que compõem o jornal.

Resultados e discussões

Com base na pesquisa, pretende-se relatar e registrar o jornal O Sol como uma forma de ampliar o conhecimento sobre a ditadura civil-militar no Brasil, e, ao mesmo tempo, não deixar cair no esquecimento algumas características perversas do regime militar – mais particularmente, da censura.

Considerações finais

Durante os 21 anos nos quais o território brasileiro esteve no comando da ditadura, a imprensa sofreu grandes transformações. Com a instauração do regime militar nem tudo o que antes os meios de comunicação poderiam reportar era permitido – como mostra Beatriz Kushnir, tudo, antes de ser divulgado, precisava passar por aprovação. Aos poucos, para controlar as notícias que iriam ser estampadas nos jornais, foi instituída a censura e posteriormente o terrorismo contra as empresas de comunicação.

Os jornais alternativos foram os mais prejudicados; muitos, como coloca Bernardo Kucinski, devido às constantes repressões do governo, foram efêmeros. Diante disso, ainda existem muitos periódicos daquele período que, embora importantes, foram muito pouco estudados, como é o caso do jornal O Sol.

Referência bibliográfica

AQUINO, M. A. Censura, Imprensa, Estado autoritário (1968-1978). Bauru: EDUSC, 1999.

KUCINSKI, B. Jornalistas e Revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa. São Paulo: EdUsp, 2003.

KUSHNIR, B. Cães de Guarda. SP: Bomtempo Editorial, 2004.

ESTÉTICA E USABILIDADE DOS APLICATIVOS DESENVOLVIDOS COM O GINGA*LETICIA PASSOS AFFINI*

A pesquisa discute a incorporação de aplicativos, desenvolvidos com o middleware Ginga, pela televisão digital broadcasting. Realiza-se o levantamento bibliográfico sobre interação a partir dos estudos de André Lemos, Alex Primo, Jennifer Preece e Lev Manovich. Seleciona-se como corpus duas aplicações desenvolvidas na Argentina pelos laboratórios, Lifia, MediaLAB e NeoTvLab, da Universidad de La Plata e da Universidad Nacional de Tres de Febrero. A opção pela metodologia de estudo de caso Yin (2005) é justificada uma vez que o corpus da pesquisa focaliza fenômenos contemporâneos sobre os quais a pesquisadora não tem controle. O estudo de caso tem a finalidade de responder "como" e "por que" ocorre um fenômeno. A pesquisa propõe-se a responder as perguntas: Como o aplicativo atrairá o interagente? Como a estética da interface fomenta o processo de interação? A televisão broadcasting incorporará os aplicativos interativos buscando atender à necessidade do consumidor, fortalecer o vínculo com a audiência e minimizar a dispersão do interagente para outros meios de comunicação. A reflexão sobre o aplicativo para televisão digital torna-se relevante, pois o sistema está em implantação no Brasil, como também na Argentina. Como resultado pode-se afirmar que: a questão estética da interface não é considerada durante a elaboração dos GCs, não é possível identificar um padrão na tipografia, como também o estabelecimento de uma paleta de cores. Observa-se que os aplicativos analisados promovem interação reativa. A exuberância das questões levantadas e a proliferação de conceitos na área multidisciplinar tornam-se, em alguns momentos e aspectos, divergentes e o tema requer novos entendimentos e reflexões.

PREECE, J.; ROGERS, Y.; SHARP, H. Design de interação: além da interação homem-computador. Porto Alegre: Bookman, 2005.

SMUTS, Aaron, 'What is Interactivity?' Journal of Aesthetic Education Winter 2009, 43, pp. 53-73.

YIN, Robert K. Estudo de caso: planejamento e métodos / Robert K. Yin; trad. Daniel Grassi. – 3. ed. – Porto Alegre: Bookman, 2005. 212 p.

A ATUAÇÃO DAS RELAÇÕES PÚBLICAS NA DITADURA E A FORMAÇÃO DE SUA IDENTIDADE PROFISSIONAL*LUCAS SANT'ANA NUNES***RESUMO**

Esta pesquisa teve como objetivo identificar questões que podem nortear a atuação e as percepções da sociedade e dos próprios profissionais com relação à atividade de Relações Públicas. Dessa forma, poderá contribuir tanto em âmbito científico, descortinando a identidade profissional através dos conhecimentos antropológicos, como em âmbito social, permitindo ao RP ter um horizonte mais amplo em relação à sua atividade e seu reconhecimento na sociedade, verificando a importância social assumida pelos RPs, através de uma perspectiva histórica, onde seja analisada a atuação do profissional no período da Ditadura.

OBJETIVOS

Os objetivos que pretende-se alcançar são os de estabelecer a relação entre identidade e alteridade dos estudantes e profissionais de Relações Públicas, identificando as percepções e o modo como se vêem e como são vistos na sociedade, bem como de descrever o perfil do relações-públicas e as visões deturpadas e os estereótipos associados ao profissional.

MATERIAL E MÉTODOS

Para realizar o estudo de caso sobre as percepções do objeto da pesquisa, adotou-se um levantamento qualitativo através de um estudo exploratório e entrevistas semi-estruturadas. Tal estudo contou com uma amostragem de 5 estudantes de Relações Públicas e uma amostragem por júris, abarcando 5 profissionais da área de comunicação que possuem suas atividades ligadas à RP.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

As décadas de 50 e 60 simbolizaram o "florescimento" da profissão de Relações Públicas no país. Após a criação da primeira associação de caráter profissional, a Associação Brasileira de Relações Públicas (ABRP), a formação de cursos profissionalizantes, a regulamentação e valorização da profissão, vem o período que compreendeu a Ditadura Militar, de 1964 a 1985. A profissão de RP, neste momento, foi amplamente utilizada por essa conjuntura política, já que era tida como um dos principais recursos do governo militar, para convencer a população de que o país passava por um período de glória. Evidencia-se o papel desempenhado pela AERP (Assessoria Especial de Relações Públicas), instituição que funcionou como agência de propaganda política, criando campanhas pró-governo e atuando na amenização da repressão e da censura promovidas pelo regime autoritário, contribuindo para que a profissão passasse a ser vista como suspeita e enganosa (KUNSCH, p 26, 1997).

Dessa forma, é preciso estudar como o período em questão afetou a construção da Identidade profissional das Relações Públicas no Brasil.

A partir da pesquisa realizada, a maioria dos entrevistados afirmou que a transparência é uma condição essencial para a prática da profissão. Já quanto à questão da manipulação, os entrevistados se dividiram entre os que acreditam que não há relação alguma com RP e que a manipulação é uma violação de seu código de ética e aqueles que acreditam que talvez a sociedade confunda a construção da imagem das organizações perante seus públicos com a manipulação de informações a seu favor.

Podemos concluir que o RP, portanto, vem adquirindo grande relevância nas organizações, afirmando seu papel na área de Comunicação. Contudo, este é um quadro recente e ainda existem diversos estereótipos atrelados à imagem do profissional de RP, por conta de processos sócio-históricos como a própria Ditadura, além de um certo grau de desconhecimento da sociedade sobre a profissão.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para concluir, destaca-se que somente a partir do estabelecimento das atividades, funções, teorias, códigos de ética e de sua interação com os processos sócio-históricos de formação da profissão é que se constroem as Identidades profissionais, que se tratam de processos negociados entre o indivíduo e o outro. A construção de Identidades não é um processo acabado, mas está em constante formação, sendo realizada a partir das trocas sociais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

KUNSCH, Margarida M. Krohling. Relações públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional. Summus, SP, 1997.

A DITADURA MILITAR NA PERSPECTIVA DOS DEFICIENTES VISUAIS: AUDIODESCRIÇÃO COMO RECURSO DE MANUTENÇÃO DA MEMÓRIA BRASILEIRA.

LUCINÉA MARCELINO VILLELA
ANA BEATRIZ TAUBE STAMATO
BRUNA APARECIDA LIMA CHAVES
CAROLINA SOARES MOLINA
VINÍCIUS LAURETO OLIVEIRA
GISELI BUENO BERTI

Formado em 2013, o Grupo de Pesquisa cadastrado pelo CNPq "Mídia Acessível e Tradução Audiovisual- MATAV", agrega pesquisadores e estudantes das áreas de Tradução e Comunicação que possuem em comum o interesse pela investigação da linguagem audiovisual e da acessibilidade. Composto por sua coordenadora (Profa. Dra Lucinéa Villela), discentes dos cursos de Jornalismo e Rádio e TV da FAAC (UNESP-Bauru) e outros pesquisadores, o foco das discussões teóricas do MATAV encontra-se no acesso e direito irrestrito que o cidadão possui aos conteúdos veiculados pelos meios audiovisuais (cinema, televisão, internet). Nos debates e projetos do grupo são analisados os parâmetros e características dos diversos recursos de Tradução Audiovisual (audiodescrição, dublagem, legendagem, voice-over etc). As atividades do grupo são divididas em produções de audiodescrições e legendas (intra e interlinguística), cursos de extensão e palestras. Na mesa temática apresentaremos os resultados de um projeto de Audiodescrição (AD) de fotos e imagens que marcaram o período de Ditadura no Brasil e que propõem debater o Golpe de 1964 e seus reflexos na sociedade brasileira. A proposta do Grupo MATAV foi a de apresentar um videoclipe com audiodescrição das imagens com o intuito de proporcionar a deficientes visuais um material que resgate a memória de momentos marcantes do seguinte período: início da ditadura (1964) até o final da década de 1980 (1989). Para que o projeto fosse realizado, houve uma divisão de tarefas entre os pesquisadores, alunos de Rádio e TV e consultores com deficiência visual. As seguintes etapas foram realizadas: a) escolha de fotos, b) contextualização histórica, c) elaboração do roteiro de audiodescrição, d) locução, e) mixagem e edição do videoclipe, f) revisão feita por deficiente audiovisual. Ao realizar os roteiros de audiodescrição das fotos e imagens selecionadas, optamos por seguir as orientações de especialistas brasileiros, tais como Francisco José de Lima (2011:6), segundo o qual: "nada deve estar de fora da audiodescrição, fora dos ouvidos dos espectadores com deficiência, que esteja disponível nas imagens, aos olhos dos espectadores videntes, e que seja essencial à compreensão/apreciação da obra". Cada membro do Grupo MATAV terá a oportunidade de apresentar na mesa temática os resultados que foram obtidos durante o processo de elaboração do videoclipe e haverá sua apresentação para o público acadêmico.

Palavras-chave: Audiodescrição; Comunicação Acessível, Ditadura Militar, Tradução Audiovisual.

Referências bibliográficas:

LIMA, F.J. Áudio-descrição: arte e linguagem a serviço da pessoa com deficiência visual. Disponível em: <http://www.lerparaver.com/node/10690> Acesso em: 01 maio 2014.

LIMA, F.J. (2011). Introdução aos estudos do roteiro para audio-descrição: sugestões para a construção de um script anotado. Revista brasileira de tradução visual. v.7, n. 7. Disponível em <http://www.rbtv.associadosdainclusao.com.br/index.php/principal/article/view/92>. Acesso em 25 de abr. 2014.

A REPETIÇÃO: DO MELODRAMA À NARRATIVA AUDIOVISUAL SOB DEMANDA.*LUÍS ENRIQUE CAZANI JÚNIOR*

Esta comunicação objetiva discutir os aspectos que levam a manifestação da repetição nos principais cânones narrativos. Ao se realizar um levantamento bibliográfico, resgata-se a sua ocorrência no melodrama, no romance-folhetim, na teledramaturgia, e por fim, avalia-se a sua presença na constituição de produtos destinados à fruição sob demanda. O melodrama deve ser compreendido como um gênero teatral, originado em um tecido social em eferescência pelas consequências da Revolução Francesa, caracterizado pelo didatismo e tom moralizante. O marco inicial do movimento é atribuído a encenação em 1800 da peça *Coelina ou a Filha do Mistério*, escrita por René-Charles Guilbert de Pixérécourt. Segundo Thomasseau (2005), suas peças tornaram-se atrativas para as diferentes classes sociais por meio da manipulação de recursos, que favoreciam a leitura do texto cênico: superficialidade, cenários recorrentes, verossimilhança, polarizações morais e temáticas, personagens maniqueístas, tipificadas e simplificadas, clareza na exposição e encenação movimentada, com contraste e exagero. De acordo com Huppés (2000), apartes, monólogos e confidências são elementos reiterativos, que permitem resgatar o sentido da narrativa, promovendo revelação, recapitulação, previsão, aconselhamento ou reflexão sobre as personagens. Contemporâneo do melodrama, o romance-folhetim apropria-se dessas convenções. O gênero provém das edições fragmentadas de romances nos jornais franceses, instituídas por Émile de Girardin, com objetivo de popularizar o acesso ao jornal e atingir a burguesia ascendente como classe consumidora. Lazarillo de Tormes foi o primeiro romance publicado sob a forma de folhetim no ano de 1836. No final desse ano, Honoré de Balzac cria *La vieille fille*, a primeira narrativa escrita seguindo as especificidades da recepção no jornal. A partir das leituras em Ribeiro (1996) e Meyer (1996), elencam-se como outras características do romance-folhetim: fragmentação sistematizada, extensão associada a duração das assinaturas do jornal, descrições simplificadas, predominância de ações e discursos diretos. No romance-folhetim, a repetição nasce da necessidade de recapitulação das histórias e da inserção do novo leitor à narrativa em cada emissão. Tanto no melodrama quanto no romance-folhetim a ausência de formação clássica do público determinou a clareza, simplicidade e reiteração no texto difundido. Machado (2005) define a descontinuidade e fragmentação como propriedades do texto emitido no fluxo televisivo, atribuindo a repetição a capacidade de atenuar a dispersão da audiência diante das múltiplas tarefas do cotidiano. Para Mckee (2006) a repetição assume na teledramaturgia sob a forma de cenas expositivas, caracterizadas pela apresentação da condição da personagem. E na fruição sob demanda? Como avaliar a repetição neste gênero emergente de audiovisual? Ao angariar o status quo de atividade produtora de discursos pela criação de peças originais, renuncia-se a diminuição da repetição e das cenas expositivas, possibilitada pelo controle e manipulação do fluxo pela audiência. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS HUPPÉS, Ivete. *Melodrama: o gênero e sua permanência*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2000. MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. São Paulo: SENAC, 2005. MCKEE, Robert. *Story: substância, estrutura, estilo e os princípios da escrita de roteiro*. Curitiba: Arte & Letra, 2006. MEYER, Marlyse. *Folhetim: uma história*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996. RIBEIRO, José Alcides. *Imprensa e ficção no século XIX: Edgar Allan Poe e a narrativa de Arthur Gordon Pym*. São Paulo. Ed. da UNESP, 1996. THOMASSEAU, Jean-Marie. *O melodrama*. São Paulo: Perspectiva, 2005.

O MERCADO DE REVISTAS BRASILEIRO E A CONSTRUÇÃO DA CELEBRIDADE: UM ESTUDO SOBRE O FENÔMENO MIDIÁTICO NEYMAR*LUÍS HENRIQUE MENDONÇA FERRAZ*

Este estudo tem como finalidade abordar a “construção” midiática de Neymar, jogador do Barcelona F. C. e da Seleção Brasileira de futebol, como nova celebridade do esporte e do entretenimento nacional. O corpus da pesquisa engloba o segmento editorial brasileiro de revista impressas, a fim de se diagnosticar como se dá a presença do jogador como protagonista das capas de diversas publicações do país. Os títulos selecionados referem-se ao triênio 2010/2011/2012 e pertencem a segmentos jornalísticos variados: temos revistas esportivas, de variedades, voltadas ao público masculino, feminino, adolescente etc. (como, por exemplo, as revistas Placar, Época, Alfa, Istoé, Veja e Capricho). Nesse contexto, analisaremos por meio da Análise do Discurso como as publicações nacionais, mesmo distintas em suas análises e temáticas, “trabalham” e “constroem” de maneira convergente a “celebrização” de Neymar.

O objetivo da pesquisa busca a compreensão do fenômeno midiático Neymar, cuja construção discursiva/imagética presente na mídia impressa nacional dá-se por meio de um recorte que procura validar as características/valores sempre positivas do ícone – ou seja, da seleção de passagens biográficas do protagonista que sejam “atrativas” para os meios de comunicação. Nessa perspectiva, na tentativa de persuadir os leitores/consumidores, as publicações brasileiras utilizam de sua autoridade/confiabilidade para “projetar” Neymar como um personagem midiático “socialmente válido” em território nacional.

Para tanto, principalmente para entendermos como as questões de verossimilhança entre Neymar e o público brasileiro são acionadas e incorporadas pela mídia, utilizaremos as obras de Edgar Morin (1989/1997), mais precisamente *As Estrelas: mito e sedução no cinema* e *O cinema e o homem imaginário*, que pontuam as etapas “constitutivas” e “formativas” da atuação dos grandes personagens midiáticos contemporâneos. De maneira semelhante, porém ligada aos valores e condutas adotadas pelo protagonista Neymar que posteriormente são decupadas pela mídia, adotaremos os estudos de Zygmunt Bauman (2007), presentes no livro *Vida líquida*, que discute a formação do “eu” na atualidade – do sujeito confrontado por diferentes forças em busca de uma identidade mais coesa, ora mais moderna ora mais líquido-moderna (termo designado pelo autor em referência à pós-modernidade). Nesse sentido, de como o diálogo entre Neymar e a plateia é conduzido entre os critérios de segurança (modernidade) e de liberdade (modernidade líquida).

Portanto, concluímos que o mercado de revistas brasileiro ao produzir suas “primeiras páginas” confere à imagem do jogador enorme grandiosidade. Assim, as publicações por mais distintas que sejam (gênero/público), assemelham-se especialmente pela reiteração das regularidades de comportamento da nova celebridade que, constantemente, personificam o jogador/celebridade como famoso, rico, padrão de beleza e da genialidade em sua profissão.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. *Vida Líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2007

MORIN, Edgar. *As estrelas: mito e sedução no cinema*. Rio de Janeiro; José Olympo, 1989.

_____. *O cinema ou o homem imaginário*. Lisboa, Portugal: Relógio D’Água/Grande Plano, 1997.

ORLANDI, E. *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. Campinas: Pontes, 3ª. Edição, 2001.

SCALZO, Marília. *Jornalismo de Revista*. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2004.

PORTELA, Cristiane. *Revistas semanais de informação geral no Brasil hoje: conceituações e definições*. Cátedra UNESCO/Methodista de Comunicação para o Desenvolvimento Regional da Universidade metodista de São Paulo. 2009.

ABRA A FELICIDADE – O DISCURSO DA COCA-COCA NO CASO “RATO NA GARRAFA”: COTIDIANO, SUJEITO E CONSUMO

MARCELO DA SILVA
JÉSSICA DE CÁSSIA ROSSI

Introdução: O mundo no qual vivemos apresenta distâncias reduzidas e a sensação de que a velocidade do tempo aumentou de forma vertiginosa; nessa ambiência, o discurso mercadológico é constituído na intensificação do pictórico, já que pertence ao espectro da comunicação de massa, prevalecendo a linguagem visual sobre a verbal, a fim de produzir um discurso breve, instantâneo, próprio de uma sociedade líquido-moderna, como pontua Bauman. A tecnologia avançou consideravelmente, a qualidade das imagens, o design de marcas e produtos, a linguagem sedutora da publicidade, a legitimidade das pesquisas de opinião pública e as relações públicas, ensejando uma série de transformações que produzem novas formas de sociabilidade e relacionamento.

Justificativa: A relação proposta nesse artigo, a saber, as imbricações entre a noção de sujeito contemporâneo, cotidianidade e discurso no universo da sociedade de consumo e dos estratagemas mercadológicos, justifica-se por produzir uma junção plausível de elementos que formam um sine qua non para a compreensão do discurso da Coca-Cola na complexidade da sociedade coeva, das organizações e dos sujeitos que atuam nesse contexto. Desse modo, pensamos que, diferentemente do que o senso comum ovaciona amiúde, comunicar não pode ser algo simples apenas pelo fato de estarmos conectados às redes sociais e cercados de diferentes suportes informativos, haja vista que a comunicação está mais ligada ao outro, ao receptor, suas percepções, necessidades e desejos na chamada sociedade líquido-contemporânea.

Objetivo: Considerando que comunicar é interagir com o outro em trocas simbólicas, o objetivo deste trabalho é depreender alguns sentidos do discurso da Coca-Cola no que concerne à recente polêmica da qual a marca foi alvo por meio da reclamação de um consumidor que diz ter encontrado um rato e uma substância venenosa em uma garrafa de Coca-Cola, fato que reverberou na comunicação de massa e na internet.

Metodologia: A análise do discurso ajudar-nos-á a detectar como o modo de produção (ideologia) permeia o discurso da Coca-Cola frente à denúncia de um consumidor sobre ter, supostamente, encontrado um rato e uma substância venenosa em uma garrafa de refrigerante em 2000, verificando a existência de intersecções entre o discurso de e o discurso sobre tais organizações, que tipo de comunicação se está construindo diante de fatos que podem levar as organizações a uma crise de imagem.

Considerações: Como o que temos visto em termos de pesquisa é mais uma reprodução da operacionalidade do sistema calcado num consumo desmedido, alentado pelo marketing e pela publicidade e a legitimação do status quo, como se a comunicação fosse uma panaceia das organizações/empresas, vamos navegar no sentido oposto, correndo os riscos inerentes a tal desafio, levando em conta as questões do consumo, da cotidianidade, da subjetividade do sujeito do discurso sob a égide dos estudos da linguagem e do discurso.

Referências:

BAUMAN, Zygmunt. Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

_____. Danos colaterais: desigualdades sociais numa era global. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CERTEAU, Michel de. A invenção do cotidiano: artes de fazer. Tradução Epharain Ferreira Alves. Petrópolis: Vozes, 1994.

CHARAUDEAU, Patrick. Discurso das Mídias. Trad. Ângela S. M. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2006.

HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2011.

HELLER, Agnes. O cotidiano e a história. 8. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

ORLANDI, Eni P. Unidade e dispersão: uma questão do texto e do sujeito. São Paulo: Cadernos PUC, 1986.

WOLTON, Dominique. É preciso salvar a comunicação. São Paulo: Paulus, 2006.

_____. Informar não é comunicar. Porto Alegre: Sulina, 2011.

CENSURA E DISTANCIAMENTO: A COBERTURA SOBRE O PASQUIM NO JORNAL NORTE-AMERICANO THE NEW YORK TIMES*MÁRCIA NEME BUZALAF***(1) Breve descrição da pesquisa**

A cobertura dos jornais internacionais sobre o golpe e o regime militar no Brasil foi extensa, eclética e rica em representações. O New York Times produziu cinco textos jornalísticos sobre a censura ao Pasquim, sendo que três deles foram publicadas durante o período de prisão da equipe: 20 de novembro, 24 de dezembro e 28 de dezembro de 1970. Outra reportagem viria a ser feita mais de dois anos depois, em 17 de fevereiro de 1973 e, a última, em 11 de julho de 1975.

O projeto de pesquisa Relatos, registros e representações: a censura brasileira na visão da imprensa internacional, desenvolvido no departamento de Comunicação da Universidade Estadual de Londrina (UEL) pretende trazer à tona este material e fortalecer a análise sobre os jornais censurados a partir do olhar estrangeiro, e como este olhar pode colaborar para a história da imprensa brasileira. Nos recentes anos, ficou clara a participação ativa de governos do mundo ocidental, principalmente os europeus e os Estados Unidos, nas ditaduras latino-americanas, o que amplia a necessidade de se entender como os jornais, no calor daqueles anos e a países de distância, olharam para o Brasil, o que pautaram e a forma com que retrataram esta realidade.

(2) Objetivos

- Construir um estudo exploratório e analítico sobre noticiabilidade e representação dos anos de maior censura da ditadura militar no Brasil (1968 a 1975) a partir da imprensa internacional;
- Ampliar o acervo de narrativas históricas sobre a ditadura a partir do espectro de jornais estrangeiros.

(3) Material e métodos

A metodologia da pesquisa, ou teoria metodológica, os conceitos e referenciais nos quais se baseia esta pesquisa, passam por dois campos: o da historiografia, através do uso da imprensa como fonte e objeto de pesquisa; e pelo campo das teorias de jornalismo, com a discussão e ampliação dos critérios de noticiabilidade. Se a pergunta fundamental da busca de uma ciência jornalística é por que as notícias são como são?, aqui, vamos discutir por que as notícias sobre o Brasil censurado foram como foram?

(4) Resultados e discussões

Perceber manifestações de oposição à ditadura brasileira nos meios culturais e na imprensa dos Estados Unidos é uma movimentação recente no campo da história da mídia e que amplia as informações sobre a censura no Brasil e sobre nossa relação plural com o país ao norte. Além disso, e principalmente, esta visão dos norte-americanos demonstra uma semelhança triste com grande parte da imprensa brasileira que, no início, apoiou, incentivou e fortaleceu o golpe. A percepção do agravamento da ditadura e da necessidade de oposição se deu, tanto cá quanto lá, nos arredores do decreto do AI-5 e no endurecimento dos processos repressores.

(5) Considerações finais

O pós-68 brasileiro carrega a marca da extrema arbitrariedade. Neste período, o principal foco da cobertura do New York Times sobre a censura, especialmente quando o assunto era o Pasquim, faz referência ao cerceamento de liberdade.

Autor de três textos sobre a censura ao Pasquim, Joseph Novitski demonstra ter várias fontes ligadas aos setores culturais no Brasil através de suas matérias. O livro de Green relata que registros oficiais da diplomacia brasileira indicavam que o correspondente norte-americano não deveria ter acesso a informações – jornalistas iniciantes deveriam ser privilegiados por serem menos críticos.

(6) Referências bibliográficas

CANTARINO, Geraldo. 1964 - A Revolução para inglês ver. RJ: Mauad, 1999.

_____. A Ditadura que Inglês Viu. RJ: Mauad, 2014.

GREEN, James A. Apesar de vocês: Oposição à ditadura brasileira nos Estados Unidos, 1964-1985. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

MACHADO, Juremir. 1964 – O Golpe Midiático-Civil-Militar. Porto Alegre: Sulinas, 2014.

TELEVISÃO, ESPORTE E ENSINO DE CIÊNCIAS: UMA ABORDAGEM A PARTIR DO EDUTRETENIMENTO*MARCOS AMÉRICO**FERNANDO CHADE DE GRANDE**JOÃO FERNANDO TOBGYAL DA SILVA SANTOS*

1) Descrição da pesquisa: A hipótese deste projeto é que é viável produzir conteúdos para televisão que abordem o Ensino de Ciências através do Esporte e baseados no edutretenimento, mas ainda com sérias limitações de interatividade do chamado "canal de retorno". O problema não é o sistema em si, mas que é necessário pensar o SBTVD de forma mais dinâmica e que dê respostas rápidas aos comportamentos dos espectadores que, diante do frenético desenvolvimento tecnológico. A questão é fazer com que a TV agregue valor às necessidades dos atuais consumidores, em um espaço que vem sendo ocupado rapidamente por computadores e dispositivos móveis. Enquanto não estiver disponível a interatividade na TV Digital, ou enquanto as questões político-mercadoológicas impedirem sua popularização, estratégias na produção de conteúdos com responsabilidade social devem ser priorizados. A criação de conteúdos esportivos voltados para a educação científica baseados no conceito de Edutretenimento. 2) Objetivos: Buscar um caminho em que o Ensino de Ciências se aproxime da realidade do jovem, propor a produção de conteúdos para ensino de Ciências por meio do Esporte e da TV Digital, integrar os conceitos-chave para uma educação que leve em consideração os quatro aspectos propostos por QUIROZ (2008, p. 23): a família, a escola, o mundo pessoal e sua relação com as TIC e a visão de futuro. (3) Material e Métodos: O plano metodológico é o de retomar os objetivos deste projeto de pesquisa: (a) Compreender e avaliar as possíveis relações entre os temas abordados na produção de conteúdos para a Televisão e propor diretrizes para este tipo de produção; (b) Criar conteúdos para Televisão que abordem o Ensino de Ciências por meio do Esporte e no Edutretenimento; (c) Avaliar os conteúdos produzidos. Apoiado nestes objetivos três abordagens são propostas: (1) Estudo exploratório; (2) Produção audiovisual para TV Digital Interativa; (3) Avaliação do conteúdo produzido. Trata-se, a princípio, de uma pesquisa exploratória, proporcionar maior familiaridade com o problema, explicitá-lo ou construir hipóteses. Levantamento bibliográfico e estudo de casos; Entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado e análise de exemplos que estimulem a compreensão. Para produção audiovisual para TV digital interativa, a metodologia proposta é a "metodologia de produção audiovisual" dividida em pré-produção, produção e pós-produção. Em um terceiro momento, utilizar a metodologia de avaliação que incorpore a Avaliação Qualitativa (Qualitative Evaluation, PATTON, 2003), a Avaliação Focada na Utilização (Utilization-focused Evaluation, PATTON 1997, 2002) e a Avaliação por Uso do Processo (Process Use, PATTON, 1998). 4) Resultados e discussões: Fortalecer a escola, criar ambientes e climas propícios a aprendizagem em ciência e tecnologia; Oferecer um plano sistêmico de formação em serviço, que assegure a inter-relação teoria-prática, além do acompanhamento ao longo de todo o processo de formação e a reflexão permanente, bem como a troca de experiências sobre a prática pedagógica e os resultados do desempenho dos alunos; Promover um trabalho conjunto entre todos os envolvidos, propiciar a construção coletiva do conhecimento científico; (5) Considerações Finais: Facilitar a compreensão crítica sobre o problema: TV Digital, Edutretenimento, Ensino de Ciências e Mídia e Esporte.

6) Referências Bibliográficas:

AMÉRICO, M. TV Digital: Propostas para Desenvolvimento de Conteúdos em Animação para o Ensino de Ciências. 2010. 289 f. Tese (Doutorado em Educação para a Ciência). Faculdade de Ciências, UNESP, Bauru, 2010.

PATTON, M.Q. Qualitative Research and Evaluation Methods. 3. Ed. London: SAGE. 2002.

_____. Qualitative Evaluation Checklist. The Evaluation Center - Western Michigan

QUIROZ, Tereza. La Edad de la Pantalla. Universidad de Lima, Fondo Editorial, 2008.

O GOLPE MILITAR DE 1964 E SEUS ECOS SOBRE A EDUCAÇÃO NO BRASIL

MARIA ANGÉLICA SEABRA RODRIGUES MARTINS

(1) Breve descrição da pesquisa ou do projeto de extensão universitária: descrição dos problemas envolvendo a censura aplicada pela ditadura militar sobre o material didático, os professores e alunos, no Brasil, desde o golpe militar de 1964 e as consequências advindas para o ensino nos anos subsequentes. Na pesquisa que estamos desenvolvendo verificamos as dificuldades a que estão sendo submetidos os alunos nas últimas décadas, com relação à produção de textos, à capacidade crítica de analisar os fatos e, sobretudo, as dificuldades apresentadas quanto ao hábito da leitura e da compreensão de textos, cujas raízes, acreditamos, estejam no cerceamento do ensino desde o golpe militar.

