



JORNADA

MULTIDISCIPLINAR

IMAGEM, PENSAMENTO E CULTURA

29 DE NOV A 01 DE DEZ DE 2016

CADERNO DE RESUMOS

ISBN 978-85-99679-76-0

REALIZAÇÃO



APOIO



XVIII Jornada Multidisciplinar - 2016

"Imagem, Pensamento e Cultura"

Bauru, 29 de novembro a 01 de dezembro de 2016

Departamento de Ciências Humanas

Organizadores

PROF. DR. ELI VAGNER FRANCISCO RODRIGUES

PROFA. DRA. CAROLINE KRAUS LUVIZOTTO

CADERNO DE RESUMOS

Bauru, SP
FAAC-Unesp
2016

XVIII Jornada Multidisciplinar - 2016
Universidade Estadual Paulista (UNESP) – Câmpus Bauru
Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC)
Departamento de Ciências Humanas (DCHU)

COMISSÕES DO EVENTO

Chefias e vice-chefias do Departamento de Ciências Humanas

Prof. Dr. José Carlos Marques (chefe)
Profa. Dra. Caroline Kraus Luvizotto (vice-chefe)

Coordenação:

Prof. Dr. Eli Vagner Francisco Rodrigues (Unesp-Bauru -DCHU)
Profa. Dra. Caroline Kraus Luvizotto (Unesp-Bauru -DCHU)

Comitê Científico:

Prof. Dr. Célio José Losnak (Unesp-Bauru -DCHU)
Profa. Dra. Érika Moraes (Unesp-Bauru -DCHU)
Prof. Dr. Marcelo concário (Unesp-Bauru -DCHU)
Prof. Dr. Maximiliano Martin Vicente (Unesp-Bauru -DCHU)
Profa. Dra. Lucinea Villela (Unesp-Bauru -DCHU)

Apoio técnico ao evento (DCHU)

Edvaldo José Scoton
Gina Maria Guedes Crês
Roseli Cristina Nonato Pitondo

Apoio:

Capes
Fapesp
PROEX - Pró-Reitoria de Extensão da UNESP
Inky Design

Rodrigues, Eli Vagner Francisco; Luvizotto, Caroline Kraus

Caderno de resumos da XVIII Jornada Multidisciplinar – 2016:
"Imagem, Pensamento e Cultura"/ Eli Vagner Francisco Rodrigues e
Caroline Kraus Luvizotto – Bauru: UNESP-FAAC,

2016.

231 f.

ISBN 978-85-99679-76-0

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

APRESENTAÇÃO

A cultura contemporânea é formada, a cada dia, a partir de complexas relações com as imagens que ela própria produz. O coeficiente de ressignificações e de estereótipos promovidas pela cultura de massa banaliza a própria produção das imagens e, ao mesmo tempo, sedimenta concepções culturais apontando diversos caminhos para a civilização. A imagem, enquanto matéria do conhecimento, já foi pensada desde seus fundamentos mais básicos, nos princípios do empirismo científico, por exemplo, até as suas complexas relações com a arte e a cultura. Nesta “história do conceito de imagem” cabem tanto as manifestações artísticas que fizeram da imagem seu material essencial, como as implicações culturais que elas provocaram como mudança para o mundo.

Na era da informação e da tecnologia certamente cada imagem constantemente se coloca a serviço de vários segmentos da cultura. A imagem, assim como a técnica, pode servir a diversas intenções. Neste sentido, tanto o pensamento como a indústria da cultura se valem da suas formas e efeitos. A relação da Imagem com o pensamento não é somente um elemento fundamental da epistemologia, esta relação está tanto na definição e formação de identidades culturais como na efetividade de afirmações políticas tanto transformadoras como retrógradas. Além destes aspectos culturais mais amplos e determinados pelos produtores de cultura, percebe-se uma mudança cada vez mais complexa na relação dos indivíduos na produção de imagens. As novas tecnologias proporcionaram aos usuários de aparelhos celulares, computadores e máquinas fotográficas a possibilidade de documentar todos os movimentos da sociedade. Esta realidade mostra sua face banal e violenta todos os dias nas redes sociais.

A partir deste horizonte de complexidade e estímulo que pensamos os temas da Jornada Multidisciplinar da FAAC para 2016 reunindo com os temas propostos uma ampla possibilidade de vozes e pesquisas. A ideia de colocar a imagem em relação com o pensamento e a cultura visa reunir todas as possibilidades de análise da realidade através de um ponto de vista conceitual privilegiado.

O cinema, a fotografia, as redes sociais, a televisão, a internet e os jornais, se servem diariamente das imagens para produzir pensamentos e, conseqüentemente, cultura. Nossa intenção foi debater todos estes temas a partir de referenciais teóricos e de uma metodologia científica, mas também dando voz aos movimentos e tendências culturais e sociais que se manifestam pela imagem e pelo pensamento.

Os Anais da XVIII Jornada Multidisciplinar compõem uma preciosa amostra do que temos produzido no âmbito da Unesp e também em outras Instituições de Ensino Superior que, de forma consistente, têm contribuído para a troca e constante interlocução entre academia e sociedade.

MÉTODO DE DESENVOLVIMENTO DE IDENTIDADE VISUAL PARA INCLUSÃO SOCIAL: UM PROCESSO COLABORATIVO

Adilson Gonzales de Oliveira Junior

Cassia Leticia Carrara Domiciano

Palavras-chave: design social, design colaborativo, identidade visual, design inclusivo

Breve Descrição

O projeto propõe-se a levantar referências bibliográficas e articulações teóricas sobre o design gráfico social e inclusivo, focando-se no desenvolvimento de identidades visuais para grupos e locais, onde a marca deva expressar um recorte geográfico, social e cultural, bem como despertar um senso de pertencimento pelos seus usuários. Num futuro desdobramento, será elaborada uma proposta de identidade visual para a cidade de Bauru.

Objetivos

Nosso objetivo é experimentar procedimentos metodológicos colaborativos em design gráfico para o desenvolvimento de identidade visual com foco social e inclusivo, que possam se tornar referência para desenvolvimento de projetos futuros. A partir deste estudo, pretende-se também responder a seguinte questão: um processo de criação de marca focado em metodologias colaborativas pode apresentar um resultado final que desperte um maior senso de pertencimento e leve a maior inclusão de seus usuários?

Materiais e Métodos

Através de pesquisas bibliográficas nas áreas do design social, design inclusivo, branding e identidade visual, será desenvolvida uma pesquisa qualitativa exploratória.

A pesquisa aceitará a participação de qualquer indivíduo que tenha interesse, sendo primordial a diversificação para que haja a inclusão social. Serão aplicados questionários on-line utilizando o "google forms" e impressos, para atender aos que não tem acesso aos recursos digitais. A aplicação ocorrerá em duas etapas: a primeira para a definição e elaboração do briefing, ou seja, definir parâmetros para o desenvolvimento da proposta; posteriormente, após o desenvolvimento da proposta, pretende-se aplicar novo questionário para obter a resposta da questão de pesquisa.

Resultados e discussões

A pesquisa levanta uma série de conceitos que se desdobrarão em parâmetros metodológicos para desenvolvimento de marcas. A identidade visual é entendida como uma maneira de expressão através de elementos de arte, e a arte, por sua vez, é uma forma de expressar a cultura de um povo. Um exemplo sobre isso está na música e na moda, que são referências das mudanças sociais. A identificação do usuário com uma determinada linguagem visual, ocorre quando ele se sente representado por aquela imagem, ou como ele gostaria de ser visto pelos outros daquela forma - a representação visual simboliza os valores e qualidades interiores. Essa relação entre forma e significado moldam o mundo contemporâneo e pode exemplificar a grande relação que existe entre a identidade visual e a cultura na qual ela está inserida. A identidade visual pode dizer muito sobre a cultura local de um povo desde que esses se sintam representados por ela.

Considerações finais

É notável a necessidade de estudos que esclareçam a responsabilidade social que a identidade visual pode representar, pois se tratando de uma representação cultural, é importante que tenha uma preocupação com a inclusão social. Apesar de haver métodos de desenvolvimento de identidade visual, muitos já se encontram ultrapassados ao levar em consideração as necessidades contemporâneas. É

preciso que a pesquisa apresente novos caminhos com o desenvolvimento de projetos mais inclusivos e socialmente responsáveis.

Referências bibliográficas

BONSIEPE, Gui. Design, cultura e sociedade. São Paulo: Blucher, 2011.

BROWN, Tim. Design thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

CARDOSO, Rafael. Design para um mundo complexo. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

GOBÉ, Marc. Brandjam: o design emocional na humanização das marcas. Rio de Janeiro: Rocco, 2010.

LE MOS, Roselie de Faria; FRISONI, Bianka Cappucci; TUROSSI, José Sonei (orgs.). Bienal brasileira de design: Design para todos. São Paulo: Blucher, 2015.

SEMPRINI, Andrea. A marca pós-moderna – poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea. 2ª edição. São Paulo: Estação das letras e das cores, 2010.

WHEELER, Alina. Design de Identidade da Marca. Porto Alegre: Bookman, 2008.

CULTURA DO ESTUPRO NA MÍDIA APONTAMENTOS PARA UMA ÉTICA DE CUIDADO NA IMPRENSA NACIONAL

Agnes Sofia Guimarães Cruz

Caroline Kraus Luvizotto

Thales Valeriani Graña Diniz

Palavras-chave: Cultura do Estupro; Ética do Cuidado; Jornalismo Online; Blogs

Nas redes sociais, há uma constante reclamação de ativistas, blogueiras e jornalistas em relação a cobertura de veículos jornalísticos sobre casos de violência sexual contra mulheres. Enquanto tais notícias não reconhecem fatores que são inerentes à sociedade brasileira e propiciadoras dessa violência, casos como o estupro coletivo na Índia ou de violência contra mulheres na Europa por imigrantes árabes são noticiados como crimes culturais, que fazem parte do contexto de violência dos atores sociais envolvidos. É necessário encontrar uma ética do cuidado que ajude a compreender essa situação complexa da imprensa nacional.

Objetivos

Geral: Compreender por que, enquanto a Imprensa consegue identificar elementos da cultura de estupro em casos de violência em outros países, a mesma cobertura jornalística não ocorre em casos nacionais.

Específicos: Identificar as relações de textos teóricos clássicos da ética do cuidado e das abordagens de autoras feministas e póscoloniais em relação ao tema; compreender de que forma o discurso midiático local afeta a opinião pública e, dessa forma, reforça comentários sexistas nas redes sociais (gatewatching) e discursos de apoio a decisões polêmicas na área de políticas públicas; estabelecer caminhos para que a Imprensa Nacional

Metodologia

O estudo será feito mediante o uso de uma análise de conteúdo em três tipos de corpus de pesquisa: textos acadêmicos sobre o feminismo dentro da ética do cuidado, matérias publicadas, dentro de um período a ser estabelecido, das editorias Internacional e Cotidiano/Local de três veículos: BBC, Folha de São Paulo e O Globo, em suas versões online e impressa e comentários publicados por leitores. Serão definidos critérios de rastreamento de palavras-chave que levarão ao material de pesquisa para que assim haja a pesquisa qualitativa proposta.

Resultados previstos

A elaboração de critérios consistentes para uma análise qualitativa do tema; a possibilidade de encontrar formas de utilizar a Ética do Cuidado para analisar os casos elencados mas, ao mesmo tempo, a partir de autoras críticas da teoria, compreender as limitações desta e analisá-las; encontrar sugestões para uma abordagem da Imprensa com menos estereótipos e mais contextualizada com os fatores culturais e machistas que permeiam a sociedade brasileira e, conseqüentemente, ocasionam os casos.

Referências iniciais:

Cultura de Paz: da reflexão à ação. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001899/189919por.pdf>. Acesso em 27 de maio de 2016.

CUNHA, Teresa. Género, paz e interculturalidade Uma crítica feminista e póscolonial.

Disponível em: http://biblioteca.esec.pt/cdi/ebooks/docs/Genero_paz_interculturalidade.pdf.

Acesso em 27 de maio de 2016.

Cultura de estupro no Brasil é destaque na imprensa internacional. Disponível em: <http://www.bbc.com/portuguese/internacional36395988>. Acesso em 27 de maio de 2016.

A INFLUÊNCIA DA INTERCULTURALIDADE NO PROCESSO DE DECISÃO ESTRATÉGICA EM COMUNICAÇÃO: UMA ABORDAGEM A PARTIR DA FORMAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS

Alana Carolina Gomes

Raquel Cabral

Palavras-chave: Relações Públicas. Interculturalidade. Decisão estratégica. Sensibilização.

A pesquisa realizada de Janeiro de 2015 a Março de 2016, fomentada pela Fapesp, buscou identificar a influência de aspectos interculturais no processo de decisão estratégica em comunicação, partindo da análise da formação em Relações Públicas em dois contextos culturais distintos. Para tal, foi proposto como objeto de estudo a análise do programa interuniversitário “De la clase la cuenta / Da classe ao mercado internacional” entre a UNESP (Brasil) e a Universidade de Sevilha (Espanha), com o objetivo de sistematizar elementos que auxiliem na identificação de elementos teórico-práticos presentes nos currículos de ambos os cursos, que buscam introduzir a discussão sobre a interculturalidade nos processos de decisão estratégica em comunicação em contextos internacionais.

O objetivo geral foi o de identificar a influência de aspectos interculturais no processo de decisão estratégica a partir da formação profissional em Relações Públicas. E os objetivos específicos eram: reunir e estudar referencial teórico sobre a noção de interculturalidade para compreender o fenômeno contemporâneo associado ao contexto da comunicação e sobre decisão estratégica em Relações Públicas em contextos interculturais e reunir possíveis estratégias de sensibilização sobre aspectos interculturais no âmbito das Relações Públicas.

A metodologia contou como principal fonte de apoio ao levantamento teórico, a pesquisa exploratória e a pesquisa bibliográfica para delimitação do estudo, leitura e análise dos documentos partindo do estudo de caso do Programa “Da classe ao mercado / De la clase a la cuenta” desenvolvido pela UNESP/FAAC-Bauru e a Universidade de Sevilha (Espanha).

Ao ser concebido como um estudo de caso, o referido programa ajudou a compreender alguns aspectos interculturais associados à formação específica em Relações Públicas partindo dos currículos de ambas as universidades. E para o estudo, análise e interpretação de aspectos interculturais relacionados ao âmbito das culturas envolvidas, foi utilizado a pesquisa descritiva, que permitiu descobrir e observar fenômenos, descrevendo-os para sua melhor compreensão, além de possibilitar a realização de uma análise em profundidade da realidade pesquisada.

Após realizada a pesquisa, foi notável que a interculturalidade aparece no cenário globalizado do século XXI como uma das chaves para transformação de conflitos e como um novo caminho para se chegar a um futuro em que o diálogo e a convivência entre culturas distintas não seja mais visto como barreira, mas sim como nova possibilidade de progresso. Assim, vê-se a importância de organizações, governos, escolas, universidades e instituições das mais variadas finalidades começarem a abordar essa temática de forma mais eficaz e que traga resultados práticos para a vida dos que estão envolvidos nesses processos interculturais.

Ademais, foi visto como a interculturalidade foi, de fato, suscitada no programa “De la clase a la cuenta/ Da classe ao mercado” com o contato das agências de estudantes espanhóis e brasileiros e como este contato entre agências de países e culturas distintas apresenta-se como uma oportunidade e, ao mesmo, um desafio.

Os autores mais utilizados como referencial teórico foram: Alonso (2004), Aneas (2003), Ferrari (2000), Rodrigo Alsina (2004), Nós Aldas (2007), Unesco (2009) entre outros.

HÁBITOS DE USO DE MÍDIA E CONEXÃO PÚBLICA: UM RETRATO DA PARTICIPAÇÃO ONLINE E OFF-LINE DE JOVENS BRASILEIROS DURANTE A CAMPANHA PRESIDENCIAL DE 2018

Aline Camargo

Palavras-chave: Conexão pública; Eleições; Esfera pública; Internet; Participação.

A presença da mídia é cada vez mais central à política e à vida pública, ainda que grande parte dos estudos sobre a teoria democrática e a esfera pública desconsidere os meios de comunicação, como se eles não existissem ou como se sua influência não fosse suficientemente determinante para explicar fenômenos sociais, como a conexão pública, a participação e o engajamento cívico dos cidadãos.

Maia (2006, p. 15) argumenta que “a grande maioria das informações de que os cidadãos comuns necessitam para tomar decisões e agir na esfera política articula-se, de modo rotineiro, com os meios de comunicação”.

A internet é atualmente a segunda principal plataforma de consumo de notícias (BRASIL, 2015). A disseminação do uso da rede tem fornecido novas ferramentas e oportunidades para grupos minoritários e é uma fonte autônoma de notícias para a parcela da população com acesso à internet.

No entanto, o potencial empoderador da rede é limitado ao uso social da tecnologia; apesar de o ambiente virtual ser propício para transparência e participação, a maneira como se dá essa participação e os canais para tal precisam ser questionados. Considerando que a participação política é um componente central do regime democrático, compreender suas causas e os contextos em que se dá é crucial para entender a qualidade da democracia.