(2) Objetivos: analisar como se operaram as reformas no ensino no país no século XX, as propostas iniciais apoiadas por Getúlio Vargas, na década de 30, e a lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDBN 4024 de 1961) que afastou dos intelectuais a possibilidade de gerirem as transformações no ensino, outorgando ao Presidente da República o papel de nomear, entre pessoas de sua confiança, políticos (não mais acadêmicos), para decidirem os destinos da educação no país, ainda que sua área de atuação não estivesse relacionada a esse meio.

(3) Material e métodos: a partir da Filosofia da Educação, no sentido de levar o aluno à retomada da capacidade crítica; da Linguística Textual, que direcionou os novos Parâmetros Curriculares Nacionais a partir de 1998; e das teorias do discurso utilizados como métodos de trabalho para a análise e utilização de textos complexos desde os contos de fada originais de Grimm, Andersen e Perrault, para o nível fundamental; e de leituras que envolvam contextos antropológicos, filosóficos e sociais, dentro do estudo do mito, capazes de propiciar ao aluno a capacidade de fazer inferências, a partir de um contexto sócio-histórico e cultural, pretendemos desenvolver materiais que propiciem aos professores em atuação nos níveis fundamental e médio, levar o aluno a estabelecer uma rede multidisciplinar na qual consiga identificar aspectos intertextuais em várias formas de arte, como filmes, peças de teatro, minisséries televisivas, além de obras primas das artes plásticas em geral, além de aprimorar seu raciocínio crítico e questionador.

(4) Resultados e discussões: parte desse trabalho já está sendo desenvolvida como resultado do Projeto de Extensão "Formação de cidadãos e profissionais do futuro", envolvendo a narração dos contos de fadas para crianças de 6 a 14 anos, junto ao IPRESA de Bauru, com excelentes resultados no sentido de se despertar o interesse pela leitura, o desenvolvimento da imaginação, do intelecto e da ética. No tocante aos adolescentes e jovens em geral, estamos trabalhando também em nossas pesquisas acadêmicas, marcadamente com membros do Grupo de Estudos e Pesquisa em Linguística, Literatura e Educação (GEPLLE), do qual participam alunos dos cursos da FAAC, de Pedagogia, egressos da Unesp e professores em atuação nas escolas da cidade e região, os quais apresentam trabalhos em congressos, e publicam seu material tanto em livros, como também nos anais desses eventos.

(5) Considerações finais: acreditando que deva haver uma aproximação entre a Universidade e a sociedade, no sentido de que o que se produz no meio acadêmico deva reverter em favor do meio social, procuramos trabalhar para tentar minimizar os efeitos devastadores que a ditadura militar causou na educação, e que perduram ainda hoje, nas escolas em geral.

(6) Referências bibliográficas

BETTELHEIM, B. A psicanálise dos contos de fadas. Porto Alegre: ArtMed, 1987

BARROS, D.L.P. Teorias do discurso. São Paulo: Atual, 1988

_____; FIORIN, J.L. Dialogismo, polifonia, intertextualidade. São Paulo: Edusp, 2003

BARTHES, R. Mitologias. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001

COELHO, N.N. Contos de fadas. São Paulo: Ática, 1987

ELIADE, M. Mito e realidade, 6a.ed. São Paulo: Perspectiva, 2002

FIORIN, J.L. Elementos de análise do discurso. 13a.ed. São Paulo: Contexto, 2005

JUNG, C.G. O homem e seus símbolos. 2a.ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008

LIPMAN, M. A filosofia na sala de aula. São Paulo: Nova Alexandria, 1997

MARTINS, M.A.S.R. Aprender a pensar – um desafio para a produção textual. FAAC/Bauru: Canal6, 2007

_____. (Org.) Educação, mídia e cognição. Bauru: Canal6, 2010

TATAR, M. Contos de fadas. Rio de Janeiro: Zahar, 2004

WILKINSON, P. Mitos & lendas – origens e significados. São Paulo: wmf Martins Fontes, 2013

UNATI - UNIVERSIDADE ABERTA À TERCEIRA IDADE - FAAC-DCSO-BAURU

MARIA CRISTINA GOBBI
GABRIEL CORREA DE MELLO
VANESSA TORRES RAMOS

1. Breve descrição do projeto

A UNATI (Universidade Aberta à Terceira Idade) é um projeto realizado em diversas universidades do Brasil e tem como objetivo abrir as portas das instituições para a terceira idade, de forma a integrar e efetivar a participação deste público dentro dos campi proporcionando-lhes conhecimento e qualidade de vida. Cumprindo o papel social da universidade pública, a UNATI possibilita a troca de experiências e cultura entre seus realizadores e os idosos. Diante desse desafio, muito mais do que um compromisso institucional da Unesp, a partir de 2014, a UNATI-FAAC tem como linha de trabalho o TIO (Terceira Idade Digital), que oferece oficinas de informática básica, voltadas para a introdução do público participante na era digital.

2. Objetivos

A UNATI atende aos objetivos regimentais constantes na portaria da Unesp nº 191, de 07 de maio de 2001, publicada no Diário Oficial de São Paulo em 08 de maio de 2001. Nesse sentido, o núcleo local congrega professores, pesquisadores, alunos, servidores técnico administrativos da UNESP de Bauru, além de convidados da comunidade local e demais interessados em desenvolver atividades de ensino, pesquisa e extensão ligadas às questões atinentes ao processo de envelhecimento saudável, com a finalidade de valorização das pessoas idosas na sociedade e a sua inclusão na Universidade.

Paralelamente a estes objetivos gerais pretende-se promover atividades que permitam a reflexão sobre o processo de envelhecimento e sua relação com os processos comunicativos, criando espaços para troca de experiências e possibilitando ao idoso o acesso a encontros, cursos, palestras e demais eventos que atendam seus interesses e necessidades.

3. Materiais e Métodos

As aulas do TIO ocorrem semanalmente e têm duas horas de duração. Seu projeto pedagógico é voltado para o ensino da terceira idade de forma a atender suas necessidades de aprendizado e de comunicação. Atréadas ao ensino da informática, são introduzidas temáticas de interesse dos idosos, a partir de textos, imagens e vídeos coletados via ferramentas do computador a fim de suscitar reflexões sobre os temas discutidos. Toda a programação de aula é feita de forma gradativa, desde a apresentação dos componentes como, mouse, teclado e ensinamentos básicos de planilha de dados, trabalho com textos e apresentações de slides, até a criação de e-mail, apresentação de redes sociais e mídias digitais.

4. Resultados esperados

O objetivo do projeto vai além da introdução do idoso nas mídias digitais, ou a realização de pesquisas sobre a temática. Tem-se também a preocupação em torná-lo um cidadão mais crítico sobre os conteúdos disponibilizados pela mídia, expandindo sua cultura comunicacional, e ampliando as possibilidades de conhecimento mediante o mundo digital globalizado. Também entra no mote de resultados esperados a interação entre o jovem, aluno-professor e o idoso, aluno, possibilitando para ambos a troca de experiências, o desenvolvimento do respeito mútuo e um maior conhecimento sobre as necessidades, limitações e habilidades da terceira idade.

5. Considerações Finais

Fomentar e divulgar atividades que tenham como tema o idoso e suas condições de vida, as questões sociais, políticas, econômicas, sociais e culturais do processo de envelhecimento são de extrema importância para a sociedade como um todo. Assim, o projeto de extensão do núcleo local da UNATIUNESP Bauru tem elaborado atividades programadas de acordo com o interesse dos participantes, incluindo palestras e cursos sobre temas como computação, artes, artesanato, bem como, oferece oportunidades para participação em grupos de discussão, passeios e visitas educativas a exposições, museus, caminhadas entre outros.

6. Referências

DEL-MASSO, Maria Candida soares; AZEVEDO, Tania Cristina A. Macedo (orgs.). UNATI: espaço aberto ao ensino e à criatividade. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2012

EDUCAÇÃO MULTICULTURAL: A CULTURA INDÍGENA NA FORMAÇÃO E NA ATUAÇÃO DO PROFESSOR.

MARIA DA GRAÇA MELLO MAGNONI
AMANDA BARBOSA GASPAR DE LIMA

1. INTRODUÇÃO

Nos dias próximos ao dia 21 de abril, no Araribá, aldeamento indígena localizada a cinquenta quilômetros da cidade de Bauru, os Guarani e os Terena que ali convivem, comemoram o seu dia. Entre as atividades realizadas estão as tradicionais danças, a das mulheres denominada Dança da Chuva e a Dança do Bate Pau.

Ao acompanhar um grupo de colegas do Curso de Pedagogia em visita à área nesse dia, apesar da proximidade geográfica entre o aldeamento e a Universidade, nos surpreendemos com o contexto e com as manifestações presenciadas. Ao retornarmos da “aula passeio” para a sala de aula, nas presenças da professora responsável pela disciplina e do Terena convidado para a “hora da conversa”, a percepção de que os conteúdos históricos que nos foram apresentados na escola não nos permitiram conhecer os indígenas das diferentes nações que habitaram e que habitam o nosso país, nem mesmo os que habitaram a nossa região e os que atualmente ocupam o nosso lugar, o espaço que nos é mais próximo.

Ao realizarmos uma atividade que nos permitiria conhecer teórica e praticamente a Proposta de Celéstin Freinet ou os princípios filosóficos norteadores da “Pedagogia do Bom Senso”, concretizando a sua proposta metodológica, expressa através das “técnicas Freinet para a Escola Moderna”, iniciando com a “aula passeio” e com a “hora da conversa”, momento em que relatamos as experiências vividas em campo, expomos nossas impressões, as informações obtidas, as histórias, manifestações presenciadas, nos deparamos com uma realidade que nos trouxe questionamentos e, na situação de futuras educadoras, questionamentos para os quais precisamos encontrar respostas, instrumentos que nos permitam conhecer a realidade.

Após a exposição sobre a história da ocupação da nossa região e da chegada dos diferentes grupos indígenas, entrelaçada ao depoimento da liderança indígena presente, apresentei, assim como os colegas de curso, alguns questionamentos que nos fazíamos, considerando a nossa realidade multicultural onde as diferenças de classe social, gênero, étnica, orientação sexual expressam-se nas mais diferentes formas e situações cotidianas.

Como, através do nosso cotidiano de estudantes, promover a contextualização e a compreensão da nossa realidade? Como a escola pode colaborar para o desenvolvimento da sensibilidade para a pluralidade de culturas e valores que proporcionem a redução dos preconceitos que marcam a nossa sociedade? Como a educação escolar pode promover o conhecimento do processo que gera as desigualdades, os preconceitos? Na situação de professoras, como realizaremos nosso trabalho de forma a possibilitar o resgate dos valores culturais?

Na intenção de caminhar em direção à práxis pedagógica futura dos atuais discentes do curso de Pedagogia, norteadas pelas preocupações colocadas, penso que os estudos e a produção acadêmica voltada às teorias, práticas e propostas pedagógicas e curriculares possam colaborar para a educação multicultural, com destaque à cultura indígena, se no processo de formação dos Professores, a trajetória a ser percorrida, seja idêntica, multicultural.

2. OBJETIVOS

Objetivo Geral:

- Desenvolver estudos e propor recursos didáticos voltados às teorias, práticas e propostas pedagógicas e curriculares multiculturais, com ênfase nos povos e nas culturas indígenas para professores em processo de formação.

Objetivos Específicos:

- Avaliar a presença da temática multicultural no contexto educacional universitário e na educação básica;
- Destacar a importância da autonomia do educador na elaboração/ pesquisa dos conteúdos e dos recursos materiais a serem utilizados no trabalho educativo;
- Propor recursos didáticos que proporcionem o conhecimento histórico, cultural dos povos indígenas da nossa região, envolvendo conhecimentos teóricos e tecnológicos;
- Expor aos alunos dos Cursos de Pedagogia da UNESP, do campus de Bauru, as propostas de práticas pedagógicas, conteúdos e recursos didáticos elaborados sobre a temática indígena, que proporcionem o conhecimento da realidade histórica brasileira e regional, tomando como referência a história dos povos indígenas.

3. MATERIAL E MÉTODOS

Tendo como referência o contato com a realidade indígena de Araribá, os trabalhos iniciais estarão voltados às pesquisas dos referenciais bibliográficos que permitam a relação entre a história local e o contexto econômico, social, político e cultural brasileiro e a trajetória dos diferentes povos indígenas, em especial os Kaingang, Guarani e Terena. As

pesquisas voltadas à avaliação dessa relação local – nacional – global serão também realizadas a partir da análise dos materiais didáticos utilizados para o ensino de História do Brasil, entre os alunos das 5ª séries do Ensino Fundamental, das escolas públicas e privadas e dos currículos dos cursos de formação de professores. A intenção é verificar a abordagem teórica e histórica predominantes nos diversos níveis da educação escolar. O universo a ser objeto de investigação será delimitado pelo quantitativo de dez recursos didáticos de diferentes escolas e dez cursos de Pedagogia da região de Bauru.

As etapas seguintes, a serem desenvolvidas concomitantemente às constantes leituras teóricas, estarão voltadas aos estudos que abordem as diferentes concepções filosóficas norteadoras das diversas práticas pedagógicas, na intenção de solidificar a opção metodológica orientadora das pesquisas a serem desenvolvidas nesse projeto, a teórica destinada à investigação das temáticas a serem abordadas e a ação prática, na delimitação dos diferentes recursos tecnológicos possíveis de serem utilizados na produção dos recursos pedagógicos.

A descoberta do tema de interesse desse Projeto teve origem nos estudos das propostas consideradas escolanovistas populares, como as de Paulo Freire e de Celestin Freinet, portanto, orientaremos a concretização do Projeto a partir da Pedagogia do Diálogo, da problematização do contexto presentes nessas concepções. As opções relativas aos conceitos a serem abordados na produção, buscarão atender às dúvidas outrora apresentadas pelos colegas de turma, às novas questões que o referencial teórico nos proporcionará e às questões que resultarão das exposições nas diferentes etapas de concretização do Projeto.

A intenção do desenvolvimento dos recursos pedagógicos voltados aos futuros educadores tem a intenção de proporcionar o contato com diferentes realidades culturais, ao mesmo tempo, evidenciar a importância da constante pesquisa e da autonomia do educador diante dos conceitos e dos recursos didáticos a serem desenvolvidos e utilizados na educação escolar, em função de proporcionar uma formação profissional sólida, vinculada à atuação profissional futura consequentemente, uma educação consciente e compromissada com a construção de uma sociedade democrática. Nessa intenção, os resultados dos trabalhos desenvolvidos serão expostos aos colegas dos Cursos de Pedagogia, no segundo e quarto trimestres, nas disciplinas História da Educação Brasileira, Filosofia da Educação, Ética e Profissionalização Docente e Estágio Curricular Supervisionado.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Considerando as intenções do presente projeto de pesquisa, a ser concretizado no presente ano letivo e parte do próximo, apresentamos nesse espaço as hipóteses iniciais, tendo como referência a vivência cotidiana no Curso de Pedagogia, logo o contato direto e frequente com os discentes e docentes dos Cursos de Formação de Professores. A primeira hipótese que levantamos refere-se ao material pedagógico disponibilizado pelos professores no Curso. Este material que direciona a formação e a futura prática dos docentes não aborda os conteúdos referentes aos povos indígenas, logo às diferentes culturas ou às abordagens multiculturais. A terceira hipótese consequência das demais hipóteses toma a referência de que os professores não foram e não estão sendo formados para atuarem neste sentido, fator este que limitaria consideravelmente a atuação docente numa perspectiva mais crítica nas escolas públicas e privadas. A quarta hipótese baseia-se na suposição de que uma atuação possível entre os futuros pedagogos e o resgate da literatura relacionada aos povos indígenas, ao conhecimento da história da ocupação local e regional colaboraria com o conhecimento e com a consequente valorização e respeito da história e cultura dos povos indígenas no enfrentamento das questões que envolvam as relações étnico-raciais dentro do espaço escolar, consequentemente, no espaço social mais amplo.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS:

A ineficiência ou inexistência de materiais que façam referência reais, positivas à cultura indígena, ao negligenciar espaços de conhecimento e reconhecimentos, de valores e ações, cede os espaços não ocupados pelos conteúdos críticos aos preconceitos e visões “enviesadas”, aos dogmas que dificultam a reflexão aprofundada, rigorosa e ampla em relação à realidade e aos seus objetos, o que afeta diretamente o processo de construção da identidade da criança. A escola como parte da sociedade influencia lentamente na construção dos indivíduos através dos valores que veicula nos os discursos falados e não falados, nas imagens, nas metodologias e os recursos didáticos que utiliza.

A educação escolar é o espaço, o tempo e as ações que proporcionam a manutenção da sociedade, precisa portanto, estar atenta ao processo de formação dos indivíduos, proporcionando conhecimentos e experiências culturais que permita a sensibilidade e a responsabilidade diante das necessidades econômicas, sociais, políticas e culturais da coletividade.

6. BIBLIOGRAFIA

FILHO, João Pacheco de Oliveira (Org.). Indigenismo e territorialização: poderes, rotinas e saberes coloniais no Brasil contemporâneo. Rio de Janeiro: Contra Capa, 1998.

MONTEIRO, John Manuel. O desafio da história indígena no Brasil - A temática indígena na escola: novos subsídios para professores de 1º. E 2º. Graus / Brasília. 1995

OLIVEIRA, Roberto Cardoso de. O processo de assimilação Terena. Rio de Janeiro 1960. Museu Nacional do Rio de Janeiro.

_____. Uma etnologia dos “índios misturados”: situação colonial, territorialização e fluxos culturais. In: OLIVEIRA FILHO, J. P. (Org.) A viagem da volta: etnicidade, política e

reelaboração cultural no Nordeste indígena. Rio de Janeiro: Contra Capa, 1999b.

_____. Muita terra para pouco índio? Uma introdução (crítica) ao indigenismo e a atualização do preconceito. In: SILVA, A.L.; GRUPIONI, L. D. B. (Orgs.). A temática indígena na escola: novos subsídios para professores de 1º e 2º graus. Brasília: MEC/MARI/UNESCO, 1995, p. 61-81.

SILVA, Aracy Lopes (org.) A questão indígena na sala de aula: subsídios para professores de 1º e 2º graus. 2 ed. São Paulo: Brasiliense, 1993.

106

VARGAS, V. L. F. A construção do território Terena (1870-1966): uma sociedade entre a imposição e a opção.

AS RELAÇÕES ÉTNICORACIAIS NO ENSINO DE CICLO I (LEI 10.639/2003): A LITERATURA AFRICANA COMO RECURSO PEDAGÓGICO VOLTADO AO FORTALECIMENTO DA IDENTIDADE DA CRIANÇA NEGRA E AO RESPEITO À DIVERSIDADE CULTURAL.

MARIA DA GRAÇA MELLO MAGNONI
MEG DE MESSIAS DROBINICHI NUNES

1. INTRODUÇÃO

A presente proposta de pesquisa terá como referência a Lei 10.639/03, diante da sua proposição de, no ambiente escolar, evidenciar positivamente a história da África e dos afrodescendentes, assim como suas contribuições na cultura, nas artes, na produção do conhecimento nas mais diversas áreas de atividade humana, na sociedade e na política referentes à História do Brasil. Considerando que a criança e o jovem afrodescendentes ao verem a história dos seus antepassados retratada e reconhecida nos conteúdos programáticos das disciplinas escolares terão, através do processo educativo, uma valiosa contribuição na construção da identidade e no fortalecimento da autoestima. Na mesma direção, os demais estudantes, das mais variadas origens étnicas e sociais, terão a oportunidade, a partir do conhecimento, de entender, respeitar e valorizar a diversidade e riqueza étnico racial e cultural.

Na situação de aluna no Curso de Pedagogia, tenho as práticas cotidianas voltadas aos conteúdos e metodologias necessários à formação de professores como referência já que, ao problematizar a nossa prática e os nossos referenciais teóricos, estaremos investigando o modo como a práxis pedagógica direcionada à formação dos futuros pedagogos, vem instrumentalizando para a percepção e para a atuação profissional que possibilite o desenvolvimento de trabalho educativo como parte das políticas afirmativas relativas à questão étnico-racial no Brasil.

2. OBJETIVOS

Geral:

- Pesquisar, desenvolver e apresentar recursos didáticos midiáticos elaborados a partir da utilização da literatura africana infanto-juvenil que contribuam com formação de professores para a implementação da lei 10.639/ 2003.

Específicos:

- pesquisar a literatura africana infanto-juvenil,
- elaborar recursos didáticos midiáticos a partir da literatura africana infanto-juvenil,
- disponibilizar aos professores e futuros pedagogos dos cursos de Pedagogia, os recursos didáticos elaborados.

3. MATERIAL E MÉTODOS

A vivência cotidiana no Curso de Pedagogia proporcionou a identificação de algumas das preocupações e desafios que se colocam aos Professores como a questão do currículo escolar e nesse, as preocupações relativas às considerações com a diversidade étnico-racial. Essa preocupação tornou-se um tema gerador, na concepção de Paulo Freire, cuja concepção filosófica e metodológica direcionarão os trabalhos voltados à concretização do Projeto.

Através da pesquisa bibliográfica será realizado o levantamento da literatura africana infanto-juvenil na intenção de analisar e delimitar os conceitos, visões de mundo, temas, saberes, valores veiculados e a possibilidade da produção de recursos didáticos midiáticos que promovam à construção da imagem coletiva e social da criança negra, a, valorização da sua cultura e difusão da arte e literatura de origem africana. A pesquisa bibliográfica estará voltada também aos estudos referentes aos conceitos de Educação, Cultura, Identidade, logo, Educação como Cultura, Identidade Étnica e Cultura Africana. A partir dos conceitos, delimitaremos as obras a serem utilizadas na elaboração dos recursos didáticos, que veiculem conteúdos voltados à instrumentalização sobre o tema gerador e que provoquem problematizações e reflexões nos expectadores, no caso, os futuros pedagogos dos cursos de Pedagogia existentes no campus. As disciplinas Filosofia da Educação I e II, Ética e Profissionalização Docente, História da Educação Brasileira e Estágio Curricular Supervisionado serão as primeiras disciplinas a utilizarem os materiais a serem elaborados já que constam nos seus Planos de Ensino os conceitos relacionados ao tema gerador desse Projeto. Considerando que, idêntico caminho poderá ser percorrido pelos professores quando da atuação profissional nas escolas de Educação Básica. Consideramos essa prática como um dos caminhos necessários à Universidade em direção à produção e à socialização do conhecimento. Entre os possíveis produtos midiáticos a serem elaborados e explorados, está o vídeo educativo. As experiências obtidas através da elaboração dos recursos poderão resultar na organização de oficinas a serem realizadas entre os discentes e docentes dos cursos de Pedagogia, mediante a demonstração de interesse, na intenção de socializar os conhecimentos e instrumentos necessários, colaborando também, com a autonomia do educador, na elaboração dos conteúdos e dos formados dos recursos pedagógicos.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Considerando as intenções do presente projeto de pesquisa, a ser concretizado no presente ano letivo e parte do próximo, apresentamos nesse espaço as hipóteses iniciais, tendo como referência a vivência cotidiana no Curso de Pedagogia, logo o contato direto e frequente com os discentes e docentes dos Cursos de Formação de Professores.

A primeira hipótese que levantamos refere-se ao material pedagógico disponibilizado pelos professores no Curso. Este material que direciona a formação e a futura prática dos docentes não aborda os conteúdos referentes ao Ensino da História e da Cultura Afrobrasileira e Africana (Lei 10.369/03).

A segunda hipótese levantada está diretamente relacionada com a primeira: a aplicação da Lei 10.639/03 no contexto escolar público seria bastante falha, especialmente na problematização das relações étnico-raciais em nossa sociedade, tendo em vista o que observamos em nosso contexto escolar. A terceira hipótese, decorrente das demais, toma a referência de que os professores não foram e não estão sendo formados para atuarem neste sentido, fator este que limitaria consideravelmente a atuação docente numa perspectiva mais crítica nas escolas públicas e privadas. A quarta hipótese baseia-se na suposição de que uma atuação possível entre os futuros pedagogos e o resgate da literatura infanto-juvenil africana e afrobrasileira, poderá colaborar com o conhecimento e com a consequente valorização e respeito da história e cultura do povo negro e no enfrentamento das questões que envolvam as relações étnico-raciais dentro do espaço escolar, conseqüentemente, no espaço social mais amplo.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS:

A ineficiência ou inexistência de materiais que façam referência reais, positivas à cultura negra, ao negligenciar espaços de conhecimento e reconhecimentos, de valores e ações, cede os espaços não ocupados pelos conteúdos críticos aos preconceitos e visões "enviesadas", aos dogmas que dificultam a reflexão aprofundada, rigorosa e ampla em relação à realidade e aos seus objetos, o que afeta diretamente o processo de construção da identidade da criança. A escola como parte da sociedade influencia lentamente na construção dos indivíduos através dos valores que veicula nos os discursos falados e não falados, nas imagens, nas metodologias e os recursos didáticos que utiliza.

A educação escolar é o espaço, o tempo e as ações que proporcionam a manutenção da sociedade, precisa portanto, estar atenta ao processo de formação dos indivíduos, proporcionando conhecimentos e experiências culturais que permita a sensibilidade e a responsabilidade diante das necessidades econômicas, sociais, políticas e culturais da coletividade.

6. BIBLIOGRAFIA

ASSIS, M. P. A questão racial na formação de professores na perspectiva dos docentes da FFP. 2006. 187fs. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal Fluminense – Curso de Pós-Graduação em Política Social, Rio de Janeiro, 2006. Disponível em < www.anped.org.br/reunioes/28/textos/gt21/gt21829int.rtf >. Acesso em 23 nov. 2010.

AZEVEDO, C. M. M. de. Onda negra, medo branco: o negro no imaginário das elites. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

BASTIDE R; FERNANDES F. Brancos e negros em São Paulo: ensaio sociológico sobre aspectos da formação, manifestações atuais e efeitos do preconceito de cor na sociedade paulista. São Paulo: Global, 2008.

CARVALHO, J. J.; SEGATO R. L. Uma proposta de cotas para estudantes negros na universidade de Brasília. Série Antropologia No. 314 UnB. Brasília, 2002. Disponível em < www.politicasuece.com/v6/admin/publicacao/mapps_Rita_91.pdf >. Acesso em 8 nov. 2010.

CHAGAS, C. C. Negro uma identidade em construção. Rio de Janeiro: Ed. Vozes Ltda, 1996.

CONTINS, M.; SANTANA, L. C. O Movimento negro e a questão da ação afirmativa. Estudos Feministas. IFCS/UFRJ-PPCIS/UERJ, v. 4, n. 1, p.209-220, 1996.

FERNANDES, F. O negro no mundo dos brancos. São Paulo: DIFEL, 1972.

GOMES, J. B. B. Ação Afirmativa & Princípio Constitucional da Igualdade. Rio de Janeiro: Renovar, 2001.

HERNANDEZ, L. L. A África na sala de aula. Visita à História Contemporânea. São Paulo: Selo Negro, 2005.

LIMA, I. M. F. Ensino de História da África no Brasil: Caminhos e descaminhos de uma luta contra o racismo velado. REVISTA NOVAS IDÉIAS, Recife, V.1, N.1, p. 053-074, Jan. Jun. 2008.

MELLO, C. A. B. Conteúdo jurídico do princípio da igualdade. São Paulo: Malheiros, 1995.

MUNANGA, K. Estratégias e Políticas de Combate à Discriminação Racial. São Paulo: EDUSP, 1996.

_____. Negritude: usos e sentidos. São Paulo: Ática, 1986.

NASCIMENTO, A. Ação afirmativa: da luta do movimento social negro às políticas concretas. Rio de Janeiro: CEAP, 2006.

PEREIRA, A. M. Por que estudar a história da África? Rio de Janeiro: CEAP, 2006.

SEGATO, R. L. Raça é signo. Série Antropologia Nº 372 UnB, p. 3 -16, 2005. Disponível em: < <http://vsites.unb.br/ics/dan/Serie372empdf.pdf> >. Acesso em: 03 nov. 2010.

SERRANO C.; WALDMAN, M. Memória D'África – a temática africana em sala de aula. São Paulo: Ed. Cortez, 2007.

SILVEIRA, O. Vinte de novembro: história e conteúdo. In: SILVA, P. B. G.; SILVÉRIO, V. R. (orgs). Educação e ações afirmativas – entre a injustiça simbólica e a injustiça econômica. Brasília: INEP/MEC, p. 21 – 42, 2003. Disponível em: < www.acaoeducativa.org.br/downloads/educacoes_afirmativas.pdf >. Acesso em: 06 nov. 2010.

SOUZA, E. A. A Lei 10369/03 na formação de professores e o pertencimento étnico-racial em escolas públicas de Porto Alegre. 2009. 140fs. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul – Faculdade de Educação – Programa de Pós- Graduação em Educação, Porto Alegre, 2009. Disponível em: < <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/21374/000736915.pdf?sequence=1> >. Acesso em 03 nov. 2010.

FORMAÇÃO DE MULTIPLICADORES DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL: A PRODUÇÃO E DIVULGAÇÃO DE AUDIOVISUAIS*MARIA DO CARMO KOBAYASHI**THIAGO STEFANIN*

A produção de audiovisual hoje extrapolou os stting cinematográficos, adentrando ao mundo da educação e da escola em todas as idades, no qual a escola e a vida se misturam, com situações oportunas para cada idade e hoje com ênfase na educação. Pois, os documentos nacionais da educação apontam que as tecnologias da informação e da comunicação (TICS) devem ser presentes em todo processo educativo. Entretanto, quem é o aluno hoje? Que suportes ele tem acesso? Porque a educação na escola está distante do mundo externo à escola?

Um dos principais eixos transversais, implementados no currículo educacional no Brasil é o meio ambiente, a educação ambiental e as TICS, buscando a preservação e o cuidado com o planeta.

Visto isso foi realizada a parceria entre a UNESP (Bauru) e o Parque Zoológico de Bauru para apoio didático e pedagógico para a formação dos participantes do Clube de agentes multiplicadores (CAM), que são crianças de 6 a 14 anos. A proposta é de trabalhar os sistemas complexos da Arte contextualizando-a com a educação ambiental para a criação de produções audiovisuais, nas suas diferentes etapas para, posteriormente, divulgar os materiais produzidos na internet.

As crianças e os jovens, atualmente, têm na convergência das mídias tecnológicas e digitais, principalmente, nos telefones celulares e o vídeo game, ocasião de avanço no conhecimento científico e tecnológico e ao acesso à informação. Entretanto, esses conhecimentos não estão, na maioria das vezes, nos processos educativos formais e não formais.

A metodologia escolhida está baseada na proposta triangular (BARBOSA (1998:79-126)), na qual o há apreciação, contextualização e a produção artística, neste caso dos culminará em produções audiovisuais, compostas dos diversos gêneros discursivos, tendo como suporte as diversas formas de imagens, que refletirão em formas diferenciadas de linguagens, abordando o tema meio ambiente e a educação ambiental.

No caminho do desenvolvimento de cada proposta, a leitura de imagens se passa na forma de exibição de conteúdo utilizando os multimeios, pela forma de vídeos, textos, pesquisa pela internet e livros, contextualizando os conteúdos explorados nos encontros contínuos que acontecem ao decorrer do ano com os temas propostos pelos participantes e desenvolvidos pela equipe do CAM ao longo das atividades que acontecem na forma de explicações, jogos lúdicos, brincadeiras, experimentos, desta forma espera-se que os membros consigam contextualizar o conteúdo abordado com as ações proporcionadas em cada vivencia, e ainda concluindo o trabalho de multiplicadores do conteúdo desenvolvido, se materialize na forma de conteúdo audiovisual e a ser divulgado nas redes sociais.

A realização de projetos com crianças e jovens, envolvendo a formação de agentes multiplicadores na área de educação ambiental, são de suma importância no processo de evolução do comportamento humano. O investimento na formação intelectual interfere, diretamente, na formação da personalidade de cada cidadão, no caso do meio ambiente, da vida e da inserção de crianças e jovens na busca de racionalidade e respeito com os seres vivos e com o planeta. Criando desta forma perspectivas de melhora do ecossistema do planeta em que vivemos.

Os resultados esperados são a divulgação do material audiovisual produzido, para que se complete o ciclo da multiplicação do conteúdo vivenciado ao longo dos encontros e que serviram de base para outros projetos semelhantes. A fim de servir de inspiração e escopo para futuras pesquisas de professores interessados na propagação do conhecimento.

REFERENCIAS:

BARBOSA, Ana Mae org; Inquietações e mudanças no ensino da arte. Cortez, 2002.

BRASIL. Secretaria da Educação Média e Tecnológica. Orientações Curriculares para o Ensino Médio – Linguagens Códigos e suas tecnologias. Brasília: MEC, 2006

HERNÁNDEZ, Fernando. Catadores da cultura visual. Porto Alegre: Mediação, 2007.

MACHADO, Arlindo. Arte e Mídia. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2007

A COMUNICAÇÃO DIRIGIDA COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA: O CASO DA EMBRAPA*MARIA LUCILENE DANTAS DE MATOS*

Esta é uma pesquisa em andamento que compõe o projeto de Mestrado da autora, que tem como título "o papel da comunicação no processo de transferência de tecnologia: o caso da Embrapa com uma comunidade indígena". A pesquisa contempla descrição detalhada da empresa, sistema de comunicação, transferência de tecnologia, estudo do caso da Embrapa com uma comunidade indígena no âmbito de um projeto de transferência de tecnologia. Os resultados apresentados neste trabalho consistem em levantamento inicial do Modelo Lógico de Comunicação.

O objetivo deste estudo foi conhecer um modelo lógico de comunicação organizacional que utiliza a comunicação dirigida como ferramenta estratégica.

Foi realizada pesquisa descritiva sobre o modelo de comunicação da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária – EMBRAPA. Empresa do Governo do Brasil vinculada ao Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento. Verificou-se estrutura, documentos norteadores e macroprocessos. A base de consulta para a pesquisa foi a rede interna de comunicação, que inclui documentos disponíveis na intranet, apresentações em videoconferência, eventos e e-mail. As informações coletadas incluem a área de atuação da Embrapa, estrutura de comunicação, documentos norteadores e Modelo lógico da comunicação.

A Embrapa se propõe a ser uma empresa de inovação tecnológica focada na geração de conhecimento e tecnologia para agropecuária brasileira. Tem como missão: "Viabilizar soluções de pesquisa, desenvolvimento e inovação para a sustentabilidade da agricultura, em benefício da sociedade brasileira."

Atua em pesquisa e desenvolvimento e transferência de tecnologia, com presença no Brasil e no exterior (<https://www.embrapa.br/quem-somos>) Acesso em 04 de maio de 2014).

A comunicação da empresa ocupa, desde 2011 uma posição estratégica no seu organograma.

A gestão da comunicação está diretamente ligada à presidência da empresa a nível nacional e às chefias de Unidade a nível local. Vinculada à Secretaria de Comunicação atuam duas supervisões, uma de apoio administrativo e outra de articulação. A comunicação é segmentada em quatro coordenadorias: comunicação institucional, comunicação em ciência e tecnologia, comunicação mercadológica e comunicação digital. A gestão destes segmentos de comunicação é realizada por processos, vinculados a dez macroprocessos: Gestão da Comunicação Corporativa, Gestão de Conteúdos, Gestão da Comunicação Interna, Gestão de Eventos, Gestão da Identidade Visual, Gestão da Imagem, Gestão da Publicidade, Assessoria de Imprensa, Desenvolvimento de Produtos de Comunicação e Relacionamento com Públicos Externos.

O Modelo lógico de comunicação preconiza que cada coordenadoria se estruture com objetivos, produtos, impacto, meios e avaliação em consonância com os processos vinculados a cada uma delas. As equipes multidisciplinares atuam com foco nos macroprocessos de produção e acompanhamento de demandas e resultados.

Documentos importantes norteiam a comunicação da Embrapa: Plano Diretor da Embrapa - PDE, Política de Comunicação e uma série de manuais (eventos, editoração, textos jornalísticos, comunicação interna, mídias sociais, marcas e selos, et.).

Cada segmento de comunicação gera produtos diferentes e segmentados de acordo com o público e macroprocessos e modelo lógico.

A comunicação dirigida é uma importante ferramenta de estratégia organizacional. A comunicação da Embrapa, da forma que está estruturada, demonstra um posicionamento estratégico deste setor dentro da empresa. Conforme modelo apresentado as equipes são estruturadas em blocos segmentados para atendimento a objetivos e públicos específicos. Isto permite a geração de produtos diferenciados para cada público. Esta estrutura possibilita a "comunicação bem planejada e estruturada, e a correta escolha do veículo de "Comunicação Dirigida" (Ferreira, 2000).

Referências Bibliográficas

EMBRAPA. Em <<https://www.embrapa.br/quem-somos>> Acesso em: 04 de maio de 2014.

EMBRAPA. Secretaria de Gestão e Estratégia. V Plano Diretor da Embrapa: 2008-2011-2023. Brasília: Embrapa, 2008.

EMBRAPA. Assessoria de Comunicação Social. Política de Comunicação. Brasília: Embrapa, 2002.

Ferreira, Waldir. A moda agora é comunicação dirigida.

Em <<http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/relacoespublicas/comunicacaodirigida/0030.htm>> Acesso em 04 de maio de 2014.

AGÊNCIA JÚNIOR DE JORNALISMO DE BAURU – JORNAL JR.

MARIANA FERNANDES DA SILVA
MARCOS AURÉLIO CARDINALLI

1) BREVE DESCRIÇÃO DO PROJETO

A Agência Júnior de Jornalismo de Bauru - Jornal Jr. - foi fundada em 2006 como uma agência sem fins lucrativos, visando apenas fins educacionais e se mantém desse modo até hoje. Atuando de maneira complementar à grade do curso de Comunicação Social - Jornalismo, o projeto busca auxiliar no preenchimento das lacunas existentes na graduação e complementar a formação dos estudantes, fornecendo aos mesmos uma nova área de atuação em comunicação: a gestão empresarial. Além disso, a agência júnior proporciona que o graduando participante do projeto possua uma vivência mais próxima da prática e do cotidiano jornalístico, tendo em vista que a Jornal Júnior presta serviços como assessoria de imprensa, cobertura fotográfica e textual de eventos e produção de releases, boletins e reportagens para os clientes e contratantes da empresa.

2) OBJETIVOS

Desde sua fundação em 2006, o objetivo da Jornal Jr. permanece o mesmo: complementar e contribuir para a formação do estudante de Jornalismo da Unesp. Para os membros do setor administrativo, é proporcionada a experiência em gestão empresarial dentro dos diversos núcleos da empresa. Já os membros do corpo de reportagem vivenciam a prática jornalística tradicional e cotidiana, cobrindo eventos dentro e fora da universidade, produzindo reportagens e aprendendo mais sobre a prática dos elementos textuais e fotográficos da matéria prima do jornalismo: a notícia.

3) MÉTODOS

A Jornal Jr. passou por uma reestruturação interna durante a gestão 2013/2014 e a partir de então divide-se em dois grandes setores: o setor administrativo, denominado coordenação executiva, e o corpo de reportagem. Dentro do primeiro, os membros subdividem-se em vários núcleos: Superintendência, Gestão de Pessoas, Comercial e Marketing, Administrativo/Financeiro e Projetos e Serviços. O corpo de reportagem é integrado por repórteres, diagramadores, editores e fotógrafos. Todos os membros passam por um processo seletivo composto de dinâmicas e entrevistas individuais, nas quais são observadas características como responsabilidade, comprometimento, criatividade e pro atividade.

Em todas as suas funções, os membros buscam realizar suas tarefas com dedicação, de modo a atingir os objetivos de seus clientes e parceiros. São realizadas reuniões semanais nas quais se discutem os atuais projetos da empresa e os rumos que tomará. Cada membro pertencente à coordenação executiva deve dedicar no mínimo seis horas presenciais na sede da empresa, a fim de cumprir as obrigações pertinentes ao seu núcleo, enquanto os membros do corpo de reportagem dedicam no mínimo três horas, para a elaboração de textos e matérias.

4) RESULTADOS E DISCUSSÕES

Com a reestruturação interna da Jornal Jr., a empresa passou a buscar uma atuação cada vez mais fora do campus no qual está inserida, se aproximando cada vez mais do Mercado. Devido a esta nova política, a Jornal Jr. vem alcançando novos clientes e parceiros além da cidade de Bauru. Neste ano, a Jornal Jr. prestou serviços de assessoria de imprensa a um grande produtor de avocado, tendo seus releases transformados em matérias de diversos veículos midiáticos do estado de São Paulo. Como serviço de cobertura de evento, o corpo de reportagem da Jornal Jr. se deslocou até a cidade de Rio Claro como parceria com outra empresa júnior.

5) CONSIDERAÇÕES FINAIS

A empresa júnior visa ser um ambiente de empreendedorismo, permitindo que o graduando possa buscar a experimentação e inovação no campo comunicacional e possua um meio pelo qual possa aplicar os conteúdos teóricos, de acordo com o que explica Oliveira (2005): "A finalidade principal é estabelecer uma relação entre teoria e prática do processo de ensino e uma melhor qualificação profissional, não visa lucro e prepara os jovens profissionais para o futuro mercado de trabalho".

6) REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

OLIVEIRA, Edson M. Empreendedorismo Social e Empresa Júnior no Brasil: O emergir de novas estratégias para a formação profissional. 2005.

ENCONTRO DE JORNALISMO E CINEMA: O ROMANCE-REPORTAGEM DE AGUINALDO SILVA E SUA ADAPTAÇÃO CINEMATOGRAFICA*MARIANE BOVOLONI DIAS*

Aguinaldo Silva lançou o romance-reportagem "A história de Lili Carabina" em 1983 e "Lili Carabina, retratos de uma obsessão" em 1988. Os dois se basearam na vida de Djanira Suzano Ramos, bandida que atuou na Baixada Fluminense entre os anos 70 e 80. Conhecida nacionalmente como a mulher mais procurada pela polícia carioca, Djanira era famosa pela peruca loira e pelas roupas extravagantes que usava em seus assaltos a bancos e casas lotéricas. Após ser presa, foi condenada a mais de 100 anos de prisão por diferentes crimes, como homicídio, latrocínio e assaltos.

Em 1988, as duas obras de Aguinaldo foram adaptadas para o cinema no filme "Lili Carabina, a estrela do crime", dirigido por Lui Farias e tendo Betty Faria como personagem principal.

Esta pesquisa tem como foco analisar a adaptação como tradução da linguagem verbal para a não-verbal utilizando como objeto os livros e o filme sobre Lili Carabina. Abordaremos os problemas da adaptação e demais questões que envolvem o cinema e a literatura, que sempre mantiveram formas de diálogo, em especial como fonte de inspiração. Ademais, de que forma as potencialidades cinematográficas são exploradas na produção do filme.

Também nos interessam os elementos jornalísticos que caracterizam a narrativa de Aguinaldo Silva, e localizá-los na obra de Lui Farias. Abordaremos a união entre jornalismo e literatura que dá origem ao romance-reportagem e sua tradição no Brasil.

A escolha de Aguinaldo Silva se deu pela falta de trabalhos acadêmicos que analisam sua narrativa. Ele, antes de se tornar autor de novelas como "Fina Estampa" (2011) e "Senhora do Destino" (2004) na Rede Globo, produziu uma extensa obra jornalística, como os livros "A República dos Assassinos", que narra os crimes do Esquadrão da Morte carioca, e "O crime antes da festa: a história de Ângela Diniz e seus amigos".

A metodologia utilizada se baseará em análises fílmicas e teorias do cinema no cerne do processo da adaptação como tradução intersemiótica. Serão levadas em conta as questões levantadas pelo cineasta Serguei Eisenstein sobre o sentido do filme e do teórico Robert Stam sobre a adaptação.

Entre as conclusões preliminares, pôde-se notar que os romances-reportagens de Aguinaldo Silva possuem marcas de ficcionalidade. Um exemplo é o final da história: no livro, Lili Carabina morre com tiros dados pela polícia. E, na realidade, Djanira morre anos mais tarde de infarto. Isso torna a obra híbrida, com um frequente contágio entre o factual e o ficcional.

Quanto ao filme, há diferentes marcas que o caracterizam como uma paródia de longas como "Bonnie e Clyde", produzido por Warren Beatty e Arthur Penn em 1967. Os personagens são caricatos e as cenas de assassinatos e perseguições são cômicas, somado ao efeito despojado da trilha sonora da banda Kid Abelha.

Referências bibliográficas

AUMONT, J. ET AL. A estética do filme. Campinas: Papirus, 1995.

BULHÕES, Marcelo. Jornalismo e Literatura em Convergência. São Paulo: Ática, 2007.

COSSON, Rildo. Romance-reportagem: o Gênero. Brasília: UNB; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 2001.

MARTIN, Marcel. A linguagem cinematográfica. São Paulo: Brasiliense, 2007.

STAM, Robert. A literatura através do cinema: realismo, magia e a arte da adaptação. Belo Horizonte: Ed. da UFMG, 2008.

AUTORIA E ESTILO EM GABITO NUNES

MARIANE RIBEIRO DANTAS

ÉRIKA DE MORAES

(1) A fim de melhor compreender o universo dos escritos virtuais, propomos um estudo de um dos contos do blog de Gabito Nunes (gabitonunes.com.br), de autoria do próprio Gabito Nunes, um escritor gaúcho que já teve inúmeros blogs. Alguns de seus contos, que originalmente circularam no meio digital, foram publicados na forma de livros, mostrando que os trabalhos dele, a um só tempo, atingem um grande público e alcançam reconhecimento por parte do regime literário mais tradicional. O conto escolhido para esta análise foi "Me liga, qualquer coisa".

Nossa pesquisa tem suporte no respaldo teórico-metodológico da Análise do Discurso de linha francesa, que leva em conta diversos fatores na análise de um corpus, como o período histórico-social em que foi escrito e os mecanismos de que dispunha o enunciador quando o produziu. Esta teoria problematiza a noção de autor, já que, desde o seu surgimento na década de 1960, ao considerar que o discurso se dá num embate entre a língua, a ideologia e o inconsciente, postula que o papel do "sujeito" é menos óbvio do que possa parecer ao olhar pouco atento. Isso não significa desconsiderar a possibilidade da autoria, que será entendida conforme propõe Maingueneau (2010).

(2) O objetivo do trabalho é contribuir para uma melhor compreensão das noções de autoria, ao mostrar por que a escrita de Gabito Nunes pode ser considerada diferenciada em relação a outros textos que circulam pela internet e, conseqüentemente, por que ele foi um dos poucos autores a conseguir sair do campo digital para o impresso tradicional, demonstrando que "nós nos encontramos hoje em uma fase de transição entre o regime tradicional de dominação do impresso e um regime 'digital' em constante evolução" (MAINGUENEAU, 2010, p. 45).

(3) O trabalho buscou analisar como as condições de produção da internet facilitam ou dificultam a criação de estilos próprios dos autores que por lá circulam; dessa forma, busca-se compreender as três dimensões de autoria propostas por Maingueneau (2010, p. 30).

Como base para as análises do conto "Me liga, qualquer coisa", foi utilizada a Análise do Discurso de Linha Francesa, dando destaque para dois autores principais no que se refere às noções de autoria e estilo, Maingueneau (2000, 2006, 2010) e Possenti (2010). A questão da autoria, aqui, não está apenas relacionada ao enredo, mas também, especialmente, à forma como a história foi contada, o que envolve as condições de criação, considerando período histórico-social e os recursos estilísticos mobilizados pelo autor.

(4) (5) O conto "Me liga, qualquer coisa" é escrito em primeira pessoa, contemplando diálogos do narrador com ele mesmo, enfatizando uma autorreflexão muito grande do personagem, algumas vezes, até mesmo autocríticas ("Você precisa cortar esses cabelos, rapaz"), porém de forma bem-humorada ("Parece um daqueles franceses pirados"). Além dessa autorreflexão, uma característica presente são os comentários do eu-lírico a respeito dos fatos que ele narra, dando a entender que os acontecimentos se repetem com certa frequência, ou seja, sob o prisma de Maingueneau, trata de cenografias que evocam cenas validadas. Um exemplo: "O jornal na tevê apresenta manchetes do mês passado e eu já vi todos os filmes do mundo" Este trecho de Gabito Nunes evoca uma cena rotineira, de leitura de jornais, de repetição de filmes, que remete ao sentimento de tédio do qual trata o autor. A cena não é original, no entanto, a forma como ele a liga ao restante da crônica traz à tona as características de seu estilo.

(6) MAINGUENEAU, D. Doze conceitos em Análise do Discurso. São Paulo (SP): Editora Parábola, 2010.

MAINGUENEAU, D. Análise de textos de comunicação. São Paulo (SP): Cortez, 2000.

MAINGUENEAU, D. Ethos, cenografia, incorporação, in: AMOSSY, R. (org.) Imagens de si no discurso – a construção do Ethos. São Paulo, Editora Contexto, pp. 69-92, 2005.

NUNES, Gabito. Me liga, qualquer coisa. In: gabitonunes.com.br

POSENTI, S. Questões para Analistas do Discurso. São Paulo: Parábola, 2010.

COMUNICAÇÃO PÚBLICA E AS FUNÇÕES DO PROFISSIONAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS*MARIANY SCHIEVANO GRANATO*

A comunicação no contexto das instituições públicas possui caráter estratégico por fortalecer o comprometimento em servir aos cidadãos com informação e relacionamentos com qualidade e transparência. A comunicação pública funciona como intermediadora ao fornecer tais informações e ainda para Matos (2011) não deve ser considerada um processo unilateral, isso se dá pela falta de espaços para debates. “A comunicação pública deve ser pensada como um processo político de interação no qual prevalecem a expressão, a interpretação e o diálogo (MATOS, 2011, p.45).”

Tem como funções informar, escutar o público alvo, considerar a relação social com os cidadãos e estabelecer diálogos com o objetivo de prestar serviços, tendo em vista a discussão pública para a tomada de decisões. Ela está ligada diretamente com a comunicação entre instituições públicas e cidadãos e é orientado por normas.

O presente texto trata a comunicação pública, pautada em ações de profissionais de relações públicas, que se faz presente, em ambientes de comunicação pública governamental como interlocutor do discurso entre os públicos envolvidos no processo de disseminação da informação com o objetivo de tomar decisões por parte da população empoderada com a criação de alianças intersetoriais.

Visando a construção da cidadania, instituições passam a encarar o feedback dos públicos envolvidos em suas ações entretanto, são ações compartilhadas entre diversos setores que resultam efetivamente neste objetivo. No ambiente social brasileiro, Oliveira (2009), coloca como obstáculos à crença pública o cenário de violência, desigualdade, descrença política, corrupção e desconfiança generalizada. O profissional de relações públicas tem como objetivo a conscientização de diferentes públicos que constituem instituições privadas ou públicas sobre a importância do exercício de cidadania com o intuito de estabelecer uma política social consistente. Para Kunsch (1992, p. 120) “a atividade de relações públicas se reveste muito de características administrativas e o profissional responsável tem de saber acionar as forças no momento certo, essa subárea terá de permanecer em constante interação com as demais”.

Alianças intersectoriais são responsáveis pela união do primeiro, segundo e terceiro setor em prol de ações conjuntas com a sociedade civil. Para isso, os conflitos entre os setores devem ser sanados com o objetivo de tornar a ação social efetiva. Isso se dá, segundo a autora, pelo reconhecimento do papel de cada setor, suas limitações e culturas para que se estabeleça uma relação de confiança e ética. Desta forma, a atuação do profissional é estrategicamente social e visa assessorar e propor políticas públicas referentes às organizações em questão. Dentre elas, duas estratégias estão em evidência para Oliveira (2009), em meio às demais, de relações públicas a favor das alianças intersectoriais, a primeira delas é o lobby, atividade característica de regimes democráticos, que oferece pressão, influência ou persuasão para se obter uma atitude favorável a seu posicionamento, como por exemplo, com as políticas públicas.

A segunda estratégia refere-se às audiências públicas, previstas na Constituição Federal, reuniões que permitem a participação cidadã em assuntos de interesse público, o que pode facilitar na coleta de dados para que a tomada de decisão seja feita com subsídio nas questões debatidas, pois possibilita o diálogo aberto com a sociedade a fim de entender como determinada alteração em um ambiente físico irá modificar a vida da comunidade.

Estratégias de comunicação que visem trazer o cidadão à frente da discussão e diálogo precisam ser renovadas no sentido de promover a confiança entre Estado e sociedade, criando alianças. Para tanto, faz-se necessário quebrar paradigmas da comunicação como transmissora de informações e colocá-la como fomentadora de debate que visam a criação de políticas públicas cabíveis, transformando, desta forma, a ação pública.

KUNSCH, M. M. K. Universidade e comunicação na edificação da sociedade. São Paulo: Loyola, 1992. p.195.

MATOS, Heloisa. A comunicação pública na perspectiva da teoria do reconhecimento. In KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org). Comunicação Pública, Sociedade e Cidadania.1. ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2011

OLIVEIRA, M. J. C. Relações Públicas Governamentais. In: Margarida M. K. Kunsch. (Org.). Relações Públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas. São Paulo: Saraiva, 2009, v. , p.465-484

O FLASHMOB E AS REVOLUÇÕES SOCIAIS

MARINA DARCIE
MARIA CRISTINA GOBBI

O desenvolvimento tecnológico permite a troca de informações em menos tempo. As empresas e a sociedade, por exemplo, não controlam mais as formas de mobilização social, que fazem uso, muitas vezes, de ferramentas que são capazes de ações que reúnem grandes quantidades de pessoas. É importante considerar um segmento social que vem deflagrando muitas destas ações, especialmente frente às tecnologias digitais: os jovens sempre protagonizaram diversos movimentos de transformação social e essas atividades têm possibilitado mudanças significativas nas estruturas políticas, econômicas e sociais de diversos setores e nos variados continentes.

As flash mobilizations são exemplos de relações que se iniciam no mundo virtual e que são trazidas para o espaço urbano. A cada dia estas mobilizações vêm sendo mais aceitas pela sociedade e as manifestações, até então sem propósito político, tomam um caráter crítico. Este trabalho propõe analisar de que forma a Internet possibilita o ativismo político e traz para o espaço urbano as discussões travadas na rede, em forma de manifestações e paralizações. O objetivo é relacionar as Jornadas de Junho, em 2013 - que se iniciaram como uma discussão na rede e desencadearam um movimento social importante - com o flashmob em si, buscando artigos acadêmicos e livros relacionados direta e/ou indiretamente ao assunto.

O flashmob é um fenômeno que se inicia no cyberspaço e se estende para o espaço físico e, por essa característica especificamente o mesmo possui potencial sociopolítico: porque movimento é organizado na internet, os participantes tem total liberdade de expressão, já que nesse meio não existe censura. Dentro desse contexto é que surge o ciberativismo, que é a utilização da rede com fins políticos para alcançar metas sociais ou de um grupo específico. Através do espaço virtual, a sociedade encontra um conjunto diferente de informações, diminuindo dessa forma o controle das mídias de massa.

As Jornadas de Junho ocorreram dessa forma: um estado político na sociedade desencadeou uma discussão na rede, que foi trazida novamente para o centro urbano através da mobilização. Depois do primeiro dia, maior foi a participação da população geral e, então, o movimento foi crescendo transformando-se em uma revolta social histórica.

Entretanto, é importante ressaltar que, apesar de o flashmob e as Jornadas terem a mesma fonte – a rede – e terem também participação massiva dos jovens, ao se estender para, primeiramente, horas de duração e depois semanas, as Jornadas perdem a principal característica do flashmob: a efemeridade. A celeridade torna a ação da polícia difícil, pois não há tempo de agir visto que até que fosse acionado o serviço policial o movimento teria se dispersado. Já as Jornadas levaram muito tempo se organizando e atuando da mesma forma sempre, isso facilitou o acesso à informação sobre como, quando e onde o movimento aconteceria, possibilitando a repressão policial.

Em suma, as flash mobilization se caracterizam como uma reterritorialização do espaço público e ganham conotações antes inexistentes dentro das próprias, como o ativismo crítico e político e esse maior aceitamento cria a possibilidade de eventos como as Jornadas acontecerem, pois preparam a sociedade.

Referências

LOPES, Mônica Schieck C. Flash mob: um movimento contemporâneo? Trabalho apresentado no X Simpósio de Pesquisa em Comunicação da Região Sudeste – SIPEC Rio de Janeiro, 7 e 8 de dezembro de 2004.

LUCAS, Giovana Azevedo Pampanelli. Muito barulho por nada? Flash Mobs como forma de coesão social e apropriação do espaço urbano. Revista Contemporânea (UERJ. Online), v. 04, p. 144-155, 2005.

SANTOS, Fernando Jacinto Anê Santos. O ciberativismo como ferramenta de grandes mobilizações humanas: das revoltas do Oriente Médio às ações pacíficas do Greenpeace no Brasil. Revista Anagrama: Revista Científica Interdisciplinar da Graduação. Ano 5 – Edição 1. Setembro – Novembro de 2011.

O GOLPE DE 1964 POR JORNAIS LOCAIS: DIÁRIO DE BAURU E CORREIO DA NOROESTE

MARINA DE MELLO FONTANELLI
CÉLIO JOSÉ LOSNAK

A comunicação parte da pesquisa de iniciação científica “Cobertura jornalística do golpe de 1964: os jornais Diário de Bauru e Correio da Noroeste” que estudou a cobertura elaborada pelos periódicos Diário de Bauru e Correio da Noroeste acerca da sucessão de eventos políticos nacionais que envolveram o golpe civil-militar de 1964, identificando de que modo os periódicos analisados contribuíram para legitimação do novo governo na esfera local, estabelecendo comparações com a atuação da grande imprensa nos principais centros do país, como Rio de Janeiro e São Paulo, problematizando a atuação dos dois veículos como comunicadores e mediadores das ideias e posições políticas dominantes do período e articulando o local e o nacional. A metodologia aliou referenciais da história e da comunicação centrando-se nas reflexões sobre abordagem da imprensa e do jornalismo. Sobre a cobertura jornalística do Diário de Bauru, pode-se concluir que, no período anterior ao golpe, o jornal dedicava espaço tanto para os pronunciamentos da oposição como da situação, permitindo ao leitor, ao menos, a possibilidade de reflexão. Porém, o impresso fomentou a guerra psicológica criada para desestabilização do governo de Goulart, noticiando diversos pronunciamentos que vociferavam a infiltração comunista no poder e a suposta intenção do presidente em decretar um regime socialista no país. Durante os dias em que sucedeu o golpe, o DB evidenciou seu posicionamento favorável ao movimento, vangloriou sua vitória, fez coro às crenças de que o golpe “salvou o país das garras do comunismo” e “recolocou o país no caminho da democracia e do progresso”, declarou total apoio ao Marechal Humberto Castello Branco e concitou a população a confiar no novo presidente com mensagens diretas do proprietário do jornal, Avallone Jr. Apenas os pronunciamentos do governo eram publicados, o impresso não dedicava espaço a defesa dos políticos depostos que estavam sendo cassados.

O Correio da Noroeste, desde o início de 1964, explicitou seu posicionamento contrário ao governo de João Goulart e, sobretudo, através da coluna de Paulino Raphael contribuiu intensamente com a campanha para desestabilizar o presidente, aterrorizando os leitores sobre as supostas intenções comunistas de João Goulart. No período posterior, o impresso legitimou o golpe, enaltecendo o movimento e o novo governo, sobretudo no mês de abril. A partir do mês de maio, começaram a aparecer as primeiras críticas relacionadas a determinadas medidas do governo, principalmente, sobre a política econômica que não estava conseguindo segurar a inflação e a alta dos preços.

Apesar das críticas no pós-golpe, os jornais, em nenhum momento, contestaram a vitória dos golpistas, continuaram a reproduzir os chavões de depreciação do governo anterior e a exaltar Castello Branco como o homem capaz recolocar o Brasil no caminho “progresso”.

Para concluir, os dois diários representaram bem as perspectivas dominantes do conservadorismo político do período, veicularam representações sociais anticomunistas e contra as classes populares. Como agentes sociais e políticos os jornais constituíram-se em espaço de debate e de consolidação do consenso em torno da necessidade de redirecionamento político do país.

Bibliografia

ALVES, Maria Helena Moreira. Estado e Oposição no Brasil: 1964-1984. Bauru: EDUSC, 2005.

AQUINO, Maria Aparecida de. Censura, Imprensa e Estado autoritário (1968-1978): o exercício cotidiano, da dominação e da resistência: O Estado de São Paulo e Movimento. Bauru: EDUSC, 1999.

BANDEIRA, Luiz Alberto Moniz. O Governo João Goulart: As lutas sociais no Brasil, 1961-1964. 7.ed. Rio de Janeiro/Brasília: Revan/Edit. UNB, 2001

BRAGA, José Luiz. Questões Metodológica na leitura de um jornal. In: MOUILLAND, M.; PORTO, S. D. O Jornal: da forma ao sentido. Brasília: Editora UnB, 2002. p.321-34.

D'ARAUJO, Maria Celina. et al. (Orgs.). Visões do Golpe. A Memória Militar Sobre 1964. 2 ed. Rio de Janeiro: Relume-Dumará. 1994. 135

LOSNAK, Célio José. Ardis da memória: vieses da trajetória política de O Estado e S. Paulo no pós-64. In: CARDOSO, Clodoaldo Meneguello. (Org.). Humanidades em Comunicação: um diálogo multidisciplinar. Bauru: UNESP/Faac; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2005.

SMITH, Anne-Marie. Um Acordo Forçado: o consentimento da imprensa à censura no Brasil. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2000.

SOUSA, Jorge Pedro. Teorias da Notícia e do Jornalismo. Chapecó: Editora Argos; Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2002.

TRAQUINA, Nelson. Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são. Volume 1. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.