Neste sentido, o objetivo geral da pesquisa a que se refere este resumo é compreender como se dá a conexão pública da juventude brasileira (de 18 a 29 anos) a partir de hábitos de consumo, produção, circulação e recirculação de conteúdos midiáticos relacionados à política durante a campanha presidencial de 2018. Foram definidos os seguintes objetivos específicos: a) Conhecer as dimensões de engajamento público online dos jovens durante a campanha presidencial; b) Verificar de que maneira as tecnologias digitais, em especial a internet, contribuem para o aumento da participação política online e off-line entre jovens brasileiros; c) Verificar possíveis relações entre hábitos de uso de mídia e participação online, questionando de que maneira os conteúdos midiáticos consumidos pelos jovens cidadãos têm relação com a participação política que desempenham.

De acordo com Couldry, Livingstone e Markham (2006, p. 5), existe uma orientação compartilhada em relação ao mundo em que vivemos, o que chamam de “conexão pública”, definida como: “questões que são consideradas como sendo de preocupação comum, em vez de dizer respeito a uma pessoa, ou um grupo em particular”.

Para os autores britânicos, esta conexão é sustentada pelo consumo midiático dos cidadãos. Ou seja, a conexão pública é mediada pelos conteúdos consumidos cotidianamente pelos cidadãos.

Para a realização da pesquisa propõe-se o recorte temporal de janeiro de 2018 a janeiro de 2019, período que compreenderá a definição dos candidatos concorrentes à disputa eleitoral, debates, campanhas políticas, eleição e posse. Como metodologia propõe-se o uso da netnografia e a aplicação de questionários e do diário de mídia. A partir da pesquisa pretende-se também abordar questões como o uso social e político da rede, causas e consequências da exclusão digital, além dos próprios conceitos de conexão pública, participação política cidadã e capital social.

REFERÊNCIAS

BRASIL. SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. Pesquisa Brasileira de Mídia 2015: Hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Disponível em:

<<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>. Acesso em: 02 jul. 2016.

COULDRY, N; LIVINGSTONE, S; MARKHAM, T. Media consumption and the future of public connection [online]. London: LSE Research Online, 2006. Disponível em: <<http://eprints.lse.ac.uk/1025>>. Acesso em: 10 ago. 2016.

MAIA, R. Mídia e vida pública: modo de abordagem. In Maia, R.; CASTRO, M. C. P. S. Mídia, esfera pública e identidades coletivas. Belo Horizonte. Editora UFMG, 2006.

“JANELA INDISCRETA”: UM RETRATO DA SOCIEDADE MODERNA EM SUSAN SONTAG

Aline de Jesus Maffi

Palavras-chave: Janela Indiscreta; fotografia; sociedade moderna

Em “O mundo imagem” Sontag (2015) aponta que a realidade sempre foi interpretada por meio de informações contidas nas imagens, inferindo que os filósofos desde Platão discutem essa problemática. A imagem fotográfica é um produto da sociedade moderna, e para a autora as sociedades do século XX se tornam modernas quando incorporam a produção e o consumo de imagens como uma de suas atividades imprescindíveis. As imagens passam a determinar as necessidades individuais, intermediando a relação do indivíduo com o mundo ao produzir conhecimento dissociado da experiência. No filme “Janela Indiscreta” (1954) de Alfred Hitchcock, o fotógrafo L.B. Jeffries (Jeff), interpretado por James Stewart, fratura a perna após um acidente de trabalho, e durante o período de sua recuperação em uma cadeira de rodas passa a observar a vizinhança através das janelas do seu apartamento. Auxiliado pelas objetivas da câmera fotográfica e um binóculo na condição de observador, Jeff passa a analisar o cotidiano dos vizinhos. A breve referência ao ato de fotografar em “Janela Indiscreta”, descrito como uma tentativa de participar dos eventos no livro “Sobre fotografia” despertou o interesse dessa pesquisa, que têm como objetivo analisar a relação do fotógrafo Jeff com o “mundo” a partir da fotografia, sob a perspectiva de Sontag (2015). Para Flusser (2002), as imagens agem como mediação na relação do indivíduo com o mundo, tendo em vista que a sua totalidade não é inteligível ao homem, porém podem tornar-se “biombos”, ao condicionar a vida do homem a sua função. Nesse sentido, afirma que as imagens atuam como representações fragmentadas do mundo, um conjunto de cenas sobre o qual ele passa a ser compreendido, o que o autor denomina como idolatria. Assim, ressalta que o ato fotográfico é distinto da ideologia, fomentando que o fotógrafo atua “pós-ideologicamente”, na medida em que têm a sua ação limitada pela programação da câmera, por ele denominada como aparelho. Na concepção de Sontag (1986) as ideologias são geradoras de imagens, que por sua vez são representações. Paralelamente a perspectiva de Sontag (2002), Kurtz (2007) não desvincula a arte da política, corroborando com a concepção de que as imagens fotográficas são ideológicas. Na posição de observador, Jeff busca conseguir as provas que confirmem um assassinato através de uma sequência fragmentada de cenas, construídas por meio da indiscreta janela de seu apartamento, como se a câmera pudesse registrar algo além do olhar. Desta forma, acredita-se que o ato de registrar imagens pelo fotógrafo Jeff está associado a uma construção discursiva que têm como intenção usar as fotografias como afirmação de uma tese sobre a realidade. As imagens que “comprovam” o assassinato são metáforas do papel documental assumido pela fotografia na sociedade moderna? O uso da câmera por Jeff é compreendido por Sontag (2002) como uma ação visando à participação nos acontecimentos, o que para a autora vai além da observação puramente passiva, uma vez que a fotografia legitimou a narrativa do assassinato assistido de forma fragmentada por Jeff, intermediando a tentativa de compreensão da realidade. Nessa premissa, o filme “Janela Indiscreta” pode ser relacionado a uma representação da sociedade moderna em Sontag (2002), na medida em que o mundo passa a ser compreendido como uma fotografia.

Referências

FLUSSER, Vilém. Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

KURTZ, Adriana. A Teoria crítica e o cinema de propaganda totalitária: convergências entre o nazi-fascismo e a indústria cultural e algumas palavras sobre Riefenstahl e o Pós-moderno. In: Texto / PPGCOM / UFRGS, 2007

SONTAG, Susan. Fascinante Fascismo. In: Sob o signo de saturno. Porto Alegre: LP&M, 1986.

Sontag, Susan. Sobre Fotografia. São Paulo. Companhia das Letras, 2015.

CONFRONTOS: JORNALISMO DE TRADIÇÃO NORTE-AMERICANA X JORNALISMO ALTERNATIVO

Aline Ferreira Pádua

Leandro Brito

Palavras-chave: Jornalismo norte-americano; jornalismo alternativo; confrontos; A Notícia; O Sol.

Abordando dois modelos distintos de jornalismo, um ligado à tradição norte-americana, embasado nos ideais de objetividade, neutralidade e imparcialidade e, em outro, de viés alternativo, pautado pela quebra de padrões e pelo engajamento político, propomos, neste resumo, a reflexão em torno dos confrontos entre os modos de fazer jornalismo, atentando-nos para os modelos já apontados. Partiremos de dois eixos norteadores: inicialmente, conceituaremos e contextualizaremos o jornalismo de tradição norte-americana e o jornalismo alternativo; posteriormente, utilizaremos dois veículos impressos, o jornal A Notícia (1950-1959) e o suplemento O Sol (1967-1968), a fim de problematizar, por meio de exemplos, os dois modos de fazer jornalismo, apontando para aproximações e distanciamentos. Baseado nos critérios de objetividade, neutralidade e imparcialidade, o jornalismo de tradição norte-americana, insere-se na imprensa brasileira a partir da primeira década do século XX. Sua assimilação, porém, dá-se na década de 1950 (BARBOSA, 2007). Os anos de 1950 são marcados pela modernização dos processos de produção da imprensa brasileira e pela transformação do imaginário da classe. Os padrões vigentes, ligados ao jornalismo francês, de viés crítico, são gradualmente substituídos pelo modelo norte-americano, que privilegia a informação e a notícia, com uso do lead e da pirâmide invertida. No período, ganha força o imaginário em torno da modernidade, ligados aos ideais norte-americanos, e da busca pela profissionalização (BARBOSA, 2007; RIBEIRO, 2003).

Na década de 1960, após o golpe civil-militar, desenvolve-se mais um ciclo da imprensa alternativa no Brasil, que se caracterizou pelo rompimento com os princípios e técnicas usados nos jornais da grande imprensa. Diante da industrialização do jornalismo e da complacência da imprensa dominante com relação ao regime militar, os jornais alternativos buscaram novas formas de fazer jornalismo, abandonando o modelo norte-americano já consagrado à época. De acordo com Faro (1999), esses periódicos tiveram com inspiração o New Journalism, "movimento" de contracultura iniciado nos Estados Unidos, nos anos 1960.

Atrelado ao modelo norte-americano, temos, como exemplo, o A Notícia (AN), jornal interiorano, publicado na cidade de São José do Rio Preto, em São Paulo, durante os anos 1950. Folha de viés regionalista, voltado à problematização das causas locais, ao localismo e à proximidade, A Notícia vale-se do jornalismo de tradição norte-americano em suas publicações. Para o jornal rio-pretense, a modernidade, expressa pelas novas técnicas redacionais e de linguagem, é vista como conformadora da profissão e patamar a ser atingido por um grande jornal. O ideal do profissionalismo, por sua vez, marca o desejo do jornal por estabelecer uma identidade para a classe.