FEMININO E MASCULINO: ANÁLISE DAS QUESTÕES DE GÊNERO LIGADAS À PUBLICIDADE DO RÚGBI NO BRASIL*MARTA REGINA GARCIA CAFFO**JOSÉ CARLOS MARQUES***Descrição da Pesquisa:**

O presente trabalho é uma continuação da dissertação de mestrado defendida em 2013 no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UNESP. Analisamos os filmes publicitários da Confederação Brasileira de Rugby (CBRu) realizados em parceria com alguns patrocinadores e inseridos num projeto maior de divulgação e fomento da prática do rúgbi no Brasil. Os filmes publicitários do rúgbi procuram utilizar situações cômicas como elemento central para chamar a atenção dos telespectadores e para atrair pessoas, praticantes e patrocinadores para o crescimento desta prática esportiva no país. O rúgbi é um esporte que teve origem nos colégios britânicos e que foi trazido para o Brasil juntamente com o futebol, porém não teve o mesmo desenvolvimento, ficando restrito a um grupo pequeno de praticantes. Segundo a CBRu "o rúgbi é um esporte de forte tradição e possui importantes valores como o Espírito de Equipe, Lealdade, Diversidade e Respeito que podem impactar na formação de caráter de jovens e adolescentes". Com a realização das Olimpíadas no Brasil em 2016, foi elaborado um planejamento que tem como objetivo divulgar a modalidade esportiva e os campeonatos em todo o território nacional.

Objetivos

Analisar os elementos e discursos da mensagem publicitária das campanhas da CBRu e desenvolver uma reflexão dos aspectos do uso do cômico e das questões sociológicas relacionadas às questões de gênero.

Material e Métodos: A análise utilizará como elemento o filme publicitário de 30 segundos da CBRu denominado "Marido Caprichoso", veiculado em fevereiro de 2014, para divulgar o Bradesco Rugby Sevens Brasil, a terceira etapa fixa do Circuito Mundial de Rúgbi Feminino (Women's Sevens World Series – WSWS). A competição teve a participação das principais seleções de rúgbi feminino do mundo e foi realizada na Arena Barueri. A metodologia utilizada para análise do filme foi elaborada por Francis Vanoye e Anne Goliot-Lété na obra "Ensaio sobre análise fílmica". Para Vanoye (1994, p. 15), analisar um filme ou um fragmento "é despedaçar, descosturar, desunir, extrair, separar, destacar e denominar materiais que não se percebem isoladamente 'a olho nu', uma vez que o filme é tomado pela totalidade. Portanto o analista deve se atentar ao objeto analisado, para compreensão do discurso e do seu interdiscurso. Para tanto será utilizada também a teoria da análise do discurso, que segundo Pinto (2002, p. 26) é uma prática de "procurar e interpretar vestígios que permitem a contextualização em três níveis: o contexto situacional imediato, o contexto institucional e o contexto sociocultural".

Resultados e Discussões

O filme publicitário "Marido Caprichoso" utiliza-se da comicidade para atrair a atenção para o rúgbi feminino e apresenta, como "caracteres cômicos", um marido que está próximo da caricatura, já que o seu comportamento de submissão é exagerado. Porém o discurso é sexista, já que compartilha um ideário, construído socialmente e culturalmente que permeiam a cultura brasileira de que é obrigação do gênero feminino ocupar-se com as tarefas domésticas. Para tanto demonstra que somente através da força física, demonstrada nas jogadas de rúgbi feminino, é possível o gênero feminino se sobrepôr ao outro gênero.

Considerações Finais

O filme publicitário "Marido Caprichoso" não valoriza os títulos do rúgbi feminino brasileiro, que já foi nove vezes campeão, mas sim corrobora com uma visão sexista, presente na sociedade brasileira, que tem uma visão de discriminação entre os sexos, o que também está presente nas práticas esportivas, apesar da Constituição Brasileira de 1988 assegurar que homens e mulheres são iguais em direitos e obrigações.

Referências bibliográficas:

- CONFEDERAÇÃO Brasileira de Rugby. Disponível em: <<http://www.brasilrugby.com.br/>>. Acesso em: 04 maio. 2014.
- MORENO, M. Como se ensina a ser menina: o sexismo na escola. Tradução Ana VeniteFuzzato. São Paulo: Moderna; Campinas, SP: Editora da Universidade Estadual de Campinas. 1999
- ORLANDI, Eni P. Discurso: formulação e circulação dos sentidos. 3ª Ed. Campinas, SP. Pontes Editores, 2008.
- PINTO, Milton José. Comunicação e discurso: introdução a análise de discursos, 2ª Ed, São Paulo: Hacker Editores, 2002.
- VANOYE, Francis. GOLIOT-LÉTE, Anne. Ensaio sobre análise fílmica. Campinas: Papirus, 1994.

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO (ACI/FAAC): EXERCÍCIO E PRÁTICA DA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA

MAYARA ABREU MENDES
GABRIEL DE CASTRO HIRABAHASI
RAQUEL CABRAL
ERIKA DE MORAES

1. BREVE DESCRIÇÃO

A Assessoria de Comunicação e Imprensa (ACI) da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) é um projeto de extensão universitária criado em abril de 2009, sob coordenação do Prof. Dr. Ângelo Sottovia Aranha. Atualmente, coordenado pela Prof. Dra. Érika de Moraes como o nome "Faac Agência de Notícias", projeto é formado por duas assessorias que trabalham de forma integrada – a Assessoria de Relações Públicas (ARP) e a Assessoria de Comunicação e Imprensa (ACI) – e por uma equipe de radialistas responsáveis pela produção audiovisual. Os objetivos do projeto são fazer a comunicação interna e externa da Faculdade, possibilitar que os alunos-membros vivenciem o cotidiano e a prática de uma assessoria de comunicação social com base em conteúdos estudados e também prestar serviços à comunidade externa.

2. OBJETIVOS

O objetivo do projeto é propiciar aos alunos de graduação uma experiência do mercado de assessoria. Os participantes têm a oportunidade de aplicar as teorias aprendidas em aula de forma mais intensa através da extensão universitária. Por se tratar de um projeto vinculado à comunicação institucional, a ACI também tem o objetivo de prezar pela imagem da FAAC e por divulgar as notícias relativas ao ambiente universitário.

3. MATERIAL E MÉTODOS

A Assessoria da FAAC é composta por alunos graduandos dos cursos de Jornalismo, de Radialismo e de Relações Públicas. A ACI atua junto à comunidade acadêmica e administrativa da FAAC/UNESP realizando a cobertura jornalística de eventos e feitos da instituição, que são divulgados no site da faculdade, bem como mantendo o relacionamento com os meios de comunicação de Bauru e região por meio do serviço de Assessoria de Imprensa.

Além disso, a ACI possibilita a comunicação interna da faculdade, fazendo a divulgação de informações e notícias à comunidade interna por meio de e-mails, blog, Jornal Mural e de redes sociais.

A Assessoria de Relações Públicas tem como principais funções gerir a informação veiculada dentro da ACI e manter o relacionamento entre a FAAC e seus públicos. Para atingir esses objetivos, utiliza ferramentas como clipping, banco de especialistas, mídias sociais, entre outras. Deve-se ressaltar que a ARP também preza pela imagem da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, buscando sempre verificar como o nome da Faculdade está sendo veiculado pelos diversos meios de comunicação.

Ao desenvolver este projeto, procura-se aliar os conhecimentos teórico-conceituais sobre assessoria de imprensa (conforme DUARTE, 2011; FERRARETO, 2009; VIVEIROS, 2007, entre outros autores) com a prática de uma real assessoria de comunicação.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

A ACI tem buscado tornar acessível à comunidade acadêmica e ao público externo todos os conteúdos que dizem respeito à Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. Também estreitar as relações entre os docentes, discentes e servidores técnico-administrativos com a população de Bauru, fazendo com que esta se inteire da produção acadêmica que é desenvolvida na Faculdade. Além disso, o projeto também tem buscado aproximar os alunos que participam dele de situações práticas, nas quais estes podem aplicar as teorias apreendidas em sala de aula.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto de extensão da Assessoria de Comunicação e Imprensa da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação possibilita aos alunos a vivência prática com o mundo profissional, aliado com o embasamento teórico propiciado pela Universidade.

O desenvolvimento de projetos como as Visitas Monitoradas e o Blog da Assessoria; a participação em eventos técnicos de Comunicação e Ciências Humanas e a produção da pesquisa de auditoria de imagem da Unesp baseada no Clipping são experiências que podem agregar muito no conhecimento de mercado dos alunos membros da Assessoria de Comunicação e Imprensa da FAAC.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1 DUARTE, J. Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica. São Paulo: Atlas, 2011.

2 FERRARETO, E. K. Assessoria de imprensa: teoria e prática. São Paulo: Summus, 2009.

3 VIVEIROS, Ricardo. O signo da verdade: assessoria de imprensa feita por jornalistas. São Paulo: Summus, 2007.

PROGRAMA DE ENTREVISTA: UMA PROPOSTA INTERDISCIPLINAR ENTRE OS ESTUDANTES DE JORNALISMO E RADIALISMO DA UNESP*MAYRA FERNANDA FERREIRA*

Este resumo tem como objetivo apresentar um trabalho interdisciplinar, realizado com graduandos das disciplinas de Telejornalismo II e Práticas em TV II para, respectivamente, os cursos de Jornalismo e Radialismo da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Unesp em Bauru, durante o segundo semestre de 2013. Devido ao fato de a professora ser a responsável pelas duas disciplinas, a proposta apresentada, desde o plano de ensino, foi a produção, gravação e edição de um programa de entrevista em parceria entre as duas turmas, considerando as competências e as habilidades necessárias em TV a fim de resultar em um trabalho em equipe de qualidade que demonstrasse uma experiência com a qual, possivelmente, vão se deparar no mercado de trabalho.

Diante do conteúdo teórico e experimental apresentado durante as aulas para cada turma, os estudantes de Jornalismo foram se apropriando de conceitos relativos a práticas de entrevista em televisão, como nos coloca Barbeiro e Lima (2002), além de dicas de entrevistadores (TRAMONTINA, 1996); já os alunos de Rádio e TV conheceram a estrutura técnica relativa à fotografia, iluminação, direção de câmeras e edição (BONASIO, 2002; ZETTL, 2011). As duas turmas ainda se familiarizaram com conceitos de programas de entrevista, como os diferentes formatos (ao vivo, gravado, gravado "ao vivo"), elaboração de roteiros e dinâmica de gravação em estúdio a partir de exemplos em sala de aula.

Devido a não familiaridade entre as turmas, o primeiro desafio foi dividir as equipes para que iniciassem o trabalho de pré-produção e agendamento da gravação do programa junto ao Laboratório de TV da Universidade. Apesar de a turma de Jornalismo já ter um contato com área de telejornalismo e experiências de gravação, o diálogo com a outra turma se tornou fundamental para que definissem até mesmo o número de entrevistados e entrevistadores. Ao mesmo tempo, os alunos de Radialismo se mostraram ansiosos, pois era o primeiro trabalho coletivo com os mesmos atuando em toda a dimensão técnica e estética diante de entrevistados "reais".

Para a execução do trabalho, foram formados seis grupos em cada turma. Os estudantes de Radialismo formaram equipes de cinco alunos para atuar nas funções de fotografia (iluminação e cenário), operação de áudio, operação de câmera, direção de TV e edição. Já na turma de Jornalismo, as equipes tinham sete alunos, exercendo as funções de produção de pauta e externa, diretor, auxiliar de direção, operação de teleprompter, roteirista e apresentador(es). Os grupos, ao serem apresentados, criaram comunidades online para efetivar a comunicação e começar as afinações referentes às expectativas para o programa, respeitando o cronograma e o deadline estabelecido para a entrega do produto final.

O envolvimento e o aprendizado coletivo foram os resultados mais satisfatórios que este trabalho interdisciplinar poderia obter, visto que defendemos e a prática profissional ressalta que trabalhar em TV é exercer funções interdependentes e que o trabalho em equipe é fundamental para termos programas de qualidade. Os estudantes tiveram a oportunidade de aliar os elementos teóricos apreendidos em aula, as experiências enquanto telespectadores e as vivências como profissionais de TV já tidas em trabalhos acadêmicos anteriores com a autonomia para executar e finalizar um produto de televisão no qual as habilidades jornalísticas e de produtores audiovisuais juntas favoreceram a qualidade de conteúdo, técnica e estética dos seis programas de entrevista avaliados pela disciplina. Mais que a nota avaliativa, a experiência revela a potencialidade de trabalhos entre disciplinas de formações e conteúdos afins de modo a incentivar exercícios mais dialógicos e colaborativos que contribuem para o amadurecimento intelectual e profissional de docentes e alunos.

Referências Bibliográficas

BONASIO, V. Televisão: manual de produção e direção. Belo Horizonte: Leitura, 2002.

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo. Manual de Telejornalismo. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2002.

TRAMONTINA, C. Entrevistas: arte e as histórias dos maiores entrevistadores. 2. ed. São Paulo: Globo, 1996.

ZETTL, Herbert. Manual de produção de televisão. Tradução de All Tasks. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

VOZ DO NICEIA

MOEMA NOVAIS COSTA
MAYARA ALVES DOS REIS
ANGELO SOTTOVIA ARANHA

Breve descrição:

O projeto de extensão universitária Voz do Nicéia é um jornal comunitário voltado para o bairro Jardim Nicéia. A equipe é composta por 42 alunos de graduação em Comunicação Social: Jornalismo da Unesp, incluindo duas bolsistas responsáveis pela edição e coordenação do projeto, Mayara Alves Reis e Moema Novais Costa, sob a orientação do professor Ângelo Sottovia Aranha.

Os alunos são responsáveis por todas as etapas de produção, que começa com uma visita da equipe de estudantes ao bairro, para saber o que pode se tornar notícia. Após essa seleção, a equipe é dividida em grupos que fazem a apuração dos fatos. O jornal é editado pelas coordenadoras e passa pela edição final do orientador. Após a impressão, a equipe se reúne para distribuir os jornais no bairro e em órgãos públicos.

Além da publicação impressa, o jornal também mantém um blog e realiza sua divulgação pelas redes sociais. Com o objetivo de manter o contato com a comunidade e oferecer novas experiências aos moradores, a equipe realiza diversos eventos culturais e educativos.

Objetivos:

O objetivo do jornal Voz do Nicéia é promover o reconhecimento social e a mobilização social dos moradores beneficiados pela publicação, e envolver a comunidade na solução dos seus problemas cotidianos. Por ser distribuído também fora do bairro, o jornal "amplifica a voz" da comunidade, que costuma ser marginalizada pelo restante da população por ter um histórico de luta pela legalização dos lotes e por direitos sociais.

Material e métodos:

O diferencial na produção do Voz do Nicéia é que os moradores do bairro participam ativamente, sugerindo temas e dando os seus depoimentos. O jornal utiliza os métodos convencionais do jornalismo, buscando atender aos interesses da comunidade, sem fins comerciais ou lucrativos. "Uma imprensa só pode ser considerada comunitária quando se estrutura e funciona como meio de comunicação autêntico de uma comunidade. Isto significa dizer: produzido pela e para a comunidade" (MARQUES DE MELO, 1981).

A metodologia do projeto busca inserir os alunos em todas as etapas de produção: escolha e elaboração das pautas, apuração das matérias, redação e fotografia, edição, diagramação e distribuição dos jornais de casa em casa. Desse modo, os alunos exercem diversos cargos, além de se envolverem com a comunidade. Por meio do blog e das redes sociais, os alunos realizam a divulgação do jornal fora do bairro, e com a realização de diversos eventos, os repórteres se envolvem com a comunidade de uma maneira ativa.

Resultados e discussões:

O Voz do Nicéia contribui para uma aproximação entre o poder público e os moradores do bairro, já que apresenta os principais problemas da comunidade e é entregue nos órgãos públicos. Quando o jornal começou as suas atividades em 2009, o bairro não possuía asfalto, rede de esgoto e não recebia a devida atenção das secretarias. Ao longo dos anos, o periódico noticiou as mudanças e ofereceu espaço para que os moradores pudessem fazer as suas reclamações e exigências.

Considerações finais:

O Voz do Nicéia tem cumprido com a sua função social no bairro. A expectativa é que ele continue sendo um meio da comunidade se comunicar com o poder público, abordando os problemas ainda existentes e incentivando uma interação entre os moradores.

Referências bibliográficas

BUENO, Wilson. A Imprensa Comunitária do interior: uma tentativa de sistematização. In: Cadernos de Jornalismo e Editoração Eletrônica da ECA/USP, número 10, 1979.

CALLADO, A. A. & ESTRADA, M.I.D. Como se faz um Jornal Comunitário. Petrópolis: Vozes, 1985. CELADEC. Jornalismo Popular. São Paulo: Paulinas, 1984.

DORNELLES, Beatriz. Jornalismo "Comunitário" em cidades do interior. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2004.

MATTIA, Olívar & LAZZAROTTO, Valentim. Comunicação Popular: perfil, história e alternativas das falas de um povo. Caxias do Sul: EDUCS, 1996.

MARQUES DE MELO, José. A Imprensa Comunitária no Brasil, In: Comunicação e Libertação, Petrópolis, Vozes, 1981, p. 52-67.

“COMUNICA EDUCAÇÃO”, UM PROJETO DE FORMAÇÃO DE COMPETÊNCIAS COMUNICACIONAIS EM AMBIENTE ORGANIZACIONAL*NAIARA APARECIDA ALVES TEIXEIRA**ROSEANE ANDRELO*

O projeto de extensão “Comunica Educação” desenvolve pesquisas e ações na área da comunicação educativa voltada a corporações. Para tanto, se baseia na aplicação de recursos educacionais abertos (REA) em conjunto com educação corporativa e a distância. O conteúdo é desenvolvido em forma de cursos online, disponibilizados no site do projeto (<http://www2.faac.unesp.br/extensao/comunicaeducacao/>), que buscam formar competências comunicacionais e literacia digital em profissionais e estudantes de diversas áreas da comunicação, preparando-os para atuar em ambiente organizacional. O projeto justifica-se pela atual necessidade de formar o público interno com competências em literacia digital e de comunicação e pela expansão do papel do profissional de comunicação (Relações Públicas, Jornalismo ou Publicidade) agregando a função de formar competências e não apenas difundir informações.

Os objetivos do Comunica Educação são fornecer competências em temas comunicacionais, para funcionários de organizações do primeiro, segundo e terceiro setores, bem como contribuir para a formação de alunos de comunicação em ações educativas, dentro de ambiente organizacional, e não apenas na produção e disseminação de informações.

A metodologia utilizada é composta de seis etapas: A) pesquisa bibliográfica sobre comunicação organizacional; público interno; comunicação educativa; educação a distância; recursos educacionais abertos e multimídia; B) elaboração dos cursos, com definição dos temas e de fontes; captação de informações multimídia; redação; edição e postagem; C) divulgação do material por meio de instrumentos de comunicação dirigida, como press-release; D) acompanhamento das inscrições; E) avaliação da participação dos inscritos e F) reflexão sobre o processo e produção de artigos científicos.

Como principais resultados, aponta-se que, ao longo de 2013, foram desenvolvidos três cursos: Marketing social, responsabilidade social e linguagem corporal. Todos elaborados pelos alunos participantes e orientadora, através de pesquisas, entrevistas e coleta de dados com profissionais da área. A linguagem dos cursos foi adaptada para uma forma didática e prática para que pudesse abranger o maior número de inscritos. Após a divulgação dos cursos, foram constatadas 50 pessoas inscritas e atualmente o projeto se ocupa em dar um retorno a eles, realizar pesquisas qualitativas sobre as avaliações enviadas pelos participantes e desenvolver novos cursos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS: Após as pesquisas e análise dos resultados evidencia-se a necessidade do mercado por formação de profissionais com competências em literacia digital e foco no ambiente organiacional. O uso do REA como ferramenta de propagação do conhecimento digital proporciona aos participantes competências comunicacionais necessárias e garante às empresas uma comunicação interna harmônica com funcionários capacitados. Além disso, obteve-se o acesso democrático ao conhecimento através de uma plataforma de ensino gratuita e interativa.

INTERATIVIDADE NA TELEVISÃO: ESTUDO DO PANORAMA NO BRASIL E NA UNIÃO EUROPEIA*NATÁLIA AZEVEDO COQUEMALA**KELLY DE CONTI RODRIGUES*

Este trabalho é um recorte do relatório de projeção de cenários da TV interativa para o período 2015-2020 no Brasil e na Europa realizado no escopo do projeto Global ITV: interoperabilidade de sistemas de TV interativos e híbridos - Uma nova proposta de avanço para o futuro. O projeto em andamento é um consórcio formado por instituições brasileiras e da União Europeia (UE), que propõe desenvolver um sistema híbrido de televisão com soluções para a convergência entre TV e Internet priorizando a interatividade. No Brasil, a pesquisa é financiada pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Um dos focos do Global ITV é a análise da interatividade na TV e suas aplicações, conforme relatado no presente trabalho.

O objetivo deste trabalho é apresentar o panorama da adoção da interatividade na TV brasileira e na UE, bem como expor o futuro da interatividade em curto, médio e longo prazos.

O encaminhamento metodológico envolve pesquisa bibliográfica aprofundada sobre temas e autores que estudam a questão, bem como análises de relatórios que trouxeram os dados necessários. Para iniciar o desenvolvimento deste trabalho, foi feita uma leitura temática e observação da visão de autores como Rocha, Parrot, Daoust, entre outros.

A interatividade possibilitada pelos dispositivos digitais permite que o usuário participe e/ou interfira nos conteúdos disponibilizados pelas emissoras de televisão em programas de diferentes formatos. Na TV, a interatividade é permitida por um middleware, camada intermediária de software integrada em alguns modelos de equipamentos de recepção de sinal de TV Digital. No Brasil, o Ginga é o middleware de especificação aberta adotado pelo Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre (SBTVD) para instalação em conversores (set-top boxes) e em televisores. A grande novidade, na maior parte dos aplicativos, são as funcionalidades e aplicações que são disponibilizadas para o usuário, de forma a sempre manter o conteúdo da programação visível a qualquer momento e, ao mesmo tempo, permitir a interação com os conteúdos no próprio televisor. O foco da pesquisa do Global ITV está em encontrar soluções horizontais que compatibilizem a evolução da integração do sistema de interatividade do Ginga com a tecnologia da televisão híbrida. No mercado europeu, com uma variedade de tipos de tecnologia de transmissão de televisão, o HbbTV (Hybrid Broadcast Broadband TV), que é a fusão dos serviços de radiodifusão e de banda larga, poderá ser estabelecido como possível padrão.

No Brasil, além das etapas relativas à implementação da tecnologia, a televisão híbrida terá que suplantar obstáculos referentes à regulamentação, falta de estrutura de internet de banda larga e disputa de interesses entre os diferentes agentes envolvidos no processo.

Do ponto de vista da linguagem e da transmissão de conteúdos, o sucesso da integração entre a televisão e a web depende da capacidade de desenvolver soluções de comunicação que compatibilizem as características tanto da TV, quanto da internet. A aplicação interativa deve ser intuitiva e se beneficiar de redes sociais para engajar o público-alvo, através da troca de mensagens e upload de vídeos e gráficos, por exemplo. Outra possibilidade será avanços na medição do consumo de práticas indicadoras de conteúdo de televisão, tanto para os produtores e para o mercado publicitário, desenvolvendo conteúdos mais adaptáveis e focados modelos de negócios.

Referência bibliográfica

MEDOLA, A.S.; MACHADO FILHO, F.; GOBBI, M.C. et al. High-level description of the GLOBAL ITV landscape. São Paulo: GlobalITV, 2014)

INTERTEXTUALIDADE, LITERATURA E CINEMA NOIR - A OBRA DE TONNY BELOTTO

NATÁLIA DE O. CONTE DELBONI

1. Breve descrição da pesquisa ou do projeto de extensão universitária:

A pesquisa tem como objetivo a análise intertextual existente entre a literatura e cinema do gênero noir. Este trabalho apresenta-se em duas partes. A primeira relaciona-se ao cotejo entre a literatura americana clássica e os romances do personagem Bellini de Tonny Belotto – Bellini e a Esfinge e Bellini e o demônio. A Segunda trata-se das suas adaptações cinematográficas - que contemplaram os mesmos títulos e ambos dirigidos pelo cineasta Roberto Santucci - e o cinema clássico noir norte-americano.

O primeiro livro da saga de Remo Bellini é o romance Bellini e a Esfinge, do ano 1995. Já Bellini e o demônio, de 1997, ambos pela Companhia das Letras. As duas histórias contam as aventuras do detetive paulistano para desvendar crimes que foram ocorridos no ambiente da cidade grande e com envolvimento com as classes menos pueris que se possa contemplar.

Os dois romances citados foram inspiração para Roberto Santucci que adaptou as histórias em dois filmes que levam os mesmos nomes dado aos romances por Tonny Belotto. Dando vida a Bellini está o ator brasileiro Fabio Assunção.

Ambos os objetos de estudos: literatura e cinema, fazem parte de um gênero muito popular nos anos de 1940: O NOIR. Conhecido também como o cinema negro, remonta aos romances da literatura de investigação, sempre em volta a um crime, protagonizadas por detetives "clássicos" como Dupin, de Edgar Allan Poe, ou Sherlock Holmes, de Conan Doyle.

Belloto, foi buscar inspiração na literatura noir para escrever os romances. A história conta como o detetive Remo Bellini desvendou os mistérios de crimes ocorridos envolvendo personagens da alta sociedade paulistana.

A toda essa co-relação de um texto com o outro podemos chamar de intertextualidade, é esse tipo de narrativa que pretendemos estudar neste trabalho.

Segundo Kristeva, 1974, pg. 64. Bakhtin foi o primeiro a introduzir a ideia de que todo texto se constrói a partir de várias partes de citações. Ou seja, todo texto é absorção e transformação de outro texto. "Em um lugar da noção de intersubjetividade instala-se a intertextualidade e a linguagem poética lê-se pelo menos como dupla."

O termo intertextualidade surgiu na década de 60, antes traduzido como "dialogismo", expressão já cunhada por Bakhtin em 1930. Para Bakhtin, o dialogismo remetia à necessária relação entre qualquer texto e todos os demais. Segundo Stam, (2010, p. 225), "Um enunciado, para Bakhtin, diz respeito a qualquer "complexo de signos", de uma frase dita, um poema, uma canção, uma peça, até um filme".

Stam, ainda sustenta que a intertextualidade é um conceito teórico a ser estudado atenciosamente, principalmente relacionando a medida que um texto se relaciona com outros sistemas de representação, e não a um simples contexto: "Até mesmo para discutir a relação de uma obra com suas circunstâncias históricas, devemos situar o texto no interior do seu intertexto, para não relacionar tanto o texto com o intertexto a outros sistemas de e séries que constituem o seu contexto." (STAM, 2010, p. 227).

É partir dos pressupostos teóricos da intertextualidade que este trabalho tem como objetivo analisar as relações intertextuais entre a literatura e o cinema noir a partir do livro de Tony Bellotto, Bellini e a Esfinge e Bellini e o Demônio.

2. Objetivos

Mostrar como se dá a relação intertextual entre os livros Bellini e a Esfinge e Bellini e o Demônio do autor Tonny Belotto com as características dos romances de literatura clássica de enigmas norte-americanos.

Analisar como a adaptação literária para o cinema dos livros citados a cinema se dá de forma intertextual com os filmes do diretor Roberto Santucci, cujas obras levaram os mesmos nomes dos romances.

3. Material e Método

Apoiar-se na literatura de Mikhail Bakhtin e Júlia Kristeva e através de seus conceitos e apreciação da explanação teórica dos autores citados, analisar a relação fílmica intertextual no plano formal do romance Bellini e a Esfinge e o filme do mesmo nome.

Verificar de que modo esse texto comporta elementos intertextuais a partir da análise da teoria clássica do cinema em sua linguagem cinematográfica.

4. Resultados e discussões

Em uma breve pesquisa feita entre os objetos descritos é possível perceber o quanto de características intertextuais existe com o gênero noir. A literatura e o cinema brasileiros fazem menções diretas e indiretas a personagens da literatura clássica de enigmas, apenas por citar alguns: Sherlock Holmes, Dupin e o escritor Dashiell Hammett.

Já no cinema, as narrativas utilizadas remetem diretamente às principais influências do gênero, como por exemplo, o expressionismo alemão. O uso de voz over, o jogo cinzento de luzes e o contraste entre o branco e o preto são presenças constantes nas obras cinematográficas em questão.

5. Considerações finais

A pesquisa em questão se torna totalmente pertinente a partir do momento em que a escolha dos objetos caminha em direção às teorias da intertextualidade contextualizadas por Bakhtin e Júlia Kristeva. Além do gênero noir ser genuinamente desenvolvido a partir de adaptações literárias vigentes de grandes obras da literatura clássica de enigma.

6. Referências Bibliográficas

BAKHTIN, Mikhail. Questões de literatura e de Estética (a teoria do romance). São Paulo. Ed. Hucitec/Unesp, 1993.

BELLOTO, Tony. Bellini e a esfinge. São Paulo: Cia das Letras, 2000.

KRISTEVA, Julia. Introdução à Semanálise. São Paulo. Ed. Perspectiva, 1974.

MATTOS, A. C. Gomes. O outro lado da noite: Filme noir. Rio de Janeiro: Ed. Rocco, 2001.

NACIMENTO, Geraldo Carlos. A intertextualidade em atos de comunicação. São Paulo. Ed. AnnaBlume, 2006.

REIMÃO, Sandra Lúcia. O que é romance policial. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1983.

STAM, Robert. Introdução à Teoria do Cinema. Campinas: Editora Papyrus, 2010.

BELLINI E A ESFINGE - INTERTEXTUALIDADE E ADAPTAÇÃO LITERÁRIA DO UNIVVERNO NOIR*NATÁLIA DE O. CONTE DELBONI*

Breve descrição da pesquisa ou do projeto de extensão universitária:

A pesquisa tem como objetivo a análise intertextual existente no romance "Bellini e a Esfinge" do autor Tony Bellotto e a sua adaptação cinematográfica que leva o mesmo título do diretor Roberto Santucci, em 2001.

O romance "Bellini e a Esfinge", foi lançado em 1995 e publicado pela Editora Companhia das Letras. A história conta as aventuras do detetive paulistano Remo Bellini para desvendar um crime ocorrido no ambiente da cidade grande, envolto classes menos pueris que se possa contemplar.

Ambos objetos de estudo, literatura e cinema, têm características de um gênero muito popular nos anos de 1940: o noir. Conhecido também como o cinema negro, remonta aos romances da literatura de investigação – tendo em sua trama principal um crime e protagonizados por detetives "clássicos" como Dupin, de Edgar Allan Poe, ou Sherlock Holmes, de Conan Doyle.

A toda essa relação de um texto com o outro podemos chamar de intertextualidade, é esse tipo de narrativa que pretendemos estudar neste trabalho. Segundo Kristeva, 1974, pg. 64. Bakhtin foi o primeiro a introduzir a ideia de que todo texto se constrói a partir de várias partes de citações. "Em um lugar da noção de intersubjetividade instala-se a intertextualidade e a linguagem poética lê-se pelo menos como dupla."

Stam, ainda sustenta que a intertextualidade é um conceito teórico a ser estudado atenciosamente, principalmente relacionando a medida que um texto se relaciona com outros sistemas de representação, e não a um simples contexto: "Até mesmo para discutir a relação de uma obra com suas circunstâncias históricas, devemos situar o texto no interior do seu intertexto, para não relacionar tanto o texto com o intertexto a outros sistemas de e séries que constituem o seu contexto." (STAM, 2010, p. 227).

2. Objetivos

Mostrar as relações intertextuais diretas entre o romance "Bellini e a Esfinge" e a literatura clássica de enigma ou noir. Após essa análise, avaliar como essas relações aconteceram no filme do diretor Roberto Santucci.

3. Material e Método

Apoiar-se na literatura de Mikhail Bakhtin e Júlia Kristeva e através de seus conceitos e apreciação da explanação teórica dos autores citados, analisar a relação fílmica intertextual no plano formal do romance Bellini e a Esfinge e o filme do mesmo nome. Verificar de que modo esse texto comporta elementos intertextuais a partir da análise da teoria clássica do cinema em sua linguagem cinematográfica.

4. Resultados e discussões

Em breve pesquisa entre os objetos descritos é possível perceber as relações intertextuais com o gênero noir. A literatura e o cinema brasileiros fazem menções diretas e indiretas a personagens da literatura clássica de enigma.

Já no cinema, as narrativas utilizadas remetem diretamente às principais influências do gênero, como: o uso de voz over, o jogo cinzento de luzes e o contraste de luzes entre o branco e o preto.

5. Considerações finais

A pesquisa em questão se torna totalmente pertinente a partir do momento em que a escolha dos objetos caminha em direção às teorias da intertextualidade contextualizadas por Bakhtin e Júlia Kristeva. Além do gênero noir ser genuinamente desenvolvido a partir de adaptações literárias vigentes de grandes obras da literatura clássica de enigma.

6. Referências Bibliográficas

BAKHTIN, Mikhail. Questões de literatura e de Estética (a teoria do romance). São Paulo. Ed. Hucitec/Unesp, 1993.

BELLOTO, Tony. Bellini e a esfinge. São Paulo: Cia das Letras, 2000.

KRISTEVA, Julia. Introdução à Semanálise. São Paulo. Ed. Perspectiva, 1974.

MATTOS, A. C. Gomes. O outro lado da noite: Filme noir. Rio de Janeiro: Ed. Rocco, 2001.

NACIMENTO, Geraldo Carlos. A intertextualidade em atos de comunicação. São Paulo. Ed. AnnaBlume, 2006.

REIMÃO, Sandra Lúcia. O que é romance policial. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1983.

STAM, Robert. Introdução à Teoria do Cinema. Campinas: Editora Papyrus, 2010.

O GOLPE MILITAR EM RIBEIRÃO PRETO: A OPINIÃO DO JORNAL "DIÁRIO DA MANHÃ"

NAYARA KOBORI
CÉLIO JOSÉ LOSNAK

A pesquisa em andamento visa ao estudo da abordagem que a imprensa de Ribeirão Preto deu ao golpe civil-militar de 1964, bem como entender o modelo de jornalismo praticado, a reestruturação da imprensa do período, as relações dela com a política da época e com os diversos grupos sociais. A bibliografia sobre o tema indica que as tensões políticas do país estavam impressas nas páginas dos jornais de circulação nacional, e a nossa pesquisa demonstra que em Ribeirão Preto o jornalismo apresentava um espectro diversificado. Nessa época, o município contava com quatro principais veículos que dialogavam com a política da época: o Diário da Manhã e o Diário de Notícias, que teriam posicionamento afinado às tendências de esquerda; A Cidade e O Diário, de perfil conservador; e alguns de politização mais acentuada, A Palavra de Ribeirão e O Berro. O trabalho centra-se no Diário da Manhã e analisa principalmente os editoriais e outros textos opinativos, buscando identificar as características jornalísticas e históricas do veículo como mediador das representações políticas e sociais da época.

No caso do DM, percebe-se existência de elementos de modernização do texto, como a divisão entre opinião e informação e a introdução do lead (RIBEIRO, 2007), incorporando novas tendências do jornalismo da época. O estudo explorou a categorização dos textos opinativos elencados por Melo (1985), particularmente os editoriais, representantes da opinião institucional do veículo, e os artigos, como declarações do jornalista que assina o texto. Desse modo, traçar o perfil político do jornal é também considerar o posicionamento de seus diretores e entender a influência deles na sociedade. O fato salienta que os responsáveis pelo Diário da Manhã, além de atuarem como homens de imprensa, faziam parte da política municipal, orientando, por vezes, a ideologia de uma parcela da sociedade ribeirão-pretana.

A análise da posição política do periódico identificou que no momento anterior ao golpe civil-militar destacam-se, em nível nacional, os textos que defendiam as reformas de base e apoiavam o presidente João Goulart. Observou-se uma tendência à esquerda, com forte caráter nacionalista defendido pelo diário e ligações dos diretores com o PSB. Essa posição jornalística era contrária a tendência dominante do período, quando a grande imprensa atuava intensamente contra Jango e apoiando a conspiração que desencadearia o golpe.

Seguindo essa linha, a maior parte dos editoriais publicados entre 01/01/1964 e 31/03/64 era voltada para defender a continuidade das propostas políticas Janguistas, com ênfase nas reformas e a democracia com a participação das classes populares. Os redatores mantiveram o viés nacionalista e de defesa das classes populares com ampliação da democracia no país.

ALVES, M. H. M. Estado e Oposição no Brasil: 1964-1984. Bauru: EDUSC, 2005.

AQUINO, M. A. de. Censura, Imprensa e Estado autoritário (1968-1978): o exercício cotidiano da dominação e da resistência: O Estado de São Paulo e Movimento. Bauru: EDUSC, 1999.

ARAÚJO, L. C. E. de. & GERALDO, S. Memória do Jornalismo Impresso de Ribeirão Preto – O início da profissionalização das redações (1965-82). XI Simpósio de Ciências da Comunicação na Região Sudeste/INTERCOM. Ribeirão Preto, 2006.

BELTRÃO, L. Jornalismo Opinativo. Porto Alegre: Sulina, 1980.

BOTOSSO, M. A guerrilha ribeirão-pretana: história de uma organização armada revolucionária. 2000. Dissertação (Mestrado em História) UNESP, Franca: 2000.

CARNEIRO JÚNIOR, M. Sociedade e Política em Ribeirão Preto: estratégias de dominação (1960-1964). Dissertação (Mestrado em História) UNESP, Franca: 2002.

MARINO, D. Orquídeas para Lincoln Gordon: depoimentos sobre o golpe de 64. Ribeirão Preto: Legis Summa, 1998.

MELO, J. M. de. A opinião no jornalismo brasileiro. Petrópolis: Vozes, 1985.

SKIDMORE, T. Brasil: de Castelo a Tancredo. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.

SMITH, A. Um Acordo Forçado: o consentimento da imprensa à censura no Brasil. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2000.

PORTAIS GOVERNAMENTAIS E A FORMAÇÃO PARA A CIDADANIA: BREVE ESTUDO DA PÁGINA DO GOVERNO DO CEARÁ*PAULA CECÍLIA DE MIRANDA MARQUES*

A consolidação da cidadania passa pela ampliação da participação popular nas políticas públicas e depende da disponibilidade de informações de qualidade. Nesse contexto, os portais governamentais são interessante meio para a difusão da informação de diagnóstico e do engajamento cívico (ROTHBERG, 2009). Esse trabalho pretende resgatar o conceito de democracia digital e discutir se esta é empregada nos portais governamentais, a partir de uma breve análise do site do governo do Ceará. Para isso, nos estudos de comunicação pública digital, é relevante diferenciar governo eletrônico – mais ligado à prestação de serviços – de democracia digital – que “se relaciona à formulação compartilhada de políticas públicas e abrange formatos de participação política que complementam e enriquecem as instituições da democracia representativa”. (ROTHBERG, 2010, p.02). Ou seja, para incentivar a cidadania deve-se oferecer formas dos cidadãos se envolverem politicamente. Strömbäck defende que a democracia depende dos cidadãos e prospera quando “as pessoas se engajam na vida pública e em diferentes tipos de ação política”. (2005, apud ROTHBERG, 2010, p.08). Embora esse seja um passo importante, é válido questionar o papel governamental no fornecimento desses dados, não delegando apenas ao cidadão a responsabilidade pelo acesso às informações. O governo deve apresentar informações de modo didático que não afugentem o usuário (CANELA; NASCIMENTO, 2009). Neste ensaio, um breve estudo sobre a página do governo do Ceará foi feito com base nos 14 critérios elencados por Rothberg (2010), e é possível notar que o portal cearense oferece muitos serviços, mas condiciona o cidadão a seguir o roteiro estipulado pelo mapa da página. O site não apresenta nenhum tipo de consulta pública e a interação do governo com os cidadãos se dá exclusivamente por meio do Sistema de Ouvidoria (SOU), que disponibiliza um telefone para 'consulta de informações, serviços e projetos', 'denúncias, reclamações, elogios e críticas dos cidadãos' e também uma página para cadastro de manifestações. Já o Portal da Transparência, embora armazene muitos dados, é de confusa navegação e não disponibiliza informações que subsidiem a análise da prestação de contas. Com base nos estudos de Rothberg (2010) e no breve estudo do portal do governo cearense, nota-se que no Brasil os portais governamentais estão avançados no uso de ferramentas de governo eletrônico, entretanto, o mesmo não é constatado ao analisar as páginas do ponto de vista da democracia digital, uma vez que as informações ofertadas não são suficientes para contribuir para a formação da cidadania. Acredita-se que a capacitação dos profissionais que criam os espaços de comunicação pública digital, baseada nos estudos apresentados pela academia, poderia ampliar o direito à informação e assim contribuir para concretização da participação política dos cidadãos. A sociedade precisa encontrar facilmente dados para se tornar ativa politicamente e ser capaz de reunir informações, dialogar sobre elas para influenciar efetivamente as políticas públicas (COLEMAN ; BLUMLER, 2009, apud ROTHBERG, 2010).

Referências:

CANELA, G.; NASCIMENTO, S. (coords.). Acesso à informação e controle social das políticas públicas. Brasília: ANDI; Artigo 19, 2009. 132 p.

CEARÁ. Portal eletrônico do estado. Disponível em: <<http://www.ceara.gov.br/>>. Acesso em 18 set. 2013.

ROTHBERG, D. Informação de diagnóstico, democracia e inclusão digital. Liinc em Revista, v. 5, n. 1, pp. 4-18, 2009.

ROTHBERG, D. Portais eletrônicos de governo e a contribuição da informação e da comunicação para a expansão da cidadania. In: Anais do 34º Encontro Anual da Anpocs (Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais). Caxambu, MG, 2010.

WEBSITE 'DE OLHO NO CAMPO': JORNALISMO ESPECIALIZADO E INFORMAÇÃO AGROPECUÁRIA**EM FOCO**

PAULO EDUARDO PALMA BERALDO

Com a globalização e a segmentação da sociedade, com interesses e objetivos tão distantes entre si e com prioridades bem definidas, o jornalismo especializado busca conversar com esses diferentes públicos e lhes dar as informações que necessitam e que lhes interessam. Assim, o jornalismo especializado tem como objetivo central trazer informações específicas ou técnicas para um segmento da sociedade que irá consumir e compreender essas informações. Está cada vez mais difícil reunir informações que sejam do interesse geral da sociedade. “Neste estágio em que as escolhas individuais prevalecem sobre o engajamento com a coletividade, faz sentido que a informação procure atender às especificidades” (ABIAHY. 2000). Foi com esses conceitos em mente que ocorreu a ideia de criar um site, voltado para o público agrícola e rural, que procura informações técnicas e específicas da área e com uma linguagem apropriada. O site surgiu num momento de crescimento da plataforma online, levando em conta suas potencialidades e dinamismo que está sendo exigido pela sociedade da informação e do consumo, que está cada vez mais exigente e específica quanto aos meios de comunicação que segue e que procura para obter informações. Cabe também ressaltar que o agronegócio no Brasil representa um quarto de todas as riquezas produzidas pelo país e quase 50% de toda a balança comercial, de forma que é um dos pilares da economia nacional. Além, de ser um campo pouco explorado pelo jornalismo especializado e com poucos olhares nos meios de comunicação generalistas. Parte-se do pressuposto de que existe certa incompreensão do setor pela sociedade. Criado em janeiro de 2014, o De Olho no Campo é um site de jornalismo especializado direcionado para o público interessado em informações sobre o universo rural. Contabilizando mais de seis mil acessos em menos de três meses, já foram publicadas aproximadamente 150 postagens.

COPERSUCAR FITTIPALDI: A EQUIPE, O ESPORTE E A MÍDIA*PAULO EDUARDO PALMA BERALDO**MARINA GOULART DORIGO*

O presente trabalho propõe revisitar a histórica equipe Copersucar-Fittipaldi, o único time brasileiro a correr pelas pistas da categoria máxima do automobilismo: a Fórmula 1. E analisar como foi a construção da imagem da escuderia e como o jornalismo especializado e generalista cobriu essa série de eventos que marcaram o automobilismo brasileiro. Os autores escreveram, em março de 2014, uma grande reportagem contando todos os passos da equipe, desde seu lançamento, em Brasília no ano de 1974 até a corrida final, nos Estados Unidos, em 1982. Foram realizadas 12 entrevistas com jornalistas e ex-membros da equipe de forma a fazê-los contar como foi a experiência de participar da construção de uma equipe brasileira de F-1 em tempos de ditadura militar no Brasil e, para os jornalistas, a ideia é que falassem sobre como foi a cobertura midiática a respeito da equipe, por vezes ufanista e severa demais com os resultados da Copersucar-Fittipaldi e como essa cobrança por resultados influenciou na sua derrocada. Em várias corridas, a equipe ficou à frente de times como Ferrari, Williams, McLaren e Tyrrel, as mais fortes da época. Justifica-se a escolha do tema porque os dois autores são membros do GECEF (Grupo de Estudos de Comunicação Esportiva e Futebol), da Unesp e 2014 é o ano que completa 40 anos do lançamento oficial da equipe, além da trajetória da equipe estar ligada com a ditadura militar e com a economia presente naquela época. Como metodologia foi utilizada a análise de um livro, *A Saga dos Fittipaldi* (2004), de Lemyr Martins, e também entrevistas. Além do material bibliográfico conquistado através das entrevistas, a pesquisa se constrói através do teórico Barthes (1961) e Caillois (1990). O trabalho buscou redescobrir os detalhes na história da equipe Copersucar-Fittipaldi e analisar como a cobertura jornalística se tornou personagem principal do final da trajetória.

NARRATIVAS AUDIOVISUAIS: ADAPTAÇÃO DA MÚSICA EDUARDO E MÔNICA PARA AS REDES SOCIAIS*PAULO FRANCISCO MANTELLO*

O momento atual da comunicação midiática tem assistido a um processo de hibridização de gêneros e formatos. Neste processo, diante do impacto das novas tecnologias, a publicidade tem colaborado significativamente com as experimentações ora em curso na busca de uma linguagem adequada de se comunicar com o usuário dos meios digitais. Para isso, tem recorrido à força das narrativas audiovisuais. O contar histórias, recurso utilizado pelo homem desde os primórdios, ganha nova configuração como storytelling, ferramenta carregada de intencionalidade. Este trabalho analisa o filme Eduardo e Mônica, criado pela agência África para a marca Vivo, em ocasião do Dia dos Namorados do ano de 2011. O audiovisual foi criado a partir da música de mesmo nome da extinta banda Legião Urbana e conta a história de amor de um jovem casal com características bastante diferentes um do outro. Trata-se, portanto, da adaptação de uma narrativa inicialmente cantada. Obra musical que à época completava 25 anos de seu lançamento oficial e não tinha um videoclipe. Com duração de 4 min 09, o filme foi criado para a Internet, tendo sido postado no YouTube e compartilhado em redes sociais como Facebook e Orkut. Atingiu quase 3 milhões de visualizações em dois dias e figurou o topo dos Trending Topics do Twitter. A reflexão faz parte do projeto de pesquisa intitulado "Narrativas audiovisuais nas redes sociais: o consumo como elemento de identidade", do Programa de Mestrado em Comunicação Midiática da Unesp Bauru, orientado pelo Prof. Dr. Marcelo de Magalhães Bulhões e atualmente em desenvolvimento. O objetivo é verificar o uso de obras artísticas – literárias e mesmo musicais, como é o presente caso –, valendo-se do fato de conterem uma narrativa que atrai e envolve o usuário da Internet, em produtos audiovisuais cuja intencionalidade é transmitir conteúdo de marca. Analisar o filme a partir de levantamento bibliográfico sobre o uso do storytelling nos dias de hoje, o recurso da adaptação de produtos artísticos e as características dos audiovisuais que favorecem a produção de sentido nos meios digitais. A adaptação da música Eduardo e Mônica para um audiovisual veiculado nas redes sociais mostrou-se eficiente por abordar uma temática universal (o amor) em forma de narrativa. Atingiu, com isso, tanto aqueles que tinham uma história com a música como quem não a conhecia mas conseguiu se identificar com as características e a trajetória das personagens. A releitura ou versão audiovisual de Eduardo e Mônica atualizou a narrativa e a marca conseguiu introduzir seus serviços na trama. Os jovens se conhecem a partir da troca de aparelhos celulares em um esbarrar na correria da cidade. As tecnologias aparecem no dia a dia de ambos, desde o despertar, na função relógio. O casal se comunica o tempo todo por dispositivos móveis. E os aparelhos, incluindo notebooks e tablets, os acompanham até o crescimento dos filhos, quando no clímax o garoto manda uma mensagem de texto fazendo uma pergunta para o pai. O audiovisual encanta e envolve o usuário das redes sociais por oferecer conteúdo que traz sentido vital ao público. Mostra-se significativo por provocar emoções e sensações. Christian Salmon e Antonio Núñez são referências sobre o storytelling. No campo da adaptação e do audiovisual foram adotados os autores como Robert Stam, Ismail Xavier, Jacques Aumont, Marcelo Bulhões, Viscente Gosciola e Javier Marzal-Felici.

OBSERVATÓRIO DE INDÚSTRIAS CRIATIVAS

PEDRO SANTORO ZAMBON
JULIANO MAURICIO DE CARVALHO

Descrição

O Observatório de Indústrias Criativas é um espaço virtual que reúne e categoriza a produção científica sobre indústrias criativas, além de promover a produção de conteúdo e mapeamento sobre o setor, promovendo discussões e estudos sobre o tema aplicado a diversas camadas da sociedade. Oferece um portal de notícias com clipping e conteúdo jornalístico próprio a respeito de indústrias criativas. O Observatório é uma atividade realizada pelo Laboratório de Estudos em Comunicação, Tecnologia e Educação Cidadã (LECOTEC) ligado a Faculdade de Artes, Arquitetura e Comunicação da Unesp, campus de Bauru. Por meio de uma plataforma Wiki e outros recursos da web, o acervo é alimentado por bolsistas de iniciação científica, alunos de pós graduação e colaboradores interessados. O projeto é realizado em parceria com o Programa de Pós Graduação em Televisão Digital na linha de Gestão da Informação e Comunicação para Televisão Digital e conta com o apoio da Proex.

Objetivos

- Ampliação e administração de portal de geração, análise e catalogação de conteúdo referente às indústrias criativas;
- Manutenção e consolidação do portal Wiki com a elaboração de verbetes, catalogação dos conteúdos e migração total da base de dados do Zotero;
- Produção de conteúdo em três eixos: acadêmico, com resenhas e organização de bibliografias; jornalístico, com entrevistas, reportagens e perfis de pesquisadores e atores do cenário das indústrias criativas; informativo, com o clipping de notícias da área;
- Mapeamento da produção bibliográfica e políticas públicas sobre Indústrias Criativas da última década;
- Democratização do conteúdo, levando a produção até os interessados e ultrapassando os limites da universidade;

Material e métodos

O desenvolvimento do Observatório de Indústrias Criativas está calcado em três eixos principais. No primeiro eixo, a plataforma informatizada colaborativa baseada na ferramenta Wiki implantada no portal do Observatório está sendo cristalizada.

O segundo eixo estabeleceu no portal do Observatório uma seção de clipping de material midiático relacionado a Indústrias Criativas, tornando-se importante ferramenta na concentração e difusão de conteúdo.

O terceiro eixo visa a consolidação do processo, realizando uma produção jornalística autônoma e exclusiva sobre Indústrias Criativas.

Resultados e discussões

Um dos principais resultados está na consolidação da plataforma Wiki colaborativa que reúne, sistematiza e categoriza a produção científica sobre indústrias criativas. A intenção é desenvolver um local não apenas voltado para a universidade, mas que também gere um intercâmbio entre as aplicações práticas de economia criativa e indústrias criativas para a sociedade.

Considerações finais

O projeto de extensão Observatório de Indústrias Criativas inova ao democratizar o acesso ao conhecimento por meio de plataformas colaborativas ao mesmo tempo em que se torna referência nos estudos da temática das Indústrias Criativas. Consegue, assim, articular com êxito o ensino, a pesquisa e a extensão, proporcionando ganhos importantes para seus participantes, comunidade acadêmica e universidade.

Referências bibliográficas

CARVALHO, Juliano M. ; ZAMBON, P. S. ; NASCIMENTO, M. S. . Políticas Públicas, Propriedade Intelectual e Indústrias Criativas: um Debate Necessário. In: Semana de Comunicação, 2013, Bauru. Anais Semana de Comunicação 2013, 2013. p. 1308-1321.

CARVALHO, Juliano M. ; ZAMBON, P. S. ; FRANZOLIN, Giovana L. . As indústrias criativas do Brasil e Reino Unido: um esforço exploratório a partir dos relatórios Indústria Criativa: Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil e A Manifesto for the Creative Economy. In: Semana da Comunicação 2013, 2013, Bauru, SP. Anais da Semana da Comunicação 2013, 2013.

CARVALHO, Juliano M. . Diversidade cultural na pauta das indústrias criativas no Brasil. In: XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2013, Manaus. Anais do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2013.

DESIGN DE INTERFACES E USABILIDADE PARA MELHORIA DO FLUXO DE INFORMAÇÕES EM AMBIENTES VIRTUAIS DE APRENDIZAGEM*PRISCILLA APARECIDA SANTANA BITTENCOURT**RENATA DE OLIVEIRA SBROGIO**ALEXANDRE SATYRO FORTUNATI*

1. Breve descrição da pesquisa: A informação é o produto inicial de todo processo educacional. Seja na educação presencial ou virtual, toda aprendizagem, hoje, torna-se dependente do processo de receber, decodificar, re-mixar e compartilhar informações, para que, sendo então corretamente utilizada, possa aumentar as possibilidades de aprendizagem. A mediação da informação para a construção do conhecimento é o objetivo principal de todo processo educacional. Receber, organizar e decodificar a informação corretamente não depende unicamente do agente receptor mas, principalmente do ambiente emissor dessa informação, principalmente quando se trata de ambientes virtuais de aprendizagem. Dentre as possibilidades de melhoria do fluxo informacional nesses ambientes, podemos considerar como elementares os fundamentos de design de interfaces e usabilidade. "Uma interface atraente com dispositivos de interação adequados tem um efeito positivo na usabilidade do software, em sua aceitação, bem como no seu potencial para promoção da aprendizagem." (REATEGUI, 2007, p.1). A maneira com que o usuário/aluno interage com o ambiente de aprendizagem virtual determina o grau de satisfação e, ainda, qual o tempo de permanência despendido para seus estudos e/ou navegação. O simples fato deste aluno/usuário sentir-se confortável e seguro, dentro do ambiente virtual de aprendizagem, eleva o interesse do mesmo em aprender e, também, retornar mais vezes no ambiente que tanto lhe agrada. Portanto, oferecer ao aluno/usuário a sensação de agradabilidade, comodidade e diversão (dependendo do tema proposto e também da faixa etária), somando-se à isso uma boa organização do fluxo das informações, ali dispostos, são fatores elementares para determinar o sucesso da aprendizagem no ambiente virtual. Nonaka e Takeuchi (2008, p.39) afirmam que, "em uma economia onde a única certeza é a incerteza, a fonte certa de vantagem competitiva duradoura é o conhecimento". Esse mesmo conhecimento, que modifica tanto as organizações como o próprio usuário vive em ciclo, criando consistentemente novos conhecimentos, disseminando-os e incorporando as novas tecnologias. Para o aluno, sobressair-se nesse universo de informações, é fundamental estar sempre adaptador e sentir-se confortável para aprender melhor em seu ambiente de aprendizagem. Para isso, toda informação precisa ser corretamente selecionada e organizada de forma a garantir um diferencial à quem vai recebê-la. Tanto o conteúdo como a estética precisam desenvolver-se conjuntamente no objetivo de ensinar. Sendo assim, o presente estudo pretende verificar quais elementos e fundamentos do Design de Interfaces e de Usabilidade, aplicados em AVAs (Ambientes Virtuais de Aprendizagem) podem melhorar o fluxo de informações e, conseqüentemente, melhorar os resultados no processo de aprendizagem do aluno.

2. Objetivos: Verificar quais elementos e fundamentos do Design de Interfaces e de Usabilidade, aplicados em AVAs (Ambientes Virtuais de Aprendizagem) podem melhorar o fluxo de informações para, assim, melhorar os resultados no processo de aprendizagem.

3. Material e Métodos: Será desenvolvida uma pesquisa bibliográfica, de natureza exploratória e descritiva, e estudo de casos, dividida em dois momentos: Fase 1- Pesquisa e revisão bibliográfica, leitura e interpretação do material. Fase 2, estudo de casos com AVAs escolhidos para análise das interfaces e usabilidade.

4. Referências:

NONAKA, Ikujiro. TAKEUCHI, Hirotaka. Gestão do Conhecimento. Porto Alegre: Bookman, 2008.

REATEGUI, Eliseo. Interfaces para Softwares Educativos. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2007. Disponível em: <http://www.cinted.ufrgs.br/ciclo9/artigos/1bElise>. Acesso em: 01. Mai 2014.

JORNALISMO MULTIPLATAFORMA DA EMBRAPA: UMA PROPOSTA DE TELEJORNAL PARA A TV BRASIL

*RAFAELA ROSA DE MELO
ANTONIO FRANCISCO MAGNONI*

Descrição: A Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) é uma instituição pública ligada ao Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento criada no ano de 1973, com o objetivo de desenvolver tecnologias, conhecimentos e informações técnico-científicas para a agricultura e a pecuária. A Embrapa se consolidou como principal referência para o produtor rural, pelas suas pesquisas e o trabalho contínuo de extensão rural realizado em todo o país. Seus pesquisadores utilizam o rádio, a internet, redes sociais, televisão e publicações impressas para difundir informações especializadas para o público que vive no campo ou trabalha nas diversas atividades agropecuárias. A intenção deste trabalho é analisar as ferramentas e os conhecimentos midiáticos utilizadas pela Embrapa e propor gêneros e formatos audiovisuais voltados para a comunicação rural, que poderiam ser exibidos pela TV Brasil. A TV Brasil tem a finalidade de complementar e ampliar a oferta pública de conteúdos audiovisuais informativos, culturais, artísticos e científicos e até agora não conseguiu desenvolver uma programação especializada e destinada para o público que vive ou trabalha no campo. A comunicação e a extensão agropecuária foram campos de atuação da Embrapa bastante afetados pelo rápido movimento de substituição tecnológica. O que antes era informado apenas pelos jornais, revistas, boletins, manuais e folhetos instrutivos e programas especializados para veiculação em emissoras de rádio e televisão, hoje pode circular também em sites, redes sociais, e canais virtuais do Youtube. Apesar dos meios utilizados e do intenso trabalho realizado para expandir a comunicação agropecuária, as notícias especializadas poderão não chegar aos diversos setores sociais que desenvolvem a produção e a economia rural. É evidente a escassez de conteúdos jornalísticos e instrutivos específicos para o setor, seja nos meios comerciais ou nos meios públicos. A TV Brasil, mesmo em fase de construção e de ampliação de seu sistema de comunicação audiovisual, é o maior sistema audiovisual público e tem pretensões de desenvolver um sistema de comunicação digital com abrangência nacional. No entanto, ainda não consegue atender com sua grade de programação as atividades da população brasileira, urbana e rural.

Objetivos: A pesquisa iniciada em 2014 é para a dissertação de mestrado em TV Digital e tem o objetivo de levantar, analisar e categorizar a produção comunicativa especializada e de conteúdos de meios comerciais destinados ao público agropecuário brasileiro. Nosso referencial será as diversas abordagens definidas pela Embrapa para o universo rural brasileiro. Consideramos que comunicação rural especializada é tão importante quanto qualquer outra área da ciência da comunicação. A informação produzida deverá levar em conta o interesse do público e preocupar-se com linguagem, formato e veículos mais adequados para informar desde o grande produtor urbano que investe em agronegócios, mas priorizar o médio e o pequeno agricultor familiar. A intenção final da dissertação é levantar os conteúdos e produtos derivados dos sistemas de comunicação rural da Embrapa para discutir a viabilidade de difundir pela TV Brasil.

Métodos: Consistem na ampliação e revisão da bibliografia escolhida e relacionada ao tema escolhido, abrangendo os pontos referentes à comunicação jornalística especializada em extensão rural e difusão de conteúdos editados em diversos gêneros.

Resultados: Ainda não chegamos aos resultados, porque estamos iniciando a pesquisa.

Considerações finais: As considerações finais serão concretizadas no decorrer do trabalho.

Bibliografia:

MAGNONI, A. F. ; GOBBI, M. C. . Televisão Digital Brasil-Argentina: desafios e perspectivas. In: GOBBI, Maria Cristina; MORAIS, Osvaldo J.. (Org.). Televisão Digital na América Latina: avanços e perspectivas. 1ed.São Paulo: Intercom, 2012, v. 2, p. 57-103.

FREIRE, Paulo. Extensão ou Comunicação. 7ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983, 93p.

USO DA ARMA DE TCHEKHOV EM BREAKING BAD

RAQUEL ARAUJO OYAKAWA

Os seriados televisivos passaram por uma grande alteração nos últimos anos, tornando-se produções que superaram a sétima arte. A evolução está presente no processo de realização como um todo. A presente pesquisa destaca o aspecto narrativo, com histórias cada vez mais elaboradas, personagens multifacetados e tramas intrincadas. Os roteiros de televisão, em especial do gênero dramático, utilizam diversos recursos que auxiliam na construção de enredos complexos, alguns deles adaptados da narrativa literária. Pretende-se abordar o uso do princípio conhecido como Arma de Tchekhov dentro do seriado Breaking Bad.

Breaking Bad, veiculado pelo canal AMC, é composto por cinco temporadas e foi ao ar de janeiro de 2008 a setembro de 2013, produzido por Vince Gilligan. Tem como premissa básica a transformação do protagonista, de um sujeito pacato e aparentemente inofensivo, em um vilão perigoso e implacável. O roteiro foi sucesso de crítica e de audiência, por juntar elementos de drama, suspense, humor negro e western.