Em oposição ao modelo norte-americano, O Sol (OS) foi um jornal alternativo, que circulou diariamente no Rio de Janeiro, na década 1960. Inserido dentro do contexto da ditadura, o periódico é considerado símbolo de resistência ao regime militar. Em contraposição à grande imprensa, o periódico desenvolveu-se com base no New Journalism. Além disso, O Sol constituiu-se como um espaço de reflexão aos temas que eram marginalizados e proibidos de serem publicados pelo governo militar da época.

Os jornais A Notícia e O Sol desenvolveram-se com base em produções jornalísticas opostas. Enquanto o primeiro priorizou o modelo norte-americano, o segundo fundamentou-se no New Journalism. Assim, temos a oportunidade de comparar duas formas de produção jornalística: o AN encontrou no jornalismo norte-americano, ligado à modernidade, o caminho para atrelar seu discurso ao período em que

circulou, década de transições tanto na comunicação quanto na sociedade brasileira. Por sua vez, o OS, valendo-se do jornalismo alternativo, conseguiu entrar em contato com seu público, fazendo-se ler, em um período político brasileiro em que o jornalismo enfrentou a censura.

PROPOSIÇÕES SOBRE O HIBRIDISMO NO CINEMA MARGINAL DE JÚLIO BRESSANE.

Ana Beatriz Buoso Marcelino

Palavras-chave: Hibridismo; Produção de sentido; Recepção; Júlio Bressane; Cinema Marginal.

Este trabalho pretende investigar e problematizar sobre as particularidades da linguagem poética do cineasta brasileiro Júlio Bressane, sobretudo por seu caráter híbrido ao imergir em suas obras referências de diversas esferas da cultura, como as artes visuais, a literatura e a música.

O corpus da pesquisa se resume nos três primeiros longas-metragens produzidos pelo cineasta: *Cara a cara* (1967), *Matou a família e foi ao cinema* (1969) e *O anjo nasceu* (1969), produzidos em meio a um cenário conflituoso, em constante transformação e em plena Ditadura Militar, com destaque para movimentos engajados como a Tropicália e o Cinema Novo que, dentre outros movimentos que viriam a dialogar com a cinematografia de Bressane aqui em questão.

O problema da pesquisa é fomentado pelo pressuposto de que, a imersão dessas referências que compilam em um aspecto híbrido e antropofágico poderia alterar o processo de produção de sentido dos filmes, e, conseqüentemente, de recepção do espectador, que, por orfandade de informações pré-conhecidas, poderia mudar sua postura perceptiva ao adotar uma posição de decifrador da mensagem. Além dessas evidências, os efeitos de sentido seriam ainda mais tensionados por uma suposta crise formal (XAVIER, 2012) e narrativa (PARENTE, 2000) adotadas pelo cineasta por meio da disjunção, fragmentação, trucagem, alteração elíptica e teleológica, dentre outras características que contribuiriam para a aproximação ou o distanciamento do espectador.

Dentre os teóricos citados, trabalharemos também com as ideias de estudiosos da obra do cineasta, como Bernardet (1991), Teixeira (1995) e Xavier (2007a), além de Ramos (1987), que nos ajudará a desvendar a complexidade do Cinema Marginal.

O objetivo deste trabalho trata de investigar o pressuposto lançado, partindo da análise estrutural dos três primeiros filmes longas-metragens do cineasta, dos quais pretendemos levantar, analisar e discutir sobre as características presentes nos planos que poderiam vir a justificar os efeitos de recepção pressupostos por este estudo.

A metodologia será embasada pela revisão teórica de caráter ensaístico à luz dos estudos cinematográficos, aliada a uma análise estrutural segundo os pressupostos de Jullier e Marie (2009) e Aumont (2013).

Os resultados apontaram que existem referências passíveis de comprovar o caráter híbrido adotado pelo cineasta, que viriam a dialogar com a narrativa proposta explícita ou implicitamente, enriquecendo a gama de significação possível que, dependendo dos pré-saberes do espectador poderá somar nos efeitos de recepção.

Após a análise dos resultados obtidos, podemos considerar que a linguagem poética adotada pelo cineasta alteraria a produção de sentido dos filmes, assim como, seria capaz de influir nos efeitos de recepção do espectador e, conseqüentemente, modificar sua postura para uma apreciação mais ativa e sensível.

REFERÊNCIAS

AUMONT, Jacques et al. *A estética do filme*. Campinas: Papyrus, 2013.

BERNARDET, Jean-Claude. *O voo dos anjos: Bressane e Sganzerla*. São Paulo: Brasiliense, 1991.

JULLIER, Laurent; MARIE, Michel. *Lendo as imagens do cinema*. São Paulo: Senac, 2009.

PARENTE, André. *Narrativa e Modernidade: Os cinemas não-narrativos do pós-guerra*. Campina, SP: Papyrus, 2000.

RAMOS, Fernão. Cinema Marginal (1968/1973): A representação em seu limite. São Paulo: Brasiliense, 1987.

TEIXEIRA, Elinaldo. O cineasta celerado: A arte de se ver for a de si no cinema poético de Júlio Bressane. 1995. 301 f. Tese (Doutorado) - Curso de Doutorado em Sociologia, Faculdade de Filosofia. Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1995.

XAVIER, Ismail. Alegorias do Subdesenvolvimento. São Paulo: Cosac Naify, 2012.

_____. Maquinações do olhar: a cinefilia como "ver além", na imanência. In: MÉDOLA, Ana Sílvia L. D. ; ARAÚJO, Denise C. ; BRUNO, Fernanda (Org.). Imagem, visibilidade e cultura midiática. Livro da XV COMPÓS. Porto Alegre: Sulina, 2007a.

ANCESTRALIDADE E RESISTÊNCIA: CONTOS E ENCANTOS DOS BATÉ EM TIBIRIÇÁ

ANA BEATRIZ PEREIRA DE ANDRADE
HENRIQUE PERAZZI DE AQUINO

Palavras-chave: Palavras chave: etnia; história; memória oral; família; fé.

No interior de São Paulo, mais exatamente no distrito de Tibiriçá, vinculado à cidade de Bauru, mora a família Baté. José Cosmo, sobrenome que desde o fim da escravidão vem dos padrinhos, é o patriarca conhecido como Seu Baté. O apelido surgiu em uma contenda de futebol quando o time de Taubaté era o 'rival'. Desde o bisavô escravo, passando pelo avô e pelo pai, a família atravessou o rio São Francisco, oferecendo fumo e pinga pro 'Caboclo das Águas', passou por Cachoeira na Bahia, até chegar ao interior de São Paulo. Em um momento de fome, o pai confiou a São Benedito o sustento da esposa, filhas e filhos. No distrito, de aproximados 1 mil habitantes, para o qual se mudaram em 1973, fica a 'casa grande'. Carnavalescos, fundaram o bloco de rua 'Vai quem quer', atualmente desfilando no sambódromo de Bauru como o 'Estrela do Samba de Tibiriçá'. Não tem carnalesco, denominado por eles estilista. Enredo, samba, abadás e fantasias, são resolvidos em grupo composto por famílias e amigos. Concordam, discordam e chegam ao acordo. Tudo dá certo com o trabalho do coletivo, onde cada um faz o que sabe fazer. Ao longo do ano, constam do calendário duas datas especiais: o dia de Santo Antônio, 13 de julho, e o agradecimento para São Benedito em 20 de novembro. Na festa de Santo Antônio, que chega a congregar 800 pessoas no 'quintal dos Baté', ergue-se o 'mastro' e canta-se o 'terço'. Em novembro, o motivo é o da gratidão pelo alimento de cada dia não faltar como antes. Instituíram uma medalha, entregue sempre no dia 20, a fim de premiar os membros da família que obtinham conquista nos estudos. Com o tempo, são agraciados com a medalha, atualmente denominada 'Zumbi dos Palmares', todos os que participam da festa. São considerados igualmente guerreiros, assim como foram, desde os ancestrais, e são os 'Baté'. O presente artigo se propõe a contar um pouco desta história de resistência negra no interior de um dos maiores estados brasileiros, cuja fonte é a memória oral. Por ora, preservada e transmitida, é daquelas que encantam.