A definição básica do recurso que ficou conhecido como Arma de Tchekhov, atribuído ao dramaturgo russo Anton Tchekhov, é de que, se um elemento é colocado na narrativa, podendo ser desde um objeto até uma informação, ele deverá necessariamente ser utilizado em algum ponto do decorrer da trama. Breaking Bad se tornou notório pelo uso desse mecanismo, utilizando-o tanto em pequena escala, com o resultado já evidente dentro do episódio, quanto em grande escala, através da inserção de elementos que terão repercussão durante múltiplas temporadas, tornando-se essenciais para alteração da trama.

Utiliza-se o método estudo de caso (YIN, 2002) para analisar a utilização da Arma de Tchekhov através do arco narrativo desenvolvido ao longo de três temporadas da série. Como recorte, estabeleceu-se o veneno chamado ricina que funciona como Arma de Tchekhov. Será utilizado como base o estudo referente à estruturação de narrativas e roteirização de McKee, buscando-se assim uma análise eficiente acerca da inserção de recursos que auxiliem a criação de um enredo dramático. Planeja-se obter um panorama da construção desse arco narrativo e, com o desenvolvimento da pesquisa, melhor compreensão da estrutura narrativa complexa.

Como resultado, observa-se que a ricina aparece pela primeira vez na segunda temporada, quando é utilizada na tentativa frustrada de um assassinato, depois reaparece na quarta temporada, tornando-se parte integrante de um arco narrativo (é utilizada em uma estratégia do protagonista contra seu adversário), porém ainda sem concluir sua função, e sendo "disparada" somente no episódio final. Assim, é possível comprovar que a ricina se trata, de fato, de uma Arma de Tchekhov.

Verifica-se a importância do estudo de estratégias discursivas como essa para a criação de roteiros, pois estas funcionam como peças para a elaboração de narrativas complexas, ou seja, compostas por arcos e subtramas que se cruzam e se completam, formando ao todo uma narrativa complexa. Dessa forma, esse conhecimento poderá ser aplicado não só no caso estudado, mas permitirá criar um olhar crítico acerca de roteiros de todos os gêneros.

Bibliografia

AFFINI, L. P. ; CAZANI JUNIOR, L. E. . Narrativa Audiovisual Complexa e Modular: forking path narratives e puzzle filmes. Mackpesquisa, São Paulo, 2011.

TSCHEBOTARIOFF BILL, V. Chekhov: The Silent Voice of Freedom. Philosophical Library, New York, 1987.

MARTIN, BRETT. Homens Difíceis. Editora Aleph, São Paulo, 2014.

McKEE, ROBERT. Story: Substance, Structure, Style, and the Principles of Screenwriting. ReganBooks, New York, 1997.

O RIO DE JANEIRO DE 1930 SOB A ÓTICA DE UM CRONISTA ARGENTINO: UM ESTUDO DO ESPAÇO NAS "ÁGUAS-FORTES CARIOCAS" DE ROBERTO ARLT.*RENAN MAUCH HASS*

Este trabalho consiste em um estudo analítico sobre os textos do jornalista-escritor argentino Roberto Arlt (1900-1942) presentes na série *Águas-fortes Cariocas*, composta por crônicas-reportagens publicadas no jornal argentino *El Mundo* durante uma temporada no Rio de Janeiro (1930).

As crônicas-reportagens foram produzidas em uma fase na qual o jornalismo, em âmbito geral, havia passado por importantes mutações. A textualidade jornalística havia sofrido o influxo do "culto aos fatos", cuja consequência, entre distintos aspectos, passa a ser a afirmação do trabalho do repórter, o responsável por ir às ruas para captar os fatos, organizá-los e relata-los aos leitores.

Arlt, não alheio às marcas do seu tempo, aparece como um possível repórter-flâneur: vaga sem rumo pelas ruas em busca de fatos, comportamentos ou "cenários" da vida social. Nesse processo, ele explora com ênfase a retratação dos ambientes que lê. Comparecem em *Águas-fortes Cariocas*, pois, textos que enfatizam o papel de uma categoria fundamental da narrativa, o espaço, explorando-se sua plasticidade, a qual é indissociável de aspectos da vida cultural da cidade.

Assim, este trabalho de iniciação científica tomou o espaço como categoria narrativa para análise das crônicas de Arlt. Em uma visão preliminar, a categoria espaço, no jornalismo, pode apenas ser considerada em seu caráter de "verismo fotográfico". Porém, a categoria reveste-se de uma série de funções ao se empreender um levantamento teórico de maior fôlego. O objetivo central da nossa pesquisa é, portanto, avaliar as funções da categoria espaço na produção [jornalística de *Águas-fortes Cariocas*].

Roberto Arlt, mesmo sendo um dos principais escritores argentinos de seu tempo, no atual momento é quase ignorado pelos pesquisadores no campo dos estudos de jornalismo. Esta pesquisa é, pois, crente da necessidade de estudar sua produção jornalística.

Para o estabelecimento de nosso corpus tomamos de *Águas-fortes Cariocas* compilados pela editora Iluminuras, em edição lançada em 2013, com tradução de Maria Paula Gurgel Ribeiro. Constam do volume 69 crônicas feitas na Argentina e 44 escritas no Rio de Janeiro, todas elas lançadas no jornal *El Mundo*. Voltamos nossa maior atenção para as crônicas-reportagens sobre a capital da República brasileira. .

Quanto à metodologia, a pesquisa possui natureza analítica e interpretativa. Basear-nos-emos estudos nas teorias da narrativa literária e do jornalismo, dois "ambientes" pelos quais Roberto Arlt sempre transitou muito bem. A convergência dos estudos da narrativa literária com contribuições a respeito de gêneros jornalísticos constituem o cerne teórico de nossa pesquisa. A bibliografia é composta de autores dessa interface, tais como Antônio Dimas, Carlos Reis, Massoud Moisés, Antônio Candido, Nelson Traquina, Jorge Schwartz, Osman Uns, Marcelo Bulhões, Cremilda Medina e entre outros.

Referências Bibliográficas

ARLT, Roberto. *Águas-fortes port~filhas seguidas por águas-fortes cariocas/ Roberto Arlt: ensaio introdutório, tradução, compilação, nota biográfica e cronologia* Maria Paula Gurgel Ribeiro. - São Paulo: Iluminuras, 2013.

DIMAS, Antônio. *Espaço e Romance*. 2a ed. São Paulo: Ática, 1987

BULHÕES, Marcelo. *Jornalismo e Literatura em convergência*. São Paulo: Ática, 2007.

SCHWARIZ, Jorge. *Vanguarda e Cosmopolitismo na década de 20*. São Paulo: Perspectiva, 1983.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo Volume I*. 2a Ed. Florianópolis: Insular, 2005.

RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS ORGANIZAÇÕES: A FORMAÇÃO DO PÚBLICO INTERNO

RENATA CALONEGO

ROSEANE ANDRELO

O advento da internet e, conseqüentemente, das redes sociais, permitiu criar um ambiente de maior participação do consumidor e a proximidade deste com as organizações, tendo, por conseguinte, uma nova geração consumidora, constituída por indivíduos críticos e atentos ao consumo consciente. Assim, empresas são levadas a repensarem sua atuação diante de um cliente cada vez mais exigente e preocupado com questões sustentáveis e de cidadania. Frente a esse contexto, a adoção de ações voltadas à sustentabilidade, informação e educação, por meio de uma gestão socialmente responsável, torna-se fundamental para a consolidação da imagem institucional demandada atualmente. Desta maneira, o presente trabalho questiona como gerar competências em literacia digital para a formação de posturas socialmente responsáveis, com enfoque na segurança alimentar, com o público interno de organizações e investigar qual a consciência dos funcionários diante das ações da empresa em que trabalha. Portanto, tem como principal objetivo criar parâmetros para programas corporativos de formação utilizando do espaço weSPOT, que visa investigar habilidades e fluxos de trabalho; diagnosticar instrumentos de mensuração para investigação de habilidades; utilizar ferramentas de apoio inteligentes para orquestrar os fluxos de trabalho de consulta, incluindo aplicativos móveis, apoio à aprendizagem de análise e colaboração social, na pesquisa científica e integrar mídia social e marketing viral para investigação científica (WESPOT, 2012). E por meio desse ambiente virtual proporcionar discussões e reflexões, promovendo a consciência e a formação de cidadãos plenos. A metodologia constou de três etapas: 1) aplicação de questionário para o público interno de uma empresa da área alimentícia, a fim de verificar o nível de consciência destes sobre segurança alimentar e sustentabilidade; 2) debate entre os funcionários por meio de redes sociais via weSPOT; 3) expansão dos dados para o uso em escolas, atingindo, também, o público externo visando o diálogo com a comunidade, por meio de parceria com outros pesquisadores. Ressalta-se que este trabalho refere-se a parte da pesquisa de Iniciação Científica, desenvolvida na Inglaterra, por meio de bolsa de estágio de pesquisa no exterior (BEPE). Desta forma, os resultados obtidos são parciais, uma vez que o estágio na The Open University veio complementar as demais análises já feitas, assim como virá a acrescentar os futuros estudos da pesquisa realizada no Brasil. Porém, as reflexões já feitas revelam que, apesar do ambiente weSPOT ser essencialmente de cunho acadêmico e visar a investigação científica, ele pode ser utilizado também como um ambiente web de trabalho de empresas e apoiar a comunicação estratégica das organizações em geral. Tal indicativo decorre do fato do weSPOT ser um ambiente essencialmente aberto e personalizado, o que permite mudanças constantes e a flexibilidade para adaptações conforme o contexto de aplicação, seja para auxiliar a comunicação estratégica entre empresas e o terceiro setor, ou com qual público a empresa julgar estratégico.

Assim, a autonomia para gerenciamento do ambiente, o compartilhamento eficaz de notícias, espaço para agilizar o compartilhamento de mensagens e compartilhamento de boas práticas entre diversos setores, necessidade de interação com stakeholders e ferramentas de gerenciamento das relações com os consumidores, que foram as manifestações de insatisfação dos respondentes, parecem passíveis de serem equacionadas pelo weSPOT.

Referências:

Okada, A., Andrelo, R., & Calonego, R. (2014). REA e a educação aberta corporativa: formação do Relações Públicas para atuar com literacia digital em ambiente organizacional. In: Okada, A. (2ª Ed.) (2012) Open Educational Resources and Social Networks: Co-Learning and Professional Development. London: Scholio Educational Research & Publishing. <http://oer.kmi.open.ac.uk>. 2ª Edição. ISBN978-85-8227-029-5.

Okada, A., Barros, D., Serra, R., Ribeiro, S., Pinto, S., Correa, A. & Calonego, R. (2014) Competencias-Clave para coaprender y coinvestigar en la era digital. VII Encontro Internacional de Educação, In: Okada, A. (Ed.) (2014) Open Educational Resources and Social Networks Sao Luis: EDUEMA 2ª Edição. ISBN ISBN978-85-8227-029-5.

O CORINTHIANS E OS RELATÓRIOS DE SUSTENTABILIDADE*ROBERTA FERREIRA DOS SANTOS***1) Descrição da Pesquisa**

No ambiente dos negócios, falar em Governança Corporativa já não é nenhuma novidade. A Governança Corporativa é uma prática que tem sido adotada por empresas e organizações que visam aumentar seu valor no mercado, tornando-se mais atrativas para os investidores.

Cada vez mais, os clubes de futebol têm profissionalizado sua gestão por meio de práticas de governança e processos de comunicação corporativa com o objetivo de criar e manter uma boa reputação perante seus stakeholders. Como aponta Marques (2009, p. 12), "(...) atualmente, para manter esses stakeholders mais bem informados, publicações dessas empresas deixaram de ser um simples jornal informativo, as quais apenas esclarecem a situação dentro das instituições para funcionários e colaboradores."

Desde 2008 o Corinthians publica o Relatório de Sustentabilidade e, cada vez mais, as diretrizes da GRI são utilizadas pelas organizações para prover transparência aos seus stakeholders fazendo com que o modelo seja o mais utilizado atualmente.

Contudo, para que o relatório tenha realmente credibilidade e não seja apenas mais um material de marketing é preciso seguir princípios para a definição do seu conteúdo e para assegurar sua qualidade.

2) Objetivos

O objetivo da pesquisa é verificar se o Corinthians tem utilizado corretamente os princípios GRI na publicação de seus Relatórios de Sustentabilidade ou se utilizam o material apenas como uma peça de marketing.

3) Material e Métodos

Serão analisados os Relatórios de Sustentabilidade do Corinthians dos anos 2011, 2012 e 2013, confrontando-os com as notícias publicadas sobre o clube nos jornais O Estado de São Paulo e Folha de São Paulo, versão online, nos mesmos anos, utilizando como metodologia de pesquisa a pesquisa bibliográfica e a análise de conteúdo.

4) Resultados e discussões

As diretrizes e princípios GRI são uma referência internacional para a elaboração e divulgação de informações sobre a forma de gestão e os impactos das organizações nas áreas ambiental, social e econômica. Além disso, a credibilidade e a grande aceitação que o modelo tem no mercado, especialmente de investidores, faz com que empresas, instituições e clubes de futebol, em todo o mundo, o utilizem na produção de seus relatórios de sustentabilidade.

Mas, os relatórios refletem a gestão e os impactos destas empresas, tanto positivos quanto negativos? Ou não passam de uma estratégia de marketing? Com o objetivo de encontrar a resposta para estas questões é que esta pesquisa está sendo desenvolvida.

5) Considerações finais

A pesquisa encontra-se em fase inicial. Em uma primeira análise dos relatórios foi possível perceber que nem todos os princípios GRI são aplicados. Analisando-se especificamente as práticas de Governança Corporativa foi possível verificar que embora o Corinthians adote estas práticas, as informações divulgadas não são suficientes para afirmar que o clube, de fato, aplica os conceitos da Governança Corporativa em sua plenitude.

6) Referências Bibliográficas

___Relatório de Sustentabilidade 2008, Sport Club Corinthians Paulista. Disponível em <http://www.corinthians.com.br/upload/site/relatorio%20de%20sustentabilidade%202008.pdf> Acesso em 21 jun. 2013.

ABRAHÃO, Jorge. SPERA, Cristina. Futebol e responsabilidade social: o Relatório de Sustentabilidade do Corinthians. Disponível em: www1.ethos.org.br. Acesso em 05 jun. 2013.

MARQUES, J. C. ; BENEVIDES, A. ; BRANDAO, C. E. ; SIMI, L. F. ; ZITO, R. ; FAGNANI, T. O. ; ROSSI, L R . Os clubes-empresa da segunda divisão do Campeonato Paulista de Futebol 2008 e as relações com seus grupos de interesse. Revista Conhecimento Online, v. 1, p. Artigo 8, 2009. Disponível em: <http://www.feevale.br/site/files/documentos/pdf/32682.pdf> Acesso em 08 jan. 2014.

INTER-RELAÇÃO ENTRE AS MÍDIAS DÍGITAIS, A GERAÇÃO Y E A COMPETÊNCIA EM INFORMAÇÃO

*RODRIGO BARBOSA DE PAULO
REGINA CÉLIA BAPTISTA BELLUZZO*

A geração Y ou geração do milênio, termo oriundo da sociologia, que classifica as pessoas nascidas nas décadas de 80 e 90. Essa geração cresceu em uma época de grande desenvolvimento tecnológico e econômico, sendo estimulados a desenvolver tarefas múltiplas, uma das suas características é a utilização de aparelhos de alta tecnologia.

Nesta perspectiva, insere-se a presente pesquisa em fase inicial, no que tange a relação entre a geração Y e as mídias digitais e seu processo de competência em informação. Pretende-se através do referencial teórico da área, traçar as principais características desta geração e da tecnologia oferecida pelas mídias digitais, e assim compreender como se dá o processo de competência em informação, ou seja, como se faz o uso da informação e a construção do conhecimento que se apropriam através desta mídia.

Almeja-se investigar, como os professores da 3ª e 4ª do ensino fundamental, estão entendendo a alfabetização midiática e informacional (AMI), o que pensam sobre desenvolver a AMI nas classes e de que forma acreditam que isso possa ser incorporado em suas práticas pedagógicas? Lembrando, que grande parte destes profissionais é composta por pessoas da geração Y.

Objetivando, compreender o processo de alfabetização midiática e informacional nas escolas de ensino fundamental, favorecendo o acesso e uso da informação disseminada nas mídias digitais de forma inteligente.

A trajetória do trabalho será uma revisão de literatura, sob a ótica da competência em informação, tendo como parâmetro, documento desenvolvido pela UNESCO e intitulado "Alfabetização midiática e informacional(AMI)" e uma pesquisa de campo de caráter exploratório com professores da 3ª e 4ª série de duas escolas, sendo uma pública e outra privada, utilizando como técnica de coleta de dados, a aplicação de grupo focal.

O trabalho, enquadra-se na linha 1 Gestão da Informação e comunicação para televisão digital, do mestrado profissional em Televisão digital: informação e conhecimento, por investigar os modos de recepção e as interatividades possíveis e viáveis visando identificar seu âmbito específico nos campos de sua ação.

Palavras-chave: 1. Mídias digitais. 2. Competência em informação. 3. Alfabetização midiática. 4. Gestão da informação e comunicação.

REFERÊNCIAS

BEAUD, Michel. A arte da tese. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997.176p.

BELLUZZO, Regina Célia Baptista; FERES, Gloria George; BASSETTO, Clemilton. A competência em informação como um fator crítico de sucesso para a pesquisa na área de Ciência da Informação: transferência de princípios para reflexão. Revista EDICIC, [s.l.], v.1, n.1, p. 277-294, mar. 2011. Disponível em: <<http://www.edicic.org/revista/index.php?journal=RevistaEDICIC&page=article&op=view&>>. Acesso em: 03 de maio de 2014.

DIAS, Claudia. Usabilidade na web: criando portais mais acessíveis. Rio de Janeiro: Alta Books, 2003.

DUARTE, Adriana Bogliolo Sirihal. Grupo focal online e offline como técnica de coleta de dados. Inf. & Soc. João Pessoa, v.17, n.1, p.81-95, jan./abr. 2007.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (org.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2009.

ECO, Umberto. Como fazer uma tese. São Paulo: Atlas, 1989.

GATTI, Bernardete Angelina. Grupo focal na pesquisa em ciências sociais e humanas. Brasília, DF: Líber Livro, 2005.

OLIVEIRA, Sidnei. Geração Y: ser potencial ou ser talento? Faça por merecer. São Paulo: Integrare Editora, 2011.

UNESCO. Alfabetização midiática e informacional: currículo para formação de professores. Brasília: UNESCO, UFMT, 2013.

INFLUÊNCIAS ECONÔMICAS DA PRODUÇÃO CULTURAL CRIATIVA DIGITAL INTERNACIONAL NO BRASIL

*SAMANTHA SASHA DE ANDRADE
JULIANO MAURÍCIO DE CARVALHO*

Introdução

O termo “indústrias criativas” surgiu nos anos 90 para designar setores com negócios essencialmente desenvolvidos através da criatividade. A produção de conteúdo desse tipo de indústria é responsável por uma parcela do que é veiculado nas televisões e meios digitais, gerando um peso no desenvolvimento de países e influenciando economicamente a produção cultural brasileira. O objetivo desta pesquisa é explorar as influências internacionais e seus resultados para a produção de conteúdo criativo jornalístico na televisão digital nacional.

Objetivos

Conhecer a produção criativa digital internacional e analisar suas influências para a produção de conteúdo interativo nacional no jornalismo;

Fazer um estudo sobre a produção de conteúdo jornalístico criativo televisivo digital nacional e internacional;

Metodologia

Usaremos como metodologia o estudo de caso da produção cultural criativa dos Estados Unidos e Inglaterra. O foco é compreender a importâncias econômica das indústrias criativas para estes países e então ver seus reflexos na nossa produção.

Resultados

Pesquisa ainda em desenvolvimento

Considerações finais

A produção de conteúdo das indústrias criativas representa uma parcela significativa na economia dos países produtores. Estados Unidos e Inglaterra são conhecidos pelas grandes produções, desde culturais até documentários, que resultam em uma grande circulação midiática internacional. Com as novas mídias e as possíveis mudanças tecnológicas televisivas previstas para acontecer no país nos próximos anos, espera-se que a produção de conteúdo nacional cresça e ganhe características próprias mesmo sob influência das produções internacionais. O processo produtivo gera uma cadeia de produção, que conseqüentemente afeta outras áreas além da cultural, como por exemplo a econômica.

Segundo estudo elaborado pela Federação das Indústrias do Rio (Firjan), a produção criativa nacional já tem uma grande influência na economia do país. Apesar de já se ter alguns resultados, o estudo e pesquisa das indústrias criativas ainda são muito pouco explorados, deixando várias áreas, como a de jornalismo, sem dados.

“No Brasil, os dados mostram alinhamento a essa tendência internacional. Em 2011, 243 mil empresas formavam o núcleo da indústria criativa. Sob uma perspectiva mais abrangente, os números mostram que toda a Cadeia da Indústria Criativa, que inclui atividades relacionadas e de apoio, movimenta mais de 2 milhões de empresas brasileiras. Com base na massa salarial gerada por essas empresas, estima-se que o núcleo criativo gera um Produto Interno Bruto equivalente a R\$110 bilhões, ou 2,7% do total produzido no Brasil. Essa cifra chega a R\$ 735 bilhões se considerada a produção de toda a Cadeia da Indústria Criativa nacional, equivalente a 18% do PIB brasileiro” FIRJAN, 2011

O Brasil, com seu grande potencial econômico e de crescimento, possui um cenário ideal para o desenvolvimento das indústrias criativas jornalísticas e é isso que pretendemos discutir.

Referência Bibliográfica

FIRJAN. 2014. Disponível em: <http://www.firjan.org.br/economicriativa/download/Analise_completa.pdf>. Acesso em: 18 abr. 2014.

TELEJORNALISMO E SUA EXTENSÃO PARA AS MÍDIAS DIGITAIS*SELMA MIRANDA DOS PRAZERES**LEIRE MARA BEVILAQUA**JULIANO FERREIRA SOUSA*

O resumo apresentado é parte de uma pesquisa de mestrado em andamento intitulada: "Telejornalismo na televisão digital: interatividade e novas práticas de produção", a qual tem como finalidade compreender as alterações na rotina produtiva de um telejornal a partir da produção de interatividade para televisão digital.

O texto escolhido para essa XVI edição da Jornada Multidisciplinar tem como objetivo apresentar o cenário no qual o telejornalismo está inserido hoje com a ampliação das plataformas digitais com internet e com o processo de digitalização dos meios de comunicação tradicionais. Essa conjuntura propiciou a convergência digital e cultural, quando os conteúdos fluem pelas mídias e são apropriados de diferentes formas pelas pessoas, que desejam mais interatividade e conteúdos. O telejornalismo é um produto da mídia televisiva e está inserido na era midiática digital. Os conteúdos produzidos pelos telejornais se estenderam também para a web e na rede foi aberto um novo e mais eficiente canal de comunicação entre os telejornais e seus telespectadores.

Esse estudo trata-se de uma pesquisa bibliográfica. Como referencial teórico principal recorreu-se a autores que estudam a convergência midiática, a televisão digital e o telejornalismo. Também, foram reunidos dados de diferentes levantamentos do IBOPE que pesquisaram os hábitos de consumo midiático dos brasileiros.

Como uma parte dos telespectadores está mais conectada, em busca de mais informações e interatividade, os conteúdos dos telejornais migraram para a internet, não apenas o conteúdo, mas também novas formas de diálogo com os telespectadores, seja por meio de chats, e-mails, redes sociais, participação por meio de enquetes etc. Como explica Klein (2012, p. 94-95), "[...] a ampla difusão de inovações relacionadas às tecnologias digitais provocou mudanças na forma de acesso a conteúdos e também na forma como as pessoas usam a mídia no seu cotidiano (como leem artigos, como veem televisão, por exemplo)".

A extensão dos telejornais para fora tão somente da televisão criou novos espaços para a participação dos telespectadores, o público tem agora um espaço mais significativo para interagir, sugerir, ou mesmo reclamar com os produtores dos telejornais.

Referências

CANNITO, Newton Guimarães. A televisão na era digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócio. São Paulo: Summus. 2010.

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. 6. ed. Tradução de Roneide Venâncio Majer. São Paulo: Paz e Terra, 1999. (V.1).

CROCOMO, Fernando Antonio. TV Digital e produção interativa: a comunidade manda notícias. Florianópolis: Ed. da UFSC. 2007

IBOPE- Instituto Brasileiro de Opinião e Estatística- é uma multinacional brasileira de pesquisas de opinião e estudos de mercado. Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/pt-br/Paginas/home.aspx>>.

KLEIN, Eloisa Joseane da Cunha. Aspectos da incidência da convergência no telejornalismo: análise de fragmentos de casos do contexto brasileiro. Ciberlegenda, n. 23, p. 94-105, 2012. Disponível em:

< <http://www.uff.br/ciberlegenda/ojs/index.php/revista/article/view/583/335>>

Acesso em: 02 jun. 2013.

JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

OUVIDORIA: CANAL DEMOCRÁTICO DE COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA*SHEILA LUANA SALES ABRANTES***INTRODUÇÃO**

É perceptível a relevância de um canal de comunicação eficiente em qualquer empresa/instituição, independente de sua categoria. A Ouvidoria como instrumento de democratização da sociedade, visa na comunidade busca seus direitos como cidadãos.

Para Bueno à comunicação estratégica (2008,p.59) assim se manifesta:

Comunicação empresarial estratégica, sobretudo, de um ambiente específico para que possa entrar em vigor. Ela se expressa ou se materializa apenas em determinadas culturas ou sistemas de gestão porque decorre de um processo organizacional particular, exatamente aquele calcado na chamada administração estratégica.

OBJETIVOS

Dentre os objetivos destaca-se o desenvolvimento de uma pesquisa qualitativa utilizando a técnica de entrevista de profundidade abordando o tema Ouvidoria como um canal de comunicação nas instituições públicas e um estudo teórico-prático destacando as interfaces entre a utilização do processo de comunicação estratégica no Departamento de Ouvidoria.

MÉTODOS

Dada a abordagem do estudo foi necessário identificar na literatura e outros estudos autores que têm desenvolvido produções sobre o tema. Assim priorizou-se a busca de informações sobre comunicação estratégica, Ouvidoria e democratização da informação. Levando-se em conta necessidade de obter opiniões de profissionais que gerenciam Departamentos de Ouvidoria optou-se pela entrevista de profundidade que foi realizada com profissionais especializados e que tinham conhecimento e trabalham em Ouvidoria.

RESULTADOS

Ao solicitar para os participantes que fizessem considerações sobre o papel da Ouvidoria como está inserida nas Autarquias Públicas, pode visualizar que um ponto crítico para a falta de efetividade da comunicação estratégica dentro das Ouvidorias é ausência de capacitação do Ouvidor, o que dificulta que as atividades sejam realizadas estrategicamente, como a lacuna de recursos humanos.

Houve o questionamento de como o processo de comunicação é percebido no contexto da Ouvidoria, a partir das opiniões ficou explícito que, para eles a comunicação estratégica no interior das instituições públicas é de total relevância, pois no século XXI a comunicação é norteador das relações humanas por meio de processos informatizados. Segundo Nassar é preciso utilizar um mapeamento específico para conseguir alcançar seu público de interesse e, empregar ferramentas adequadas para que essas alcancem seus públicos. Assim o pesquisador Nassar coloca sobre o monitoramento de informações dos cidadãos:

[...] monitoramento dos ambientes nos quais a empresa se insere, para detectar as ameaças e as oportunidades simbólicas, a seleção de informações importantes para a tomada de decisões da gestão, o mapeamento dos públicos estratégicos, a velocidade das emissões de respostas, a formação impecável e adequada de mensagens, a seleção de mídias adequadas que cheguem aos públicos estratégicos, a habitação em comunicação de todas as pessoas da organização, as pesquisas, o planejamento [...] (NASSAR, 2003, p. 122).

CONCLUSÃO

O estudo possibilitou, no decorrer do trabalho, a reflexão acerca de temas atuais e inerentes ao Departamento de Ouvidoria Pública. Todo esse conteúdo proporcionou uma série de novas visões em relação à temática abordada. Com isto posto, alcançou o objetivo de realizar o objetivo de entrevistar profissionais que atuam em Ouvidoria. Percebeu que a comunicação estratégica precisa ser explorada mais profundamente dentro das Ouvidorias, já que neste vivemos em sociedade da informação e democratização, e para que a comunicação seja dissipada é primordial de um canal de comunicação efetivo entre a sociedade e os gestores públicos, permitindo assim um feedback efetivo para a comunidade.

REFERÊNCIAS

BUENO, Wilson da Costa. Comunicação Empresarial: Política e estratégias. São Paulo: Saraiva, 2008.

NASSAR, Paulo. Tudo é comunicação. 2a ed. Lazuli, São Paulo: 2003.

DA PRODUÇÃO AO CONSUMO: A MOTIVAÇÃO PARA O USO DE APLICATIVOS EDUCATIVOS EM TELEVISÃO BASEADOS EM GAMIFICAÇÃO.

SHELLEY COSTA NAVARI
MARCOS AMÉRICO

Vivemos em uma sociedade que cada vez mais valoriza o entretenimento e a cultura lúdica, principalmente a partir dos jogos digitais e dispositivos eletrônicos. Com a implantação da TV Digital no Brasil, surge a necessidade de se fomentar a concepção e produção de conteúdo audiovisual interativo de qualidade, sobretudo para o T-learning e programas que apresentem mensagens educativas, a partir do entretenimento – conceito definido como edutretenimento (AMÉRICO, YONEZAWA, 2009, 2010). O objetivo deste estudo é propor a aplicação da gamificação como elo comunicacional para incentivar e modificar o comportamento dos usuários, através de uma narrativa persuasiva e convincente, que incentive a motivação intrínseca para o entretenimento e o aprendizado nesses meios (GOSCIOLA, 2003; DETERTING et al, 2011; MCGONIGAL, 2011; KAPP, 2012; LLAGOSTERA, 2012; AMÉRICO, NAVARI, 2013). A partir de um estudo exploratório, seguido de um estudo descritivo e experimental, foi possível verificar que não existem modelos de roteiros para a produção de aplicativos, sobretudo educacionais, que apresentem aplicações interativas simultâneas para o fluxo televisivo ou para o conteúdo complementar da programação ofertada. Por esta razão, procurou-se atribuir uma atenção especial ao roteiro, em virtude de se pretender inserir, em sua construção, os elementos que compõem a mecânica e a dinâmica dos jogos. Para tanto, na finalidade de fornecer subsídios para essa produção, a pesquisa elaborou o verbete “Gamificação-TVDI”, em que se conceituou a relação entre esses dois cenários, e desenvolveu uma metodologia de modelagem apoiada em mapas conceituais (NOVAK, 2006; BELDA, 2009; GIRONDI, 2012), fundamentando a concepção e elaboração de modelos de roteiros com elementos de gamificação para programas educativos e seus aplicativos de interação. Com este estudo, busca-se atender à demanda de produção desses conteúdos que apresente, fundamentalmente, uma linguagem audiovisual híbrida, interativa e satisfatória para o ambiente e mercado das mídias digitais.