REFERÊNCIAS

- ARENDR, Ronald. Maneiras de Pesquisar no Cotidiano: contribuição da Teoria do Ator- Rede. in Psicologia & Sociedade; 20, Edição Especial: 7-11, 2008. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2008.
- BOSI, Ecléa. Memória e Sociedade: Lembranças de velhos. São Paulo: Cia. das Letras, 1994.
- BUARQUE, Chico. Vai passar (1984). Disponível em: <http://www.letras.com.br/#!chico-buarque/vai-passar>. Acesso em; 02/02/2016.
- EL HAJI, Mohammed. Memória coletiva e espacialidade étnica. In Galáxia n. 4. Rio de Janeiro: EdUFRJ, 2002.
- GEERTZ, Clifford. O Saber Local. Petrópolis; Vozes, 1997.
- LARA, Ivone. Sorriso Negro. Rio de Janeiro: 1982. in ALBIN, Ricardo Cravo. Dicionário Cravo Albin da Música Popular Brasileira. Disponível em: <http://www.dicionariompb.com.br/> Acesso em; 01/02/2016.
- LATOUR, Bruno. Jamais fomos modernos: ensaios de antropologia simétrica. Rio de Janeiro: Ed 34, 1994.
- MAFFESOLI, Michel. A Conquista do Presente. Rio de Janeiro: Rocco, 1984.
- ROLNIK, Suely. Cartografia Sentimental: Transformações contemporâneas do desejo. São Paulo: Ed. Estação Liberdade, 1989.
- ROUSSO, Henry. A memória não é mais o que era. in AMADO. J. e FERREIRA M. (coord.) Usos e abusos da história oral. Rio de Janeiro; FGV, 2000.
- SODRÉ, Muniz. O terreiro e a cidade: a forma social negro-brasileira. Petrópolis: Vozes, 1988.
- _____. O Social Irrradiado: Violência e Mídia. São Paulo: Cortez, 1988.

THOMPSON, Paul. A Voz do Passado. São Paulo: Paz e Terra, 1988.

VILA, Luiz Carlos. Kizomba: a festa da raça (1988). Disponível em;

<http://www.vagalume.com.br/luiz-carlos-da-vila/kizomba-a-festa-da-raca-2.html>.

Acesso em: Acesso em; 01/02/2016.

O MARCO REGULATÓRIO DA POLÍTICA URBANA NO BRASIL: INVENTÁRIO DE NORMAS E PRECEITOS INSTITUCIONAIS DESDE A CONSTITUIÇÃO DE 1988

ANA CAROLINA BERGAMASCHI DO VAL

JEFFERSON O. GOULART

Palavras-chave: Planejamento Urbano; Estatuto da Cidade; Política Urbana; Constituição Federal.

Esta pesquisa analisa o conjunto de normas institucionais que estabeleceram as balizas da política urbana no Brasil, desde a promulgação da Constituição de 1988, da qual constam os princípios normativos fundamentais de uma política inovadora inspirada pela reforma urbana que também demarcou a legislação infraconstitucional subsequente. No âmbito quantitativo, será produzido um exaustivo catálogo das inovações institucionais produzidas no período selecionado. Com base nos dados das fontes disponíveis e na bibliografia temática correspondente, os resultados do balanço qualitativo são interpretados através da análise crítica sobre os princípios normativos, a implantação e a potencial eficácia de tais normas na execução da política urbana no período contemporâneo.

Analisar o conjunto de normas institucionais que redefiniram o papel do Estado e dos diferentes níveis de governo na política urbana do Brasil, tendo como recorte cronológico o período que se inicia com a promulgação da Constituição de 1988 e se estende até os dias atuais.

A pesquisa envolve duas dimensões metodológicas. Na primeira, uma ampla revisão da literatura urbanística, política e sociológica sobre o conteúdo e a implantação do novo marco regulatório da Política Urbana brasileira; no segundo domínio, de natureza quantitativa, levantamento exaustivo e catalogação de toda a legislação e normatização envolvendo a Política Urbana no Brasil desde a Constituição de 1988, cujas principais fontes de investigação são os sítios eletrônicos do Congresso Nacional (Senado e Câmara dos Deputados), Supremo Tribunal Federal (STF), Ministério das Cidades e demais órgãos e agências governamentais. O material recolhido será catalogado cronologicamente, classificado por meio de súmulas que indiquem sua ementa e incidência e finalmente analisado de modo a permitir a elaboração de um fluxograma sobre a evolução da Política Urbana brasileira.

A pesquisa ainda está em fase preliminar de desenvolvimento e pretende compreender até que ponto as mudanças institucionais adotadas ao longo dos últimos anos foram – ou são – efetivas para estimular a reforma urbana quanto ao cumprimento da função social da cidade e da propriedade. Por essa razão, busca-se identificar os fatores limitadores dos instrumentos urbanísticos criados nesse novo marco institucional.

A ferramenta privilegiada para implantar a nova política urbana é o Plano Diretor, definido na Constituição como “instrumento básico da política de desenvolvimento e de expansão urbana”. Os dados mais recentes revelam que quase 90% dos municípios obrigados legalmente a cumprir essa exigência já o fizeram, mas os estudos disponíveis também indicam uma efetividade muito baixa dos Planos Diretores e de seus instrumentos urbanísticos. Portanto, um estudo sobre o alcance e a eficácia dos Planos Diretores permite dimensionar a implantação da nova política urbana adotada no país.

Referências Bibliográficas:

ARANTES, O.; VAINER, C.; MARICATO, E. A cidade do pensamento único: desmanchando consensos. Petrópolis: Vozes, 2000.

ESTATUTO DA CIDADE: Guia para implementação pelos municípios e cidadãos: Lei nº 10.257, de 10/7/2001, que estabelece diretrizes gerais da política urbana. 2. ed. Brasília: Câmara dos Deputados, Coordenação de Publicações, 2002.

MARICATO, E.T. O impasse da política urbana no Brasil. Petrópolis: Vozes, 2011.

- ROLNIK, R. Democracia no fio da navalha – limites e possibilidades para a implementação de uma agenda de reforma urbana no Brasil. Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais – v.11, n.2, 2009.
- SANTOS JR., O.A.; MONTANDON, D.T. (Orgs.) Os Planos Diretores Municipais pós-estatuto da cidade: balanço crítico e perspectivas. Rio de Janeiro: Letra Capital; Observatório das Cidades; IPPUR/UFRJ, 2011.
- TONELLA, C. Políticas urbanas no Brasil: marcos legais, sujeitos e instituições. Sociedade e Estado, v.28, n.1, 2013.

PERSONAGENS ANÔNIMOS NO TELEJORNALISMO: HUMANIZAÇÃO OU ESPETACULARIZAÇÃO NA NOTÍCIA?

Ana Carolina Castilho Pereira

Mayra Fernanda Ferreira

Palavras-chave: Telejornalismo; Espetacularização; Humanização; Personagens.

1 Breve descrição da pesquisa

Atualmente, são comumente exibidas reportagens que acoplam jornalismo com espetáculo, que se “ancoram em problemas não resolvidos ou a dramatização de fatos corriqueiros” (TONDO; NEGRINI, 2007, p. 1). Exemplo disso são as reportagens com foco em personagens anônimos que são retratadas como humanização da notícia, mas majoritariamente como espetacularização, que buscam explorar a emoção dos personagens nas reportagens a fim de criar uma comoção nacional sobre o acontecimento através do uso do discurso textual, mas principalmente da imagem, visto que, segundo Debord (1997, p. 10-16), o espetáculo se refere à valorização da imagem. Frente a esse cenário, viu-se a necessidade de estudar de que forma essas reportagens poderiam remeter à humanização ou espetacularização da notícia. Este estudo é importante, pois existe uma linha tênue entre jornalismo humanizado e jornalismo espetacularizado e, as reportagens com foco em personagens anônimos podem ultrapassar essa linha colocando em xeque a ética e “missão pedagógica” do jornalista (BARBEIRO; LIMA, 2002, p. 26).

2 Objetivos

Nosso objetivo foi então analisar de que forma as reportagens com foco em personagens anônimos no telejornalismo brasileiro poderiam remeter à espetacularização da notícia, através de pesquisa bibliográfica e categorização das reportagens com foco em personagens anônimos.

3 Material e métodos

A pesquisa utilizou a Análise de Conteúdo como suporte metodológico. Foram categorizadas as características de humanização e de espetacularização de Medina (1986) e Canavilhas (2001) a fim de classificar as reportagens analisadas durante o período de análise.

4 Resultados e discussões

Através dos dados coletados, verificamos que, durante o período de análise, as reportagens com foco em personagens anônimos do “Jornal Nacional”, apresentaram apenas 12% de características de humanização e 88% de espetacularização. Contudo, ficou visível que a escolha pelo trato espetacularizado nessas reportagens foi uma opção dos jornalistas, visto as mesmas poderiam ter sido construídas com base na humanização, como foi exemplificado em cada caso durante a pesquisa.

5 Considerações finais

O “Jornal Nacional” tem introduzido pautas que buscam, com anseio, a adesão do público, do consumidor, como as reportagens com foco em personagens anônimos, tratadas, majoritariamente, como espetáculo pelo telejornal. Apresentar histórias de personagens anônimos não é considerado antiético, porém, fazê-lo de forma a explorar as emoções do personagem, invadindo a privacidade da fonte, espetacularizando a notícia em busca de audiência, pode ser considerado contra a missão pedagógica do jornalista. Portanto, é sensato que o jornalista que deseja tratar de narrativas com foco em personagens anônimos faça isso de modo humanizado, de forma a se interessar e exibir os conceitos dos personagens e não seu comportamento, de modo a investigar uma informação sem explorar as emoções da fonte, a não condenar ou glamorizar o entrevistado, não explorar positivamente a fonte, mas mergulhar no outro para compreender seus conceitos.

6 Referências bibliográficas

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. Manual de Telejornalismo: Os Segredos da Notícia na TV. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.

CANAVILHAS, João. O domínio da informação-espetáculo na televisão. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, [2001?]. Disponível em: . Acesso em: 17 fev 2016.

DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo: Comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

MEDINA, Cremilda de Araújo. Entrevista: O diálogo possível. São Paulo: Ática, 1986.

TONDO, Romulo; NEGRINI, Michele. A significação do espetáculo: O jornalismo televisivo em tempos de dramatização. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Anais do XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação: Santos, 2007. Disponível em: . Acesso em: 20 ago 2015.

A RELAÇÃO ENTRE A PROPAGANDA AUDIOVISUAL DO ESTADO ISLÂMICO E OS PRINCÍPIOS DE IDENTIFICAÇÃO E IMERSÃO DO FIRST PERSON SHOOTER

Ana Carolina Costa
Arlindo Rebechi Junior

Palavras-chave: Estado Islâmico; propaganda; identificação; First Person Shooter

INTRODUÇÃO

No segundo semestre de 2014, o Estado Islâmico (EI) surgiu frente as lentes da mídia ocidental. Cenas de jornalistas sendo decapitados por membros da organização espalharam-se pelo mundo e chamaram a atenção da comunidade internacional para a brutalidade das ações desse novo ator no cenário do jihadismo global. As particularidades por trás das ações do grupo, no entanto, apenas começavam a ser tocadas.

Sistematizando a produção e distribuição da propaganda audiovisual do EI, a Al Hayat Media Center, braço midiático da organização, criou um aparato simbólico ancorado num discurso de alta penetrabilidade para atrair simpatizantes e combatentes para o campo de batalha. Discurso que encontrou respaldo na linguagem visual empregada nessas produções. E é justamente sobre isso que esta pesquisa concentra-se, promovendo uma análise das características que aproximam esses vídeos do processo de identificação consagrado pelo gênero de jogos de disparo conhecido como FPS (First Person Shooter).

OBJETIVOS

Identificar como os vídeos produzidos pelo Estado Islâmico ganham alcance num contexto onde o grupo mobiliza estruturas narrativas que buscam uma identificação com sua potencial audiência, identificada por Corrêa (2015, p.8) como jovens que se sentem à margem das sociedades e são atraídos cada vez mais pelos discursos difundidos pelo Estado Islâmico. O foco, neste caso, recai sobre o diálogo entre essas produções e as características atreladas à expressão "In Your Face", comumente utilizada pela mídia especializada para tratar da imersão proporcionada pelo FPS, como explica Elias (2008, p.19).

MATERIAL E MÉTODOS

Duas propagandas audiovisuais produzidas pela Al Hayat Media Center entre o segundo semestre de 2014 e o primeiro semestre de 2015 são analisadas: "Let's Go For Jihad" e "The Path of Jihad". Ambas são marcadas por cenários de guerra, onde a relação com a linguagem do FPS torna-se mais evidente. Além do apontamento de cenas nas quais essa relação aparece, é feito um comparativo com jogos que exemplificam os preceitos de imersão desse gênero de videogames elencados pelo pesquisador português Herlander Elias.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

O Estado Islâmico utiliza plataformas de distribuição bastante distintas daquelas usadas anos atrás por grupos terroristas, a exemplo do que cita Aaron Zelin (2015, p.86) ao lembrar os fóruns protegidos por senha que eram os quartéis gerais de disseminação de conteúdos midiáticos jihadistas. O impacto dos vídeos produzidos pela organização, no entanto, também tem relação com a forma como ela absorve e ressignifica valores culturais em circulação.

O ambiente simbólico moldado pelo grupo acaba dialogando com uma jovem audiência global. Com isso, mostra entender que, para atrair novos combatentes e garantir que sejam porta-vozes de seus valores, é preciso lhes proporcionar uma experiência de identificação e imersão singular, evocando ferramentas culturais universais, como é o caso dos videogames.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na medida que o EI ascende como um dos protagonistas no complexo universo de atores do jihadismo global, fica clara a evolução que suas característica representam em relação às estratégias comunicacionais de organizações que o precederam. Por ter à sua disposição plataformas on-line mais novas, mas também por se apropriar de valores culturais correntes e comuns a todo uma geração para construir sentidos sobre sua existência.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CORRÊA, Érica de Castro. A Sociedade Contemporânea e o Espetáculo do Terror. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Rio de Janeiro, RJ – 4 a 7/9 2015.

ELIAS, Herlander. O videogame e o entretenimento global: First Person Shooter. Lisboa: Media XXI | Fromal Press, 2008.

ZELIN, Aaron y. Picture Or It Didn't Happen: A Snapshot of the Islamic State's Official Media Output. Perspectives On Terrorism, nº 9, v. 9, p. 85-97, august/2015.

NÚCLEO NEGRO UNESP PARA PESQUISA E EXTENSÃO

Ana Carolina Moraes dos Santos

Palavras-chave: Mapeamento, Negros, ApliCs, Economia Criativa,

1– Breve descrição da pesquisa

A pesquisa em andamento trata da identificação de coletivos relacionados à cultura subalterna – ApliCs –, com foco na questão da pessoa negra, por meio do mapeamento georreferenciado. A proposta é discutir a importância destes grupos na luta contra o racismo, a violência contra a população preta, pobre e residente na periferia e o negro como agente da preservação do patrimônio material e imaterial da cultura.

Os Arranjos Produtivos Locais Intensos de Cultura (ApliCs) são grupos acêntricos e movimentos sociais atuantes em áreas de vulnerabilidade social. Com atividades e/ou projetos socioculturais, os ApliCs fomentam o desenvolvimento de ações educativas nas localidades em que estão presentes.

A dinâmica de atuação e a localização dos arranjos podem expor a condição de vida da pessoa negra e a situação social em que ela se encontra. Mas as informações sobre quem o faz, o que é realizado, onde está e as contribuições socioculturais para o espaço em que ocupam são escassas.

A pesquisa dialoga com a temática da XVI Jornada Multidisciplinar de Direitos Humanos – Imagem, Pensamento e Cultura, por explicitar a imagem do preconceito e discriminação, fortalecer o pensamento da luta contra o racismo e visibilizar o setor cultural subalterno deste segmento social com os ApliCs.

2 – Objetivos

O mapeamento tem como objetivos:

1. A identificação dos segmentos em que os arranjos criativos se aglomeram;
2. O reconhecimento e valorização da pessoa negra como agente cultural;
3. O incentivo à criação de políticas públicas para o segmento.

3 – Materiais e métodos

A pesquisa utiliza uma plataforma virtual para agrupar as informações sobre os ApliCs. Para isso, os métodos empregados foram entrevistas, pesquisa documental, dados e levantamentos sobre a população.

4 - Resultados e discussões

Os resultados da pesquisa acontecem em três fases interdependentes: o primeiro é com o mapeamento, permitindo a identificação dos ApliCs de Bauru. O segundo diz respeito ao envolvimento da comunidade na discussão de direitos humanos e economia criativa. O terceiro, por fim, refere-se ao desenvolvimento de políticas públicas.

O mapeamento suscita a discussão sobre racismo, preconceito e exclusão racial no âmbito dos processos; aponta questionamento sobre as pessoas que fazem parte dos ApliCs e sobre as plataformas utilizadas para tornar a pesquisa viável, sendo elas materiais e imateriais.

5 - Conclusão

A pesquisa está em curso, e os resultados são parciais. Pode-se compreender sua necessidade com base nos níveis de avaliação do macroambiente – o aumento de incidências e debates sobre o racismo em todo mundo – e do microambiente – o desmonte de políticas públicas.

Sendo assim, o mapeamento georreferenciado é um meio de conhecer e reconhecer as atribuições destes grupos para o cenário sociocultural da cidade, com dados, localizações, números e informações sobre seus agentes, a fim de criar alternativas a esta realidade, como o desenvolvimento de políticas públicas.

Em tempos de campanha contra o genocídio da população negra e de desmonte do Ministério da Cultura, a pesquisa é uma ferramenta de combate aos estereótipos da pessoa negra e de fortalecimento dos arranjos culturais, indicando um segmento que necessita de atenção do governo.

Logo, o mapeamento de ApliCs negros atende uma demanda social de reconhecimento público e cultural, e articulação política da comunidade negra em Bauru.