Palavras-chaves: Gamificação, Roteirização, Mapas Conceituais, Edutretenimento, Aplicativo Educativo, Televisão Digital Interativa.

REFERÊNCIAS

- AMÉRICO, Marcos; YONEZAWA, Wilson Massashiro. TV digital, t-learning e edutretenimento. In: Ana Maria de Andrade Caldeira. (Org.). Ensino de Ciências e Matemática II - Temas Sobre Formação de Conceitos. 1ed. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009, v. II, p. 221-238.
- AMÉRICO, Marcos; NAVARI, Shelley Costa. Gamificação: abordagem e construção conceitual para aplicativos em TV Digital Interativa. Revista GEMInIS, v. 2, n. 2 Ano 4, p. 87-105, 2013.
- BELDA, Francisco Rolfsen. Um modelo estrutural de conteúdos para televisão digital interativa. Tese de Doutorado. Orientador: Prof. Dr. Edson Walimir Cazarini. Área de Concentração: Gestão do Conhecimento e Tecnologia de Informação. Departamento de Engenharia de Produção, Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, 2009.
- DETERDING, Sebastian. et al. Gamification: Toward a Definition. In: CHI 2011. Vancouver, BC, Canada. 2011. Disponível em: <<http://gamification-research.org/wp-content/uploads/2011/04/02-Deterding-Khaled-Nacke-Dixon.pdf>> Acesso em 25 fev. 2014.
- GOSCIOLA, Vicente. Roteiro para as novas mídias: do game a TV interativa. São Paulo: SENAC, 2003.
- HEGENBERG, Leonidas. Definições: termos teóricos e significado. São Paulo: Cultrix / Ed. da Universidade de São Paulo, 1974.
- KAPP, Karl. The Gamification of Learning and Instruction: game-based methods and strategies for training and education. Pfeiffer: San Francisco, 2012.
- LLAGOSTERA, Enric. On Gamification and Persuasion. SBGames 2012. Disponível em: <<http://www.sbgames.org/sbgames2012/proceedings/papers/gamesforchange/g4c-02.pdf>>. Acesso em 05 mar. 2014.
- MCGONIGAL, Jane. Reality is Broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change the World. New York: Penguin, 2011.
- NOVAK, Joseph D.; CAÑAS, Alberto J. The Theory underlying concept maps and how to construct them. Technical Report IHMC CmapTools. Florida: Florida Institute for Human and Machine Cognition, 2006. Disponível em: <http://cmap.ihmc.us/publications/researchpapers/theorycmaps/theoryunderlyingconceptmaps.htm>

TRANSMISSÃO TELEVISIVA DA FINAL DA COPA DO MUNDO DE 1970: COMO O MEIO PODE CONSTRUIR A ESTÉTICA DE CONSUMO DO FUTEBOL

TATIANA ZUARDI USHINOHAMA

JOSÉ CARLOS MARQUES

Com a transmissão televisiva via satélite, a final da Copa do Mundo de 1970 entre Brasil e Itália consagraria uma seleção tricampeã do mundo sob a "supervisão" de todos, pois pela primeira vez no Brasil assistiríamos a uma decisão de um Mundial, desta vez diretamente do estádio Azteca (na Cidade do México), em cores e ao vivo. A transmissão deste jogo foi realizada por uma empresa mexicana de comunicação, a Telesistema Mexicano, que, já em 1966, adquirira os direitos exclusivos da transmissão televisiva do mundial, rompendo com uma tradição europeia da Eurovision (UER) – European Broadcasting Union de captar audiovisualmente os jogos das Copas até aquele o momento.

Portanto, o papel do meio de comunicação, televisão, neste tipo de programa era servir de mediador dos acontecimentos sem grandes possibilidades de intervenção no evento, no jogo em si, já que, à medida que as ações acontecem, a televisão simultaneamente capta e transmite as imagens para o mundo. No entanto, essa construção discursiva de um jogo de futebol para televisão ao vivo e em direto segue normas e restrições do sistema que media o fato.

Este estudo objetiva analisar a mediação da transmissão televisiva de futebol na Copa do Mundo de 1970 de modo a compreender como foi realizada a construção do evento nesse sistema televisivo, analógico e colorido. Para isso, o corpus será decomposto nos elementos da linguagem audiovisual (plano, enquadramento, transição), para em seguida, se fazer a recomposição desses elementos, examinando o significado produzido pela articulação e hierarquização das imagens, ou seja, o sentido geral da transmissão televisiva de futebol. O corpus selecionado foi o jogo final da Copa do Mundo de 1970, Brasil e Itália, transmitido às doze horas (horário mexicano) do dia 21 de junho de 1970, diretamente da Cidade do México, uma vez que se tratava do jogo mais importante da competição, pois se decidia o campeão. A partida teve um público telespectador estimado em 700 milhões de pessoas em todo o mundo.

A transmissão aconteceu com quatro câmeras fixadas e instaladas distantes do campo – palco onde acontecem as ações do jogo – e em um plano superior, duas na região central e uma em cada extremidade do campo atrás do gol. Os noventa minutos da final da Copa do Mundo de 1970 foi concebida mediante a organização de 382 fragmentos espaço-temporal homogêneos, ou seja, planos, que em média duraram 13,9 segundos.

Verificou-se que a transmissão televisiva dessa Copa utilizou-se de quatro tipos de planos. O Plano Geral correspondeu a 51% dos planos, com uma duração média de 21 seg./plano, sendo captado pela câmera 1 (96,9%) e câmeras 3 ou 4 (3,1%). O Plano Conjunto corresponde a 47% dos planos, não sendo significativamente diferente em relação ao Plano Geral na sua utilização na transmissão. No entanto, em referência ao tempo de duração, a diferença é significativa, uma vez que a média do Plano Conjunto é quase quatro vezes menor (5,7 seg.). Além disso, 93% das imagens dispuseram de algum tipo de movimento para adequar a imagem a bola ou aos jogadores/árbitros, sendo que: 86% do movimento foram Pan; 54%, Tilt; e 36%, Zoom. Os elos entre os planos aconteceram por meio de dois recursos: o corte seco (36%), que é a troca de uma imagem por outra; ou o fade (64%), a dissolução de uma imagem na outra.

Desta forma, a câmera 1 e 2 foram responsáveis cada por 49% pelas imagens da transmissão, sendo que a câmera 1 captou as imagens apenas em Plano Geral e a câmera 2 em Plano Conjunto, as duas apresentam uma correlação perfeita ($p=1$), uma vez que se intercalaram na maior parte da transmissão. Entretanto, a câmera 1 em Plano Geral será considerada a câmera principal, pois a duração dos seus planos correspondeu a 79% do tempo da transmissão; e a câmera 2 em Plano Conjunto será considerada a auxiliar, pois foi responsável por 19%.

A transmissão televisiva da final da Copa do Mundo de 1970 marca uma forma de ver futebol pela televisão em que o espectador possui um lugar privilegiado: central, fixo e abrangente em relação ao que se contempla, devido, principalmente, a uma linguagem audiovisual contadora de história e seus recursos estéticos invisíveis.

Referências

CASTRO, J. 25 anos de televisão via satélite. São Paulo: Oiti editora, 1997.

GARDIES, R. Compreender o cinema e as imagens. Brasil, Livraria Saraiva, 2011.

MEGRICH, A. Televisão: Transmissão e recepção. São Paulo: Érica, 1989.

NOGUEIRA, L. Manuais de Cinema III: planificação e montagem. Covilhã: LabCom Books, 2010.

RIBAS, L. O mundo das Copas: as curiosidades, os momentos históricos e os principais lances do maior espetáculo do esporte mundial. São Paulo: Lua de Papel, 2010.

A TRIBO JORNALÍSTICA: UM ESTUDO DA PRODUÇÃO NOTICIOSA CONVENCIONAL

TAYANE AIDAR ABIB

Este projeto de pesquisa propõe um estudo da produção de notícias da mídia convencional, tomando como corpus de análise os livros "Teorias do Jornalismo" – volume I e II- de Nelson Traquina, duas obras que reúnem conteúdo significativo sobre a formação da comunidade jornalística e a consolidação de seu ethos profissional enquanto valor-guia das posturas a serem adotadas durante a produção jornalística.

A escolha do corpus justifica-se, então, pela busca deste trabalho em compreender a concepção de 'Tribo Jornalística' – presente nos estudos de Traquina – que aponta para o fato de que os jornalistas partilham, com variações de intensidade, um sistema de valores que fornece uma identidade clara do profissional - de tal modo que a tribo jornalística pode ser encarada sob uma ótica transnacional- cuja origem remonta ao processo de profissionalização. Deste modo, ao se deter em Traquina, busca-se compreender o modo como a partilha de estruturas cognitivas, perceptivas e avaliativas compõe a identidade jornalística e fomenta uma cultura profissional que orienta as práticas e posturas a serem adotadas em cada etapa da produção de notícias. O que se percebe, portanto, é que a comunidade jornalística compactua de critérios que, de acordo com Traquina (2005), constituem-se como as unidades essenciais da cultura jornalística, responsáveis por determinar se um acontecimento é susceptível de se tornar notícia. Os valores-notícia, desta forma, nada mais são do que o resultado de um consenso entre a tribo jornalística, que determina a importância ou não de um assunto como notícia.

Partindo desta reflexão, o presente projeto tem por objetivo demonstrar e compreender as características dessa comunidade interpretativa transnacional, no sentido de verificar de que modo essa concepção de jornalismo sustenta a cultura profissional atual e se insere na produção noticiosa convencional. Para tanto, a metodologia deste trabalho baseia-se em uma análise teórico-interpretativa das obras de Traquina, reunidas em seu acervo no Centro de Investigação Media e Jornalismo (CIMJ), da Universidade Nova de Lisboa. O levantamento desta bibliografia resulta da realização de estágio de pesquisa da autora neste Centro, fundado por Traquina, entre os meses de janeiro e março de 2014, que permitiu coletar conteúdo significativo para o entendimento do processo de produção de notícias da mídia convencional.

Assim, a partir das teorias do jornalismo, busca-se identificar quais são os critérios de noticiabilidade e o conceito de notícia presentes nas produções jornalísticas da grande mídia. Fundamentando-se neste estudo sobre a cultura noticiosa tradicional, torna-se possível refletir sobre a possibilidade de se praticar um modo de fazer jornalismo que se diferencie dos registros atuais e que destoe das posturas assumidas pela Tribo Jornalística. Em última instância, ao estudar a Tribo Jornalística e entender os procedimentos de produção da mídia convencional, a partir das obras de Traquina, objetiva-se abrir caminhos para análises sobre diferentes percursos narrativos, de linguagem e de concepção de notícia, além de proposição de práticas e técnicas divergentes da que se percebe no cenário noticioso tradicional.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

CALADO, Vanda; SILVA, M. T.; TRAQUINA, Nelson. A problemática VIH/Sida como notícia: Elementos para uma teoria da notícia. ed. 1. Lisboa: Livros Horizonte, 2007.

CHALABY, Jean. O Jornalismo como invenção anglo-americana. Comparação entre o desenvolvimento do jornalismo francês e anglo-americano (1830-1920), *Media & Jornalismo*, Nov. 2003, Vol. 1, nº 3, pp.29-50. Disponível em: <<http://revcom.portcom.intercom.org.br>> Acesso em: 14 de janeiro 2014.

TRAQUINA, Nelson (org.). *Jornalismo: questões, teorias e 'estórias'*. Lisboa: Vega, 1993.

TRAQUINA, Nelson (org.). *Jornalismo 2000*. Lisboa, Relógio d'água, 2000.

TRAQUINA, Nelson, *Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são*. Vol. 1. Insular: Florianópolis, 2005.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional*. Vol. 2. Insular: Florianópolis, 2008.

TUCHMAN, Gaye. A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, Nelson (org.). *Jornalismo: questões, teorias e 'estórias'*. Lisboa: Vega, 1993.

TUCHMAN, Gaye. Contando 'estórias'. In: TRAQUINA, Nelson (org.). *Jornalismo: questões, teorias e 'estórias'*. Lisboa: Vega, 1993.

ZELIZER, Barbie. Os jornalistas enquanto comunidade interpretativa. In: TRAQUINA, Nelson (org.). *Jornalismo 2000*. Lisboa: Relógio d'água, 2000.

A IMPORTÂNCIA DA ANÁLISE DOS ESTUDOS CULTURAIS NO CONTEXTO DA CULTURA DE CONVERGÊNCIA COMO COMPREENSÃO DO RECEPTOR (USUÁRIO/PRODUTOR) DE CONTEÚDO CULTURAL NAS MÍDIAS SOCIAIS.

THIAGO THADEU DIAS PALUAN

RESUMO

O presente projeto de estudo visa analisar, a partir das reflexões dos Estudos Culturais no contexto da cultura de convergência, o papel do receptor nas mídias sociais. Para tanto, inicialmente aponta-se o que são os Estudos Culturais e a maneira como é visto mesmo enxerga o receptor no processo de comunicação. Em seguida, explica-se, a partir da visão de Jenkins (2009) o que é o contexto da cultura de convergência e como a internet, e mais especificamente as redes sociais, são compreendidas neste contexto. Dessa forma, pretende-se analisar o papel do receptor das mídias sociais e apontar algumas considerações sobre a transformação do papel do receptor neste novo contexto contemporâneo. Analisando ainda o poder que este novo receptor possui, em utilizar de maneira pública os conteúdos por ele produzidos.

PALAVRAS-CHAVE: estudos culturais; cultura de convergência; receptor; mídias sociais.

APRESENTAÇÃO DO TEMA

A cultura é uma idéia que se tem de uma coisa, que está ligada a qualquer comportamento humano. Toda a prática cultural, seja ela popular ou erudita, gera significados para os seres humanos. Não há uma cultura melhor ou pior que outra, pois ela é relativa. Sua lógica está ligada a um grupo social específico em um determinado tempo e em um determinado lugar. A cultura está presente em nossas práticas cotidianas, somos indivíduos mediados de significados em diferentes contextos. Isso também ocorre durante o processo de recepção de mensagens comunicativas, há uma série de variáveis que influenciam a interpretação dos conteúdos recebidos. Tendo isso em vista, o objetivo do presente projeto, a partir das reflexões dos Estudos Culturais no contexto da cultura de convergência, é analisar e explorar o papel do receptor nas mídias sociais.

Para tanto, inicialmente apresentamos como surgiu, o que são os Estudos Culturais e a maneira como o mesmo enxerga o receptor no processo de comunicação. Para essa linha de estudos da comunicação, o processo de recepção de uma mensagem é muito complexo porque há uma série de fatores que influenciam na recepção das mensagens. Dessa forma, procura-se apontar os fatores que influenciam esse processo e o papel ativo do receptor no processo de comunicação.

Em seguida, a partir da visão de Jenkins (2009), entender o que é o contexto da cultura de convergência e como a internet, e mais especificamente as redes sociais, são compreendidas neste contexto. Nele, o receptor tem um papel fundamental nas escolhas dos conteúdos que se pretende “consumir” diante da multiplicidade de informações presentes no universo transmidiático. É aqui que encontramos o grande crescimento das mídias sociais interativas, que podemos chamá-las de redes sociais de relacionamento. Dessa forma, o papel do receptor, com o avanço tecnológico e digital, especificamente nas mídias sociais, torna-se ativo nesse contexto, pois torna-se um propagador, consumidor, usuário, etc., transformando assim a maneira de se observar o indivíduo sobre diversos ângulos no contexto da cultura de convergência. Por fim, algumas considerações sobre a transformação do papel do receptor neste cenário.

ESTUDOS CULTURAIS

Entre as diversas linhas de estudos que refletem sobre a comunicação de massa, temos o Cultural Studies ou, simplesmente, Estudos Culturais. Essa corrente teórica surgiu em 1964, na Universidade de Birmingham, Inglaterra, quando Richard Roggart fundou o Centre for Contemporary Cultural (CCCS). O objetivo principal desta instituição é compreender, segundo Escosteguy (2010, p.1), “[...] As relações entre a cultura contemporânea e a sociedade, isto é, suas formas culturais, instituições e práticas culturais, assim como suas relações com a sociedade e as mudanças sociais [...]”. Essa proposta está fundamentada em três textos que surgiram no limiar da década de 1950 que são: *The Uses of Literacy* (1957) de Richard Hoggart; *Culture and Society* (1958) de Raymond Williams; e *The Marking of the English Working-class* (1963) de E.P.Thompson. Além disso, cabe salientarmos, apesar de não ser considerado um fundador, o papel relevante de Stuart Hall para a consolidação dessa linha de estudos. Esse autor desenvolveu pesquisas sobre, “[...] as práticas de resistência de subculturas e de análises dos meios massivos [...]”, ainda de acordo com a mesma autora e obra (p.3),

Os três textos fundadores dos Estudos Culturais apresentam diversas discordâncias entre si, mas podemos dizer que eles têm como foco comum de abordagem as aproximações entre cultura, história e sociedade. Por ela, os autores acreditam que:

[...] através da análise da cultura de uma sociedade – as formas textuais e as práticas documentadas de uma cultura – é possível reconstituir o comportamento padronizado e as constelações de idéias compartilhadas pelos homens e mulheres que produzem e consomem os textos e as práticas culturais daquela sociedade. É uma perspectiva que enfatiza a atividade humana, a produção ativa da cultura, ao invés de seu consumo passivo (STOREY, 1997, p.46)

Para essa perspectiva, a cultura é uma fonte de significações presente na atividade cotidiana dos indivíduos. É um conceito amplo de cultura que rompe com a noção de cultura ligada a artefatos, pois coloca as práticas cotidianas ao lado das artes. Essa ampliação do conceito de cultura nos permite enxergar toda a produção de sentidos presentes em nossa vida como recepção ativa dos conteúdos massivos a que as pessoas são expostas. Outra novidade na abordagem dos Estudos Culturais está em questionar as hierarquias estabelecidas entre formas e práticas culturais, como, por exemplo, cultura erudita e cultura popular. Para os estudos britânicos, toda cultura é composta por complexidades simbólicas que não podem ser comparadas entre si. Cada cultura tem sua lógica e seus valores, que devem ser respeitados.

Entretanto, há muitas críticas a essa linha de estudos, devido à sua abrangência. De acordo com Escosteguy (2010, p.5), os Estudos Culturais “[...] não apresentam uma posição teórica unificada [...]”, por isso é alvo de críticas por muitos estudiosos de outras áreas. No entanto, na mesma obra, a autora defende que a linha britânica “[...] não está composta por um conjunto tão díspar que não apresente uma unidade”. Isso quer dizer que os Estudos Culturais apresentam uma abordagem específica de reflexões. E não está ligado somente a uma fundamentação teórica porque suas reflexões se localizam em uma área em que há a convergência de diversas disciplinas que buscam compreender as características da sociedade hodierna.

Na realidade, os Estudos Culturais britânicos surgiram para suprir uma lacuna existente nas análises da cultura contemporânea. Sua abordagem teórica heterogênea está amparada no marxismo e próxima da, segundo Schulman (1999, apud, 2010, p.6), “[...] trajetória da New Left, de alguns movimentos sociais (Worker’s Educational Association, Campaign for Nuclear Disarmament, etc.) e de publicações – entre elas New Left Review”. Ademais, por ter uma constituição heterogênea e falta de delimitações, conta com uma grande quantidade de objetos de investigação. Tal situação tem permitido à aproximação das pesquisas britânicas, de acordo com Escosteguy (2010, p.7) aos temas relacionados às culturas populares e aos meios de comunicação de massa [...]” e às identidades sexuais.

Nesse ponto, percebemos as ligações dos Estudos Culturais britânicos com a comunicação de massa. Os primeiros estudos na área iniciaram-se por volta de 1975, quando os mass media deixaram de ser vistos apenas como uma forma de entretenimento e passaram a ser vistos como aparelhos ideológicos de Estado. Por isso, a abordagem inicial desses estudos foi a análise da estrutura ideológica, principalmente em veículos jornalísticos. E ainda na mesma década, os teóricos de Birmingham se voltaram para a recepção e a densidade dos consumos midiáticos por meio do texto *Encoding and decoding in the television discourse*, de Stuart Hall.

As pesquisas sobre a audiência se tornaram, nos anos 1980, o foco central das pesquisas do CCCS, cujo objetivo é verificar, de modo empírico, as diversas leituras ideológicas construídas e as posições assumidas pelos receptores das mensagens massivas. Para os Estudos Culturais, o processo de recepção de conteúdos midiáticos é complexo. Há, de acordo com Escosteguy (2010, p.8), “[...] processos multifacetados de consumo e codificação nas quais as audiências estão envolvidas”. Essa variedade de mediações, segundo DANTAS (2008, p. 5), diz respeito aos aspectos:

- Estruturais (classe social, experiências, conhecimentos, família, etc.)
- Institucionais (escola, igreja, política, esporte, etc.)
- Conjunturais (modo de enxergar a vida, acervo cultural, etc.)
- Tecnológicos (televisão, rádio, cinema, etc.).

Por meio deles, é possível compreendermos a interação entre as instâncias de produção e recepção dos conteúdos massivos. Os indivíduos estabelecem um papel ativo na audiência, eles negociam os conteúdos recebidos para sua vida cotidiana. Entretanto, embora haja essa atuação do receptor, não podemos, na visão de Escosteguy (2010, p.10), “[...] perder de vista a marginalidade dos receptores diante dos meios”. Isso quer dizer que a produção dos meios de comunicação de massa ainda exerce algum poder frente à audiência.

Neste cenário de influência relativa dos veículos de comunicação de massa e de capacidade de atuação dos indivíduos receptores, os Estudos Culturais buscam compreender como ocorre o consumo de conteúdos midiáticos, na contemporaneidade, face às relações de identidade de lugar, de raça e etnia, de gênero, de classe, de poder, de cultura, etc.

A partir dessas reflexões, neste projeto de estudo iremos analisar a importância dos Estudos Culturais no contexto da cultura de convergência, em que o receptor tem o papel ativo em suas escolhas nas mídias sociais.

CULTURA DE CONVERGÊNCIA: O PAPEL ATIVO DO RECEPTOR

Henry Jenkins (2009) em sua obra “Cultura da Convergência” acompanha a evolução dos mais diversos meios de comunicação e mostra que o público passa a deixar de lado uma posição passiva para alcançar uma nova posição no processo de comunicação. Cada vez mais a sociedade deseja participar ativamente dos meios, compartilhando seus conhecimentos sobre temas com outras pessoas também interessadas.

Para viver uma experiência completa desse universo transmidiático, os consumidores devem assumir papéis de coletores e caçadores pelos diversos canais e comparar suas idéias com as de outras pessoas – como em fóruns on-line, a fim de enriquecer seu próprio conhecimento e dos outros também interessados.

Na cultura de convergência, novas e velhas mídias colidem e os poderes dos receptores e transmissores interagem de formas imprevisíveis.

O termo “convergência midiática” não representa mudanças somente no âmbito do desenvolvimento tecnológico, essa convergência representa também uma, segundo Jenkins (2009, p.29-30) “[...] transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos”. Isso mostra que a convergência não acontece somente através dos equipamentos que utilizamos, mas também, de acordo com Jenkins (2009, p.30), “[...] dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros”, quer seja real ou virtual. Não podemos esquecer que o público mudou muito nos últimos vinte anos e por isso, produtores dos meios de comunicação não podem simplesmente ignorar este fato, tendo que agilizar um reposicionamento do meio para o momento que vivemos.

A convergência midiática também ocorre quando os consumidores assumem o controle das mídias. Dentre os diversos meios, o entretenimento não é a única coisa que flui entre diversas plataformas. “Nossa vida, nossos relacionamentos, memórias, fantasias e desejos também fluem pelos canais de mídia” (Jenkins, 2009, p.45). De acordo com Jenkins (2009, p.138):

[...] Uma história transmídia desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor - a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. Cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do game, e vice-versa. Cada produto determinado é um ponto de acesso à franquia como um todo. A compreensão obtida por meio de diversas mídias sustenta uma profundidade de experiência que motiva mais consumo. [...].

A convergência midiática representa uma mudança de paradigma, como um conteúdo que flui de um meio de comunicação específico para outros vários canais de diferentes modos de acesso. Participar dessa cultura da convergência roga o desenvolvimento de certas capacidades de conhecimento. Aos jovens que acompanharam o surgimento e a evolução do mundo digital, podemos dizer que, para eles, executar ao mesmo tempo múltiplas tarefas os deixam mais confortáveis em relação às gerações mais velhas, que viveram num ambiente menos complexo e de pensamento linear. Toda tecnologia aliada às capacidades cognitivas abrem espaço para novas possibilidades na comunicação humana, porém, é de se esperar que haja perda de habilidades que outrora tiveram valor na sociedade.

PROBLEMA DE PESQUISA

O novo contexto cultural que estamos vivendo, nos sugere novos comportamentos em que os indivíduos assumem estes, que geram novos significados para as relações humanas. Basta analisarmos as mídias sociais que nos põe frente à novas formas de produções culturais - que já existiam em outros nichos, porém, que não interessavam aos meios de comunicação de massa. Muitos dos sítios de mídias sociais representam um ponto de encontro para indivíduos e ‘tribos’ com diversas motivações. Grupos que, anteriormente, não tinham um alcance considerável passaram a ganhar grandes impactos devido à espaços comuns, como, por exemplo, o Facebook. A grande rotatividade das informações nas mídias sociais se deve ao fato da não existência da figura do gatekeeper, que seleciona o que vai ser veiculado. Nesse caso, o seguidor de uma rede ou grupo, seleciona o que vai receber em sua timeline, o que determina o papel ativo do receptor nesse tipo de mídia.

Há quem defenda a idéia de que as redes sociais refletem uma forma de segregação cultural, como, por exemplo, pessoas que utilizam esses meios para se encontrarem com pessoas já conhecidas da vida cotidiana ao invés de criar novos contatos. As mídias sociais devem ser utilizadas a fim de se trocar conhecimentos e culturas com outros indivíduos. Os jovens de todo o mundo buscam na internet uma diversidade maior do que a existente em suas comunidades.

Além da facilidade proporcionada na comunicação, a internet colabora por disponibilizar uma grande gama de conteúdo gratuito e de livre circulação, o que gera share, dando grande visibilidade à peça que foi publicada. Ainda Jenkins (2009, p. 325-326) descreve:

[...] A indústria midiática está adotando a cultura de convergência por várias razões: estratégias baseadas na convergência, exploram as vantagens dos conglomerados; a convergência cria múltiplas formas de vender conteúdos aos consumidores; a convergência consolida fidelidade do consumidor, numa época em que a fragmentação do mercado e o aumento da troca de arquivos ameaçam os modos antigos de fazer negócios. Em alguns casos, a convergência está sendo estimulada pelos consumidores que exigem que as empresas de mídia sejam mais sensíveis a seus gostos e interesses. Contudo, quaisquer que sejam as motivações, a convergência está mudando o modo como os setores da mídia operam e o modo como a mídia das pessoas pensa sobre a relação com os meios de comunicação. Estamos num importante momento de transição, no qual antigas regras estão abertas a mudanças e as empresas talvez sejam obrigadas a negociar sua relação com os consumidores [...].

O autor aborda ainda que a convergência cultural incentiva a inteligência e interações coletivas e aponta uma citação de Marshall Sella, do New York Times:

Com a ajuda da internet, o sonho mais grandioso da televisão está se realizando: um estranho tipo de interatividade. A televisão começou como uma rua de mão única, que ia dos produtores até os consumidores, mas hoje essa rua está se tornando de mão dupla. Um homem com uma máquina (uma TV) está condenado ao isolamento, mas um homem com duas máquinas (TV e computador) pode pertencer a uma comunidade.

Para tal entendimento, este estudo aponta para a interatividade em sua complexidade cultural, de acordo com Lévy (1999), “[...] ressalta a participação ativa do beneficiário de uma transação de informação”.

Neste contexto de interatividade, considera-se um problema a ser pesquisado, pois o receptor passa a ter certo “poder” ao escolher quais informações se adaptam a sua realidade, bem como quais informações compõem sua cultura, sendo que no processo comunicacional o indivíduo tem em seu comportamento diversas maneiras de agir, diferentemente um dos outros. Um dos exemplos de tamanha interatividade está presente nas redes virtuais, em especial o Facebook, e neste canal de “interação” o receptor se dispõe aos diversos conhecimentos disponíveis, como um processo de cooperação ou de troca independente das proximidades geográficas, conforme Lévy expõe.

OBJETIVOS

Analisar a importância do receptor como produtor de conteúdo, baseado na cultura em que o mesmo está inserido; Apresentar a importância das redes sociais de relacionamento como canal midiático destas produções; Avaliar o grau desta complexidade de informações e mensagens que o receptor/produtor propaga para a sociedade, de tal forma que o mesmo transforma este canal em um ambiente público.

JUSTIFICATIVA

Presente na cultura moderna (era da informação), em que as redes sociais levam a interação entre os meios e neste contexto, as oportunidades no âmbito digital vem surgindo, de tal forma, que as informações entre as pessoas são trocadas através de redes sociais de relacionamento. Um dos mais eficazes na construção de relações pessoais e interpessoais tem sido o Facebook, uma rede social que é constituída por aproximadamente 751 milhões de usuários, conforme os dados apresentados pelo site Socialbakers, do mesmo criador do Facebook, Mark Zuckerberg. Outrora esta ferramenta de comunicação pode ser utilizada de outra forma para ampliar a participação de algumas empresas para “propagação” de suas mensagens com vínculo mercadológico. Para tal entendimento faz-se necessário saber que, o interesse para este objeto de pesquisa se dá ao recordar de um acontecimento que teve repercussão mundial quando um usuário do Facebook indignado com a situação em que se encontrava o garotinho Emmanuel, de apenas 04 anos e filho de Clara Rojas, que estava sendo mantido como refém das Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia (FARC) e nada poderia ser feito diante do medo que implicava os demais. Portanto, diante de tanta indignação e “nada” a ser feito, este usuário causou um destaque na imprensa mundial ao postar em seu perfil no Facebook uma mobilização para a tamanha indignação, que outrora resultou em uma manifestação que reuniu em 04 de fevereiro de 2008 milhares de pessoas inseridas neste grande feito social com a mensagem “Um milhão de vozes contra as FARC”.