6 – Referências Bibliográficas

IBGE, Mapeamento Geográfico. Disponível em
<http://www.ibge.gov.br/home/geociencias/cartografia/default_geog_int.shtm?c=6>. Acesso em
24/09/2016.

CORÁ, Maria Amelia Jundurian. Políticas públicas culturais no Brasil: dos patrimônios materiais aos imateriais. Rev. Adm. Pública — Rio de Janeiro – set./out. 2014

GOHN, Maria da Glória. Movimentos sociais na contemporaneidade. Revista Brasileira de Educação V. 16 N. 47 – maio-ago 2011.

O PODER E O PAPEL DAS OBRAS AUDIOVISUAIS DE ENTRETENIMENTO NA LUTA PELA DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO

Ana Heloiza Vita Pessotto

Pedro Santoro Zambon

Palavras-chave: Produção Audiovisual; Democratização da Comunicação; Políticas de Comunicação; Políticas Culturais

Democratizar a comunicação não se reduz a disponibilizar mais canais e ou fontes de informação jornalísticas aos espectadores. Está também relacionada aos repertórios artístico-culturais referentes aos modelos de obras de entretenimento, como filmes, séries, programas de TV, documentários. É preciso conceder espaço e representatividade para as narrativas não-hegemônicas, regionais e independentes, assim como fomentar a produção e veiculação destes materiais. Esta pesquisa tem como objetivo elaborar uma discussão sobre a produção de conteúdos audiovisuais e as possibilidades de democratização dos espaços de produção, distribuição e exibição das produções não-hegemônicas. Para este fim, foi estabelecido o diálogo entre as obras dos autores Pierre Bourdieu, Jesús Martín-Barbero e Néstor García Canclini, com ênfase na abordagem dos Estudos Culturais sobre as produções culturais e as políticas de comunicação e cultura. Apoiado nos conceitos de democratização da comunicação advindos dos estudos de políticas públicas. A comunicação tem forte concentração, do que Bourdieu conceitua, como “poder simbólico”, formatando assim este setor como um sistema simbólico. Trata-se de um poder de construção da realidade por meio de símbolos compartilhados que colaboram para a integração social. Um elemento fundamental na equação da formulação do poder simbólico é a imagem da legitimidade, que é a responsável por tornar válidos as palavras e símbolos e dar a eles poder de manter ou subverter a ordem (p.15, 1989). No contexto da globalização, são repensadas e reestruturadas as relações entre o local e o global. A cultura e comunicação e suas expressões sofrem transformações. O estreitamento comunicacional e cultural do mundo permite novas formatações de modelo de cultura e de maneiras de apropriação e identificação. A ode, na América Latina, ao cinema hollywoodiano e às produções seriadas estadunidenses, reflexo dos modelos de negócio do mercado de distribuição de cinema e da TV paga, colaborou para o estabelecimento de novos pressupostos estéticos e culturais para as nações latino-americanas, distanciando-as de seus repertórios e elementos de pertença e a apropriação à sua cultura local. Martín-Barbero destaca a importância dos produtos audiovisuais na tradição cultural dos jovens dos países latino-americanos. Esta seria uma das ferramentas de apropriação da modernidade, por meio da qual mantém seu ideal de cultura oral “a partir dos gêneros e das narrativas, das linguagens, dos saberes, da indústria e da experiência audiovisual” (2004). O autor afirma que a cultura cotidiana das pessoas é constantemente atravessadas pelas narrativas midiáticas e este procedimento não pode ser ignorado, dadas suas consequências como possibilidades de relação com concepções de identidade e pertença, e como estes suportes e linguagens transformam as memórias coletivas (MARTÍN-BARBERO, 2004, p.47). As políticas precisam se voltar com mais ênfase às culturais eletrônicas. Cultura esta que tem grande papel no desenvolvimento social do país. Esta conjuntura torna essencial, para reequilibrar a balança dos interesses do mercado versus demanda social, a transversalidade das políticas públicas de comunicação e cultura, incluindo os conteúdos de entretenimento nos espaços de democratização da comunicação.

Referências Bibliográficas:

CANCLINI, Néstor García. Culturas Híbridas: Estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

MARTIN-BARBERO, J., REY, G. Os Exercícios do ver: Hegemonia Audiovisual e Ficção Televisiva. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004.

RAMOS, Murilo César. Comunicação, direitos sociais e políticas públicas. In: MARQUES DE MELO, J., SATHLER, I. Direitos à Comunicação na Sociedade da Informação. São Bernardo do Campo: Umesp, 2005.

BOURDIEU, Pierre. Sobre o poder simbólico. In: O poder simbólico. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989. P.7 – 16.

O USO DAS TECNOLOGIAS DIGITAIS PARA PROMOVER A ACESSIBILIDADE ÀS PESSOAS COM DEFICIÊNCIA VISUAL

Anderson Rogério Campana

Maria Cristina Gobbi

Palavras-chave: Acessibilidade. Deficiência Visual. Inclusão. Tecnologias Digitais.

Atualmente, o conceito de acessibilidade vem sendo ampliado visando o compromisso de melhorar a qualidade de vida de pessoas com deficiência. É importante considerar que há cidadãos, com as mais diversas necessidades, que buscam alternativas para o acesso aos mais variados tipos de equipamentos, softwares, tratamentos etc. que possam auxiliar no desenvolvimento das atividades no cotidiano. Diante do cenário de evolução tecnológica e da popularização das mídias digitais, faz-se imperativo conhecer alternativas de acessibilidade para atender as demandas desse grupo. Inicialmente amparado pelas pesquisas bibliográfica e documental, a ideia central é a de analisar as características das tecnologias digitais assistivas e como elas podem promover acessibilidade para os deficientes visuais. Por se tratar de um universo amplo o foco será acessibilidade para o deficiente visual.

O objetivo é verificar como as tecnologias podem ajudar na promoção da acessibilidade para as pessoas com deficiência visual. Assim, faz-se necessário: a) Conhecer quais tecnologias estão disponíveis; b) Sistematizar formas de acessibilidade e c) Conhecer sobre deficiência visual, legislação e demais dados que possam auxiliar na resposta ao problema proposto.

Para realizar a pesquisa será executado um levantamento bibliográfico sobre acessibilidade, tecnologias digitais e deficiência visual. Tais aportes serão aplicados na pesquisa documental para estabelecer as interfaces entre as tecnologias, acessibilidade e a deficiência visual. Para isso, alguns autores e instituições respaldam essas assertivas, tais como: dados estatísticos do IBGE, ONU, OMS, instituições governamentais, iniciativa privada etc.; a legislação nacional, diversos autores que tratam de acessibilidade, inclusão e do uso das tecnologias assistidas. Além disso, posteriormente após a coleta inicial, também integra o trabalho a sistematização das principais tecnologias disponíveis utilizando a pesquisa exploratória.

O conjunto dos dados coletados pretende trazer informações para promover a reflexão e a busca de alternativas de uso das tecnologias, de forma que a oposição entre inclusão e a exclusão social dos deficientes visuais possa ser observada, validando ou não a eficácia das tecnologias assistidas para esse grupo. Ao mesmo tempo, diante do cenário de evolução digital faz-se necessário criar alternativas de acessibilidade para esse público, oferecendo possibilidades de uma maior independência, autonomia e de inclusão social.

Mesmo diante da evolução propiciada pelas tecnologias é fundamental o entendimento de que as demandas desse grupo são muito amplas. Se por um lado as tecnologias estão disponíveis, por outro há uma real exclusão de acesso para os deficientes, especialmente os visuais. Isso pode ser resultado de um desconhecimento das possibilidades oportunizadas pelas tecnologias digitais. É importante considerar que o processo de desenvolvimento, as transformações sócio-culturais, as desigualdades sociais embora desempenhem um papel preponderante no acesso às tecnologias, essas devem promover a inclusão desses usuários no mais ampliado espectro de possibilidade, tornando o cotidiano do grupo menos dificultoso, diminuindo as barreiras e as desigualdades existentes.