Podemos considerar que este canal de comunicação tem a capacidade de reunir milhares de usuários para tal feito social, que os resultados obtidos, dependendo das postagens, poderão surtir efeitos positivos, e em consequência disto, mobilizar a sociedade para uma racionalidade cultural diante das informações recebidas através das mensagens postadas. Essa situação exposta nos demonstra o papel ativo do receptor diante dos conteúdos que lhe são expostos. Cada um interpreta as mensagens que estão sendo disponibilizadas nas mídias sociais à sua maneira. Como bem diria os teóricos dos Estudos Culturais, há diversas características que influenciam o processo de recepção da mensagem. No caso em questão, podemos perceber o papel ativo do receptor e a complexidade que envolve a recepção. Na contemporaneidade, o indivíduo se depara com uma nova forma de cultura em que suas práticas possibilitam novas formas de interações, que, dependendo da forma como elas são usadas, podem ser positivas para os indivíduos. Diante das diversidades de mídias existentes na atualidade, através deste projeto de estudo, poderemos observar a importância da análise dos Estudos Culturais em sua amplitude, bem como a convergência da cultura através das mídias sociais presentes no cotidiano dos receptores, em que os mesmos demonstram a importância de estar inseridos no ciberespaço. Ainda, este apresenta a forma com que os receptores tornam-se consumidores sociais na era da informação através da interatividade e conectividade dos canais de relacionamento. Antemão, a importância de se estudar a convergência cultural dos receptores, é de extrema importância, pois o mesmo torna-se totalmente independente nas escolhas que faz nas mídias sociais, sendo ele responsável por assumir diversos papéis de escolha das mensagens, publicações das mensagens, etc, o que nos revela a dimensão da utilização destes meios. Nas mídias sociais, ou também redes sociais de relacionamentos, a mobilização para tamanho avanço na esfera da comunicação dá-se no momento em que o receptor desempenha inúmeros papéis e faz com que as mensagens que por ele são selecionadas, organizadas, sejam propagadas para os demais e ainda se tem o feedback através das opções que a própria página dispõe como: comentários, curtir, compartilhar, etc. Diante de “efeito” o receptor, que outrora, considera-se como produtor, ou consumidor, ou ainda emissor fica a disposição do que se pretende baseado em sua “estrutura cultural”.

METODOLOGIA

Para o início do projeto de pesquisa, serão analisados os dados de referência das últimas ações postadas pelos usuários (exemplo: as ações que mobilizaram a sociedade a não aceitar a situação em que o país encontra-se, tanto na esfera política e econômica; diversas mobilizações realizadas por grupos: Mascarados, Levanta Brasil, O gigante acordou, etc.), utilizando o Facebook como ferramenta para a propagação destas ações, bem como a satisfação e insatisfação da sociedade em geral. A metodologia será de pesquisa exploratória e bibliográfica, para que se tenha referência na captação de idéias e consentimentos referentes a pesquisa, dessa forma, se analisa a possibilidade da criação de informações referentes às ações de comunicação de um grupo específico (á ser sugerido e orientado pelos indicados). Faz-se o uso de ferramentas inseridas dentro do prodígio Facebook, como por exemplo: murais, comentários, etc., Após a coleta das informações, dados, e por fim a análise, com o objetivo de obter o resultado, será confeccionado o projeto final.

REFERÊNCIAS

- DANTAS, José Guilson Delgado. Teorias das Mediações Culturais. Anais do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. São Luis. 2008. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2008/resumos/r12-0015-1.pdf>. Acesso em: 07 maio de 2013.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Os estudos culturais. Cartografias – website de Estudos Culturais. 2010. Disponível em: http://www.pucrs.br/famecos/pos/cartografias/artigos/estudos_culturais_ana.pdf. Acesso em: 02 maio 2013.
- _____. Os estudos culturais em debate. UNIrevista. 2006. V.1, nº 3, p.1-8. Disponível em: http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_Escosteguy.PDF. Acesso em: 02 maio de 2013.
- JENKINS, Henry. Cultura da convergência. São Paulo: Aleph, 2009.
- KIRKPATRICK, David. O Efeito Facebook – Os bastidores da história da empresa que conecta o mundo. Rio de Janeiro : Intrínseca, 2011.
- LÉVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Editora 34, 1999.
- STOREY, John. An introduction to cultural Theory and Popular Culture. London. Prentice Hall; Harvest Wheat-sheaf. 1997.

FUTEBOL BRASILEIRO NO PERÍODO DA DITADURA MILITAR BRASILEIRA - REPORTAGENS PARA O PROGRAMA "OBSERVATÓRIO DO ESPORTE"

TIAGO PÁTARO PAVINI
HEITOR FACINI
FERNANDO MARTINS
VINICIUS DE ALMEIDA MARTINS

1 - Breve descrição do projeto de extensão

O "Observatório do Esporte" é um projeto de extensão financiado pela PROEX (Pró-reitoria de Extensão Universitária da UNESP) e coordenado pelos professores doutores Marcos Américo, José Carlos Marques e Carlo Napolitano. Tem como objetivo agregar professores, alunos e profissionais das diferentes áreas da Comunicação Esportiva para estudar, produzir e difundir nas linguagens das diversas mídias as modalidades esportivas nacionais e internacionais. O "Observatório do Esporte" é veiculado pela "Rádio UNESP FM" semanalmente em dois horários: 00h00 e 12h00, sempre aos sábados.

2 - Objetivos

Colocar em discussão a utilização do futebol como política de propagação e até mesmo de afirmação do Regime Militar no Brasil, tanto na seleção brasileira quanto nos campeonatos e federações nacionais. Trazer também casos e histórias de jogadores que tiveram sua trajetória marcada diretamente pela influência dos militares no esporte.

3 - Material e métodos

Através de pesquisa, levantamos nomes de personagens que pudessem contar a história e a relação do futebol brasileiro e a ditadura com propriedade. Entrevistamos os jornalistas Leandro Stein (site Trivela) e José Trajano (canais ESPN); o historiador Gerson Fraga (Universidade Federal da Fronteira Sul); e os ex-jogadores Nando Coimbra, Afonsinho, Zé Roberto, Reinaldo e Wladimir, todos atuantes entre os anos de 1964 e 1985. Entramos em contato com cada um através de telefone, e todas as entrevistas foram gravadas. O resultado foi 2h28min28seg de gravação de um material riquíssimo em conteúdo, o que proporcionou duas reportagens.

4 - Resultados e discussões

O material coletado resultou em duas reportagens, que foram veiculadas na "Rádio UNESP FM" nos dias 12/04/2014 e 19/04/2014. Ambas estão disponibilizadas no youtube. A reportagem veiculada no dia 12 tem duração de 12min03seg e introduziu o tema futebol e ditadura militar brasileira, explicando como a seleção de 1970 teve influência direta do regime militar e foi utilizada por ele amplamente. A criação do campeonato nacional brasileiro fez parte de um projeto de integração nacional no ano de 1971, e a partir de 1974 foi utilizado amplamente como ferramenta política, surgindo a famosa frase "Onde a Arena vai mal, mais um time no nacional". Colocamos em discussão também a construção de estádios em lugares estratégicos do país, que eram utilizados como forma de legitimação da ditadura para mostrar à sociedade que o governo era ativo. O movimento da "Democracia corinthiana", ocorrido já ao final do Regime Militar, também é colocado em discussão. Os resquícios da ditadura no futebol atualmente também é discutida.

A reportagem veiculada no dia 19 tem duração de 16min057seg e traz entrevistas com 5 ex-jogadores e personagens que sofreram influência direta do Regime Militar. Nando Coimbra (irmão de Zico e ex-Ceará), Afonsinho (ex-Botafogo-RJ), Zé Roberto (ex-Flamengo e Fluminense), Reinaldo (ex-Atlético-MG) e Wladimir (Corinthians) contam os relatos de episódios pessoais vividos durante a ditadura.

Ambas as reportagens foram divulgadas via internet e conquistaram grande alcance, e o site esportivo Trivela fez uma menção de destaque às duas reportagens em seus domínios.

5 - Considerações finais

A realização de ambas as reportagens são de extrema importância para a divulgação de que a ditadura não se restringiu apenas ao cenário político brasileiro, mas também ao esportivo. Além disso, é importante ressaltar que a interferência do Regime Militar no futebol não se restringia apenas à seleção brasileira, mas também aos campeonatos e federações nacionais, e também a personagens que foram influenciados diretamente pelo período, alguns até com a carreira prejudicada. É algo que faz parte da história de nosso país e, como somos chamados de "o país do futebol", merece ser debatido corretamente e com análises precisas e críticas.

6 - Referências bibliográficas

- SOARES, Antonio Jorge Golçalves; SALVADOR, Marco Antonio Santoro. A memória da Copa de 70. Editora Autores Associados. 1ª ed. 160 pg. 2009.

- GUTERMAN, Marcos. O futebol explica o Brasil - uma história da maior expressão popular do país. Editora Contexto. 1ª ed. 227 pg. 2009.

A COMUNICAÇÃO E AS RELAÇÕES PÚBLICAS NO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EM ORGANIZAÇÕES PÚBLICAS E PRIVADAS*VERÔNICA FERREIRA GONÇALVES**VANESSA LAZARO SFORSIN**MARIA EUGÊNIA PORÉM***1) Breve descrição:**

Esta pesquisa propõe uma reflexão acerca do planejamento estratégico em organizações públicas e privadas, destacando a comunicação e as relações públicas como elemento indutor para a melhor aplicação e engajamento dos stakeholders no planejamento estratégico. Busca-se conceituar o que é planejamento, apontar algumas diferenças e semelhanças existentes entre as organizações públicas e as organizações privadas e o papel da comunicação e das relações públicas neste contexto.

2) Objetivos:

Destacar a comunicação e das Relações Públicas no processo de desenvolvimento e implementação do planejamento estratégico das organizações públicas.

3) Materiais e métodos:

Desenvolveu-se pesquisa exploratória por meio da pesquisa bibliográfica através do levantamento de importantes obras da área do planejamento estratégico, da comunicação e das Relações Públicas, por meio de busca digital e acervo próprio dos autores.

4) Resultados e discussões:

Os levantamentos bibliográficos apontam que mesmo o planejamento estratégico seja uma ferramenta de extrema importância em nível público e principalmente em nível privado, este ainda é pouco utilizado ou é utilizado de maneira equivocada pelas organizações em geral. No que diz respeito às organizações públicas, a pesquisa considerando o planejamento estratégico (PE) utilizado como uma ferramenta de governo de extrema importância para o avanço e aprimoramento da gestão pública municipal, ainda é subutilizado, pois a administração pública municipal se caracteriza pelo imprevisto e pela falta de cultura de planejamento e de visão sistêmica do processo de implementação do PE de forma institucionalizada (SALDANHA; PEIXOTO; ESTRADA, 2006).

Já no âmbito privado, as organizações por estarem inseridas em um cenário em constante transformação é preciso conhecer o cenário em que estão inseridas, seus concorrentes, principalmente seus públicos e mercados. Chiavenato (2004, p.190) afirma que o planejamento é fundamental para todas as atividades das organizações, principalmente quando estão inseridas em ambientes dinâmicos, competitivos e complexos. Portanto, planejar é dar condições de rumo e continuidade a seu roteiro ao sucesso. Planejar, portanto, se torna ferramenta essencial para dar direções de maior acurácia para as organizações.

5) Conclusão:

Considera-se que mais do que nunca a importância das organizações planejarem suas atividades de forma estratégica, diante do cenário contemporâneo, com suas exigências, dinâmicas. Adicionalmente, o planejamento estratégico poderá ser potencializado se a organização se valer da comunicação e das relações públicas como competências essenciais de seus modelos de gestão. Além do que, considera-se que a comunicação e as relações públicas elementos indutores para a melhor aplicação e engajamento dos stakeholders no planejamento estratégico.

6) Referências:

CHIAVENATO, I. Administração nos novos tempos. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004

Pfeiffer, P. Planejamento estratégico municipal no Brasil: uma nova abordagem. ENAP. Brasília, DF, 2000. Disponível em <http://www.enap.gov.br/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=1641>. Acesso em 10 de jul de 2013.

Saldanha, G.S; Peixoto, F.B; Estrada, R.J.S. Planejamento estratégico na administração pública municipal. Disponível em < <http://www.ead.fea.usp.br/eadonline/grupodepesquisa/publica%C3%A7%C3%B5es/rolando/46.htm>>. Acesso em 10 de jul de 2013.

O PROCESSO DE CRIAÇÃO DE VINHETAS TELEVISIVAS E INTRODUÇÃO AOS TERMOS DA VIDEOARTE*VÍCTOR EDUARDO NUNES BARBOZA*

Os meios de comunicação audiovisuais lançam mão de artifícios oriundos dos avanços tecnológicos para atrair a atenção do público. No caso específico da televisão e do cinema, um recurso que é amplamente utilizado é a vinheta. Em um panorama geral, as vinhetas, como as conhecemos hoje, exploram movimento e design sofisticado, porém, quando a vinheta artística foi inserida na televisão brasileira na década de 1950, eram estáticas e pouco atrativas, servindo apenas como suporte na estrutura da programação que acontecia ao vivo.

A pesquisa estuda o processo de elaboração de vinheta, com foco no conteúdo narrativo e na produção. A vinheta possui mensagem diretamente ligada ao produto em exposição, é a apresentação o produto.

A partir do estudo bibliográfico sobre produção de vinheta, verifica-se a sua evolução ao longo dos anos. A utilização de softwares de animação com elementos 2D e 3D colabora para a sofisticação do design e, principalmente, dinamicidade dos movimentos. Dentro da produção do design televisivo observa-se que existem nomenclaturas específicas cuja conceituação precária

O objetivo da pesquisa é entender os conceitos envolvidos na criação da vinheta. A metodologia utilizada foi o levantamento bibliográfico dos conceitos em diferentes autores e a realização de um pequeno glossário, que ajude os estudantes a iniciarem-se na vídeo arte.

Como resultado desenvolveu-se os seguintes conceitos: vinheta de abertura; chamada; motiongraphics; design televisivo; marca; logotipo e videografismo.

Após apresentação do estudo na XV Jornada Multidisciplinar e ouvida as considerações dos pares o material será disponibilizado no portal do PET de Rádio e TV da Unesp de Bauru, acessível aos interessados.

Bibliografia:

AFFINI, L. P. Linguagem audiovisual: dispositivos móveis e funções pós-massivas. In: XI Jornada Multidisciplinar do Departamento de Ciências Humanas, 2009, Bauru. Corpo e Cultura - Caderno de Resumo. Bauru: Editora da FAAC, 2009.

AZNAR, Sidney. Vinheta: do pergaminho ao vídeo. Ed. Arte & Ciência, 1997.

DONNER, Hans. Hans Donner e seu Universo. Ed. Escala, 1996.

SILVEIRA, Rosana. Design Televisual - Linguagens e Processos. São Paulo, SP: UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI, 2008.

TV HÍBRIDA

VINÍCIUS LAURETO DE OLIVEIRA
FRANCISCO MACHADO FILHO
ADRIELI FERNANDA RIBEIRO
FERNANDO ARAUJO VELLOSA

1. Breve descrição da pesquisa ou do projeto de extensão universitária O projeto Global ITV buscará soluções para a convergência da TV com a Internet com foco na interatividade. A Unesp, por meio dos professores Ana Sílvia Médola, Francisco Machado e Cristina Gobbi integra o projeto Global ITV - Programa de Cooperação Brasil - União Europeia, . O projeto é coordenado, no lado brasileiro, pelo Prof. Marcelo Zuffo, do Centro Interdisciplinar de Tecnologias Interativas da Universidade de São Paulo (CITIIUSP) e, no lado europeu, por Christoph Dosch, líder do grupo de estudos voltados a radiodifusão da Institut fuer Rundfunktechnik GmbH (IRT), Alemanha. No total, este projeto é composto por 18 parceiros, sendo eles 09 europeus e 09 brasileiros.

O projeto tem como finalidade a busca de cenários para a implantação de um novo formato de TV, que tem como base o uso da interatividade por meio do usuário. Assim, nossa pesquisa parte para o viés da TV Híbrida e as características e possibilidades de implantação.

2. Objetivos

- Apresentar os recursos de interatividade e multiplataforma da TV híbrida, alcançados por uma fusão do sistema Broadcast com o Broadband;
- Conhecer os hábitos e costumes dos telespectadores ao consumir programas televisivos;
- Projetar aplicações de segunda tela dentro do sistema de TV Híbrida.

3. Materiais e Métodos

Este resumo expandido foi baseado no relatório de 84 páginas, referente ao projeto Global ITV, que possui 15 bolsistas CNPq, que durante dois meses compareceram em permanências semanais sob supervisão de coordenadores. Para a realização deste foram utilizados uma coleta de dados através de pesquisas relacionadas a cada item de interesse do projeto. Foram feitas buscas por notícias e resultados das pesquisas sobre diversos pontos, não só TV híbrida, através da Internet.

4. Resultados e Discussões

Entre os desafios para a implantação de um sistema de TV híbrida em uma primeira tela está a necessidade de união entre as emissoras de televisão e as operadoras de telecomunicações. O estabelecimento dessa forma de retorno é dado por uma conexão com a internet e a operabilidade desse canal pode ser feito por diversos sistemas de interatividade, como o Gínga. Essa conexão com a internet também permite que recursos de interatividades mais elaborados, além de enquetes ou textos, possam ser passados ao usuário na primeira tela. O consumo multiplataforma também é uma possibilidade no sistema de TV Híbrida, este conteúdo pode ser acessado por Apps disponíveis pelo emissor de TV. Com um sistema que cobre diversas plataformas o usuário poderá optar por qual consumir e interagir com o conteúdo das geradoras. Esse consumo de televisão tanto na TV Híbrida quanto em uma segunda tela está gerando problemas para o modelo de negócio de TV aberta vigente no Brasil. Entre outros desafios está o de articulação entre os fabricantes de aparelhos de televisão, operadoras de internet, emissoras de TV e a regulamentação de leis governamentais.

5. Considerações Finais

O modelo de TV híbrida é algo que está sendo formulado para que a TV não perca sua relevância. Pois, além da programação a qual já está habituada, seria possível a utilização de outros recursos, como aprendizagem a distância, a visualização de conteúdo On Demand. Este é o modelo mais interessantes aos radiodifusores para o estudo e aplicação no Brasil, devido ao maior controle sobre o conteúdo tanto na primeira quanto na segunda tela.

6. Referências Bibliográficas

- International Telecommunication Union. Measuring the Information Society. Geneva : s.n., 2013. p. 183.
MEDOLA, A.S.; MACHADO FILHO, F.; GOBBI, M.C. et al. High-level description of the GLOBAL ITV landscape. São Paulo: GlobalTV, 2014
Adding interactivity: active touch in broadcast media. In: Haptic Interfaces for Virtual Environment and Teleoperator Systems, 2004. HAPTICS'04. Proceedings. O'Modhain, Sile and Oakley, Ian. 12th International Symposium on. IEEE, 2004. p. 293-294.

COMUNICAÇÃO, ATIVISMO E OS PROTESTOS DE 2013

VINICIUS MARTINS CARRASCO DE OLIVEIRA

O presente trabalho trata da relação entre comunicação, ativismo digital e a participação política na sociedade contemporânea. Ele faz parte de uma pesquisa que vem sendo desenvolvida pelo autor junto ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (FAAC/UNESP), com conclusão prevista para 2015. Parte-se, inicialmente, do apontamento das potencialidades das tecnologias de comunicação enquanto ferramentas ou constituintes de um processo de mobilização ou participação sociopolítica. Em seguida, discute-se a potencialidade comunicativa deste espaço de conversação potencializado para depois tecer as aproximações com as formas de democracia digital e aprofundar a discussão sobre as formas de ativismo e participação com a utilização da comunicação mediada por computador, passando pelos movimentos sociais contemporâneos até chegar na especificidade dos protestos brasileiros de junho de 2013, articulados pelo Movimento Passe Livre (MPL).

De acordo com Sebastião e Elias (2012, p.63), "a internet é uma nova forma de organização social e de ativismo que partilha os objetivos articulados das antigas mobilizações democráticas, como o sufragismo ou até os direitos civis".

Lemos (2003) utiliza o termo ciberativismo para definir as formas de mobilizar, informar e agir, usando as novas tecnologias do ciberespaço como suporte essencial de luta, criando canais de participação. Para ele, existem três categorias de ciberativismo: 1) conscientização e informação através de campanhas como as de cunho ambiental, por exemplo; 2) organização e mobilização (convite para ações concretas nas cidades) e; 3) iniciativas "hacktivistas", que contemplam ações na rede, envolvendo diversos tipos de atos eletrônicos como o envio em massa de e-mails, criação de listas de apoio e abaixo-assinados, etc.

Di Felice (2013, 2012) prefere os termos netativismo ou net-ativismo, uma simplificação de NetworkAtivismo, cunhado por Ed Schwartz, em 1996.

Manuel Castells, um dos primeiros a abordar o ativismo em rede, considerados movimentos sociais em rede contemporâneos como "arautos da mudança social no século XXI" (2013, p. 8). Para Castells (2013, p. 14), eles exercem o contrapoder mediante um processo de comunicação autônoma, livre do controle dos que detêm o poder institucional. Num sentido próximo ao apresentado por Antoun e Malini (2013), Castells entende que tais movimentos constroem um espaço público, criando comunidades livres no espaço urbano já que "o espaço público institucional – constitucionalmente designado para a deliberação – está ocupado pelos interesses das elites dominantes e suas redes", um "espaço simbólico", "híbrido" e "de deliberação" que se torna um espaço político, para que assembleias soberanas se realizem e recuperem seus direitos de representação, apropriados por instituições políticas ajustadas às conveniências dos interesses e valores dominantes (2013, p.14-16).

Os protestos realizados no Brasil em 2013 contra o aumento das tarifas do transporte coletivo das principais capitais brasileiras se assemelham a outros exemplos de ativismo que seguem o processo de "propagação viral" como a chamada Primavera Árabe, o conjunto de levantes contra a opressão de regimes ditatoriais em países árabes do Norte da África e do Oriente Médio; o Occupy Wall Street, contra o sistema financeiro nos Estados Unidos, em 2011; o Movimento dos Indignados, ou 15M, cobrando reformas política na Espanha.

Ao analisar os protestos articulados pelo Movimento Passe Livre (MPL), pretende-se com base em teorias da comunicação e ciências sociais, em pesquisa bibliográfica, análise de conteúdo, métodos de pesquisa para internet e na observação do contemporâneo e, neste recorte, através da discussão teórica, situar os protestos de junho dentro da perspectiva da democracia digital e entender de que maneira o uso das tecnologias de informação e comunicação e o ativismo digital contribuem para a democracia ao serem utilizados para mobilização política.

Cabe questionar qual o limite desta participação; se as reivindicações serão ouvidas pelos governantes e capazes influenciar as decisões do Estado e gerar mudanças profundas. O estudo que originou o presente trabalho segue em busca destas e de outras respostas.

REFERÊNCIAS

ANTOUN, Henrique; MALINI, Fábio. A internet e a rua - Ciberativismo e mobilização nas redes sociais. Porto Alegre, Sulina, 2013.

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

_____. Redes de indignação e esperança: Movimentos sociais na era da internet. Jorge Zahar Editor Ltda., 2013.

DI FELICE, Massimo. Netativismo: novos aspectos da opinião pública em contextos digitais. Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, v. 19, n. 1, 2012.

_____. Ser redes: o formismo digital dos movimentos net-ativistas. Revista Matrizes, Ano 7 – nº 2 jul./dez. 2013, São Paulo, p. 49-71.

LEMOS, André. Ciberativismo. Correio Braziliense. Caderno Pensar, v. 15, 2003.

LEVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Editora 34, 1999.

_____. A esfera pública do século XXI. Artigo publicado em 29 de junho de 2011. Disponível em <http://techyredes.files.wordpress.com/2011/08/techyredes_artigo-pierre-levy1.pdf> Acesso em 30 jan. 2014.

JOÃO ANTÔNIO E A FORMA DO CONTO-REPORTAGEM: UM ESTUDO DAS**FRONTEIRAS ENTRE LITERATURA E JORNALISMO EM MALHAÇÃO DO JUDAS CARIOCA (1975)***VINICIUS MENDONÇA VERMIGLIO***(1) Breve descrição da pesquisa:**

Reconhecido pela crítica especializada como um dos grandes contistas urbanos de sua época, João Antônio (1937-1996) teve sua trajetória intelectual também marcada por uma carreira profissional dentro do jornalismo. Dentre os vários veículos que João Antônio colaborou, foi especialmente marcante em sua biografia a sua passagem pela revista Realidade, em final dos anos 1960 e início dos anos 1970, e sua passagem pelo periódico alternativo O Pasquim. Parte dos textos dessa época, com alterações ou não, foi reunida num dos seus livros de maior diálogo estabelecido entre a prática jornalística e a prática literária: a obra Malhação do Judas Carioca (1975), corpus de análise dessa pesquisa. Nosso estudo, com apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), tem como propósito analisar a forma do conto-reportagem no referido livro, levando-se em conta o regime de diálogo presente na obra, que ora trabalha numa chave de leitura, por assim dizer, mais ficcional, ora estabelece um diálogo mais intenso com a prática e a linguagem jornalística.

(2) Objetivos:

Tendo em vista as discussões contemporâneas sobre gênero jornalístico, esta pesquisa propõe inventariar e analisar a forma do conto-reportagem presente no livro Malhação do Judas Carioca, de João Antônio, atentando-se para o regime de diálogo entre o discurso literário e o discurso jornalístico.

(3) Material e métodos:

Para que se cumpram os objetivos propostos, esta pesquisa estabelece como corpus os textos reunidos na obra Malhação do Judas Carioca, de João Antônio. A obra é composta, como já observado antes, de 12 textos.

Metodologicamente, em linhas gerais, esta proposta de estudo segue uma linha analítica e interpretativa. Analítica, pois se estudará a gênese própria de cada texto escrito. E de base interpretativa por se considerar o campo mais subjetivo da linguagem jornalística e da linguagem literária, visando uma interpretação atenta dos seus vários elementos estruturais, como as escolhas dos personagens e a descrição dos espaços da cidade contempladas na obra em questão de João Antônio.

(4) Resultados e discussões:

No presente momento, a pesquisa encontra-se em sua primeira etapa: as leituras bibliográficas. A intenção, ao final desta etapa, é a criação de um arcabouço teórico sólido de modo que se obtenha o pleno domínio sobre questões teóricas pertinentes à obra de João Antônio, a se destacar as teorias sobre a hibridismo em textos autorais.

Num futuro próximo, partiremos para a segunda etapa da pesquisa: O pesquisador visitará o Centro de Documentação e Apoio à Pesquisa (CEDAP), da Faculdade de Ciências e Letras da UNESP, câmpus de Assis, e responsabilizar-se-á por coletar as informações de pesquisa, obtidas no Arquivo João Antônio, sobre a possível gênese dos textos enfileirados em Malhação do Judas Carioca.

E a terceira última etapa: De posse das fichas sinópticas e das anotações realizadas em nível teórico e crítico, é o momento do pesquisador, tendo em vista os objetivos a serem cumpridos, realizar a leitura o mais atenta possível sobre as partes e estruturas que compõe a obra Malhação do Judas Carioca.

(5) Considerações finais:

Ainda que já existam diversos trabalhos de pesquisa que realizem incursões por textos presentes em Malhação, nenhum deles se deteve num estudo exclusivo sobre o livro em questão. Trata-se, sem dúvida, de um dos pontos que justifica o trabalho de uma investigação em torno dessa obra de João Antônio. Tal proposta, diferente de todas as demais, está atenta realizar uma leitura de conjunto do livro e não apenas tangenciar pontos ou temas presentes.

(6) Referências bibliográficas:

ANTÔNIO, João. Malhação do Judas Carioca. Rio de Janeiro: Record. 1975.
BULHÕES, Marcelo. Jornalismo e Literatura em convergência. São Paulo: Ática, 2007.
MEDINA, Cremilda Celeste de Araújo. Notícia, um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial. São Paulo: Alfa-Omega. 1978

INTERNET CIDADANIA E MEMÓRIA: A RECEITA PARA O RESTABELECIMENTO DA CONFIANÇA ENTRE REPRESENTANTES E REPRESENTADOS*WANESSA VALEZE FERRARI BIGHETTI*

Desde os primórdios da humanidade, o ser humano tenta, de diversas formas, manter viva sua história por meio do registro da memória. Tal tentativa não é simplesmente precaução no sentido de preservar o fato por si só, mas, sim, de preservar a informação e transformar a memória em aprendizado passível de recorrência em demandas futuras. Foi com base em experiências passadas que se deu a evolução da humanidade.

A pintura rupestre, a contação de histórias e o papel já foram formas utilizadas para garantir o registro da memória através dos séculos. Atualmente, a Internet é uma das principais ferramentas que cumprem com este fim. A quebra de limites impostos pelos meios tradicionais, como a escassez de espaço, o alto-custo de produção, as barreiras geográficas e o domínio de pequenos e poderosos grupos de interesses favorecidos pelas políticas vigentes, fizeram com que a ferramenta ganhasse adeptos em toda a parte do mundo e passasse a ser uma opção de baixo custo e grande efetividade.

Paralelo ao desenvolvimento das formas de registro da memória se deu o crescente aumento de importância atribuída à comunicação e à preservação da história por parte das organizações, sejam elas públicas ou privadas. Isso porque as empresas enxergaram neste processo um forte aliado, capaz de gerenciar crises, criar identidade corporativa e fortalecer a imagem da empresa perante seus públicos internos e externos.

Entender de que forma a preservação da memória, tendo como ferramenta principal a Internet, pode colaborar para a prática da boa governança nas organizações públicas é o principal objetivo do presente trabalho.

Para isso, recorreremos à pesquisa bibliográfica em busca de documentos que definissem os principais conceitos de Memória Organizacional, Internet e Cidadania, e que permitissem traçar uma relação entre estes termos.

Com base nos conceitos estudados, foi possível constatar que a Internet é uma ferramenta que qualidades inigualáveis, se comparada aos meios de comunicação tradicionais, para a divulgação e preservação da memória das instituições públicas. Por meio dela é possível dar destaque a ações e projetos do passado que resultaram em leis capazes de aprimorar a democracia. Com este resgate feito por meio da web é possível manter viva na memória do cidadão fatos importantes de marcaram a evolução da democracia, além de lembrar, constantemente, que há um trabalho sendo feito para não manchar a reputação construída ao longo dos anos.

Com isso, foi possível perceber que Memória Organizacional, Internet e Cidadania não só podem estar relacionados como também sua aplicação em conjunto gera frutos imprescindíveis para o restabelecimento da confiança entre representantes e representados por meio das práticas de boa governança.

Referências

BEZERRA, H. D.; JORGE, V. L. Democracia digital e participação política no Brasil. In: 34º Encontro Nacional da Associação de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais (Anpocs). Caxambu, MG, 2010.

NASSAR, Paulo. Reputação é memória. Observatório da Imprensa. 14 nov.2006 Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/reputacao_e_memoria>. Acesso em: 26/08/2013

NASSAR, Paulo. Relações públicas na construção da responsabilidade histórica e no resgate da memória das organizações. São Caetano do Sul: Difusão Editora:2008.

NASSAR, Paulo (org.). Memória de empresa: história e comunicação de mãos dadas, a construir o futuro das organizações. São Paulo: Aberje, 2004.

NASSAR, Paulo. A mãe de todas as responsabilidades. 21 ago. 2007. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/a_mae_de_todas_as_responsabilidades>. Acesso em 10/09/2013.

ROTHBERG, D. Informação de Diagnóstico, Democracia e Inclusão Digital. Liinc em Revista, Rio de Janeiro: 2009.

ROTHBERG, D. Contribuições a uma teoria da democracia digital como suporte à formulação de políticas públicas. CTS. Ciencia, Tecnología y Sociedad, 2010.

ROTHBERG, D. Por uma agenda de pesquisa em democracia eletrônica. Opinião Pública, Campinas:2008.