DA INDÚSTRIA CULTURAL À INDÚSTRIA CRIATIVA: EVOLUÇÃO TEÓRICA E DISCURSIVA DA POLÍTICA CULTURAL

André Luís Lourenço

Palavras-chave: Economia Criativa; Indústrias Criativas; Políticas Públicas; Políticas Culturais e de Comunicação

As políticas públicas no campo cultural têm evoluído no sentido da troca terminológica do termo Indústria Cultural, para Indústrias Culturais e, mais recentemente, para Indústrias Criativas (GARNHAN, 2011), entendendo que esse fenômeno ocorre em razão de os conceitos cumprirem propósitos retóricos específicos nos discursos que compõem o processo de elaboração e implementação das políticas públicas (BUSTAMANTE, 2004). Nesse sentido, a presente discussão parte da crença de que existe uma relação direta entre as interpretações das diferentes escolas teórico-metodológicas e as aplicações conceituais que estabelecem os parâmetros das políticas públicas no âmbito político-administrativo do Estado. Assim, por meio de pesquisa bibliográfica e documental, o trabalho busca apresentar de que forma os princípios defendidos pelas diferentes escolas teóricas/políticas conduziram e alimentaram o conceito e a instrumentalização da 'indústria criativa', no contexto das políticas para a sociedade da informação (CARVALHO, 2008; CARVALHO e CARVALHO, 2014; TREMBLAY, 2011). Desse estudo conclui-se que, independentemente da terminologia Indústria Cultural ou Indústria Criativa e dos benefícios idealizados a partir do conceito de Economia Criativa, as políticas públicas no campo da Cultura e da Comunicação apenas promoverão condições para transformação do perfil concentracionista e monopolista do modelo capitalista caso consigam estabelecer redes produtivas que incluam novos e diversos atores, que, por consequência, possam representar uma democratização na produção de bens e serviços culturais e imateriais, bem como geração de riqueza.

Referências bibliográficas

- BUSTAMANTE, E.. En la transición de La era digital. Políticas de comunicación y cultura: nuevas necesidades estratégicas. Cuestiones publicitarias: revista internacional de comunicación e publicidad, v. 1, n. 9, p. 9-31, 2004.
- CARVALHO, J. M.. Políticas para a Comunicação e cidadania: o discurso inclusivo do livro verde brasileiro. In: BRITTOS, V. C.; CABRAL FILHO, A. V. (orgs.). Economia Política da Comunicação – interfaces brasileiras. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.
- CARVALHO, J. M.; CARVALHO, A, M, G. de. Indústrias criativas e geração de conteúdos: desafios e perspectivas. In: XII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, 2014, Lima. ALAIC 2014 Perú. Lima : PUCP, 2014. Disponível em <http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/09/GT6-De-Carvalho-Grossi-de-Carvalho.pdf>.
- GARNHAM, N.. De las industrias culturales a las creativas. Análises de las implicaciones em El Réino Unido. In: BUSTAMANTE, E. (Org.). Industrias Creativas: amenazas sobre la cultura digital. Serie Multimedia. Gedisa, 2011.
- TREMBLÄY, G.. Desde La teoria de las industrias culturales. Evaluación crítica de La economia de La creatividad. In: BUSTAMANTE, E. (Org.). Industrias Creativas: amenazas sobre la cultura digital. Serie Multimedia. Gedisa, 2011.

INDICADOR 2.

MULTIPLICIDADE DE EXPERIÊNCIAS E LINGUAGENS: A CRECHE

Andressa Bernardo da Silva

Maria do Carmo Monteiro Kobayashi

Palavras-chave: Indicadores; Creche; Multiplicidade de Experiências; Linguagens.

Breve descrição da pesquisa

Os Indicadores da Qualidade da Educação Infantil (BRASIL, 2009) apresentam 7 indicadores que orientaram a avaliação de escolas de Educação Infantil com a participação dos pais, professores, gestores e pessoas que acessem o documento na página do Ministério Educação. Contudo para este resumo será analisado o indicador 2. Multiplicidade de Experiências e Linguagens que apresenta-se 6 itens de avaliação da realidade das instituições de educação infantil. Para cada item apresentado é atribuído uma cor, dentre vermelho (situações que não ocorrem), amarelo (situações que ocorrem as vezes) e verde (frequente), para esta pesquisa as observações foram feitas para o contexto da creche. As necessidades das crianças de 0 a 3 anos são: o sensorial, o afetivo, os cuidados e a higiene. Sendo que a constituição por rotinas, a segurança e afeto com que são tratados, fundamentais para a constituição das bases neurológicas para o decorrer da vida (SHONKOFF, 2011). Sendo assim, as observações focam esses aspectos.

Objetivos

Analisar o indicador 2 Multiplicidade de Experiências e Linguagens a partir do contexto da creche e as necessidades de desenvolvimento dos bebês.

Material e métodos: A partir do indicador é analisado a qualidade do trabalho nas creches com os bebês. Para atender ao objetivo proposto foi realizada pesquisa bibliográfica e análise do indicador 2, a partir dos dados do estudo de caso anteriormente realizado, com o viés atual da pesquisa de mestrado em andamento ao qual procura tratar dos indicadores, de abordagem qualitativa dos dados que foram identificados, descritos e discutidos. Os instrumentos utilizados para tanto foram levantamento bibliográfico.

Resultados e discussões

A pesquisa, segundo as referências utilizadas, apontou que os professores apesar da formação, quando é exigida, no trato com os bebês agem muito pouco, perto do que poderia ser potencializado se conhecessem a importância desse período, contudo nem sempre isso acontece na prática. Os resultados da pesquisa reverterão em possíveis sugestões para a mudança da prática pedagógica, e será parte da tese de Mestrado em andamento.

Considerações finais

Ao término dessa etapa de pesquisa, que trouxe outras indagações para o futuro, referente à infância e a educação infantil, indo além do que imaginávamos a princípio, surgiram novas indagações e necessidade de aprofundamento no assunto e continuidade no estudo.

Referências Bibliográficas

BRASIL. Ministério da Educação. Secretaria da Educação Básica. Indicadores da qualidade na educação infantil. Brasília, DF: MEC/SEB, 2009.

NELSON III, C. A. The Effects of Early Adversity on the Developing Brain. INSPER, 2015.

SHONKOFF, J. P. Protecting Brains, Not Simply Stimulating Minds. Science, vol. 333, ago. 2011.

SHONKOFF, J. P. Building the Brain's "Air Traffic Control" System: How Early Experiences Shape the Development of Executive Function: Center on the Developing Child at Harvard University Working Paper, 2011.

A PRODUÇÃO TRANSMÍDIA COMO ESTRATÉGIA DE CONVERGÊNCIA DO JORNALISMO IMPRESSO PARA O ENGAJAMENTO DOS USUÁRIOS NO JORNALISMO ONLINE

Angelo Sastre

Palavras-chave: Transmídia; jornalismo online; linguagem jornalística; convergência midiática

Breve descrição da pesquisa

O jornalismo sofreu mudanças estruturais e as novas tecnologias tornaram-se imprescindíveis para os veículos de comunicação. Essas ferramentas permitiram explorar as tecnologias disponíveis nas diversas tarefas como apuração, produção, editoração e veiculação.

No entanto, conforme apontado por Jenkins (2009), o conceito de convergência ultrapassa a transposição de um formato para outro. A linguagem também é uma questão fundamental, já que cada meio tem a sua peculiaridade e o jornalismo precisa criar mecanismos para fidelizar o usuário (leitor).

Atualmente, os veículos de comunicação de médio e pequeno porte encontram dificuldade em administrar o volume de acessos que, paradoxalmente, ocorre de forma satisfatória em relação aos blogs e demais canais de veiculação de notícias na Internet.

Objetivos

Dessa forma, buscamos compreender esse fenômeno e identificar os elementos que geram o interesse dos usuários. A partir dessa percepção, pretendemos analisar o impacto da técnica de produção transmídia como estratégia de linguagem para impulsionar o engajamento dos usuários no universo do jornalismo online.

Material e métodos

O projeto de pesquisa será desenvolvido com base em uma revisão bibliográfica, pesquisa de campo, que envolverá entrevistas com profissionais que atuam na área de jornalismo online e com usuários (leitores) e análise de experiências transmídia para identificar um modelo apropriado para os veículos de comunicação de médio e pequeno porte.

Resultados e discussões

Acreditamos que essa pesquisa represente uma contribuição para o processo de convergência, já que, como observado por Renó (2013), a produção transmídia “propõe a construção de conteúdo expansível a partir de diferentes discursos – independentes entre si - por distintas plataformas e que em conjunto constroem um novo discurso”.

Considerações finais

Assim, é um instrumento que possibilita o estágio de ativação, estimulando a participação do usuário no processo de interação e participação plena, o que fortalecerá a identificação do usuário com o conteúdo produzido.

Referências bibliográficas

BARBOSA, S. Jornalismo on-line: dos sites noticiosos aos portais locais. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 14, 2011, Campo Grande. Anais eletrônico. Campo Grande: Intercom, 2011. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-suzana-jornalismo-on-line.html>>. Acesso em 14 abr. 2013.

CASTELLS, M. A sociedade em rede - a era da informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, 2005. v. 1.

IBOPE. 70% dos leitores de jornais online postam conteúdo na internet. São Paulo, 14 set. 2012. Disponível em: <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/70-dos-leitores-de-jornais-online-postam-conteudo-na-internet.aspx> . Acesso em 15 abr. 2014.

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

LÉVY, P. Cibercultura. 2ª ed. São Paulo: Ed. 34, 2005.

MCLUHAN, M. Os meios de comunicação como extensões do homem. 18. ed. São Paulo: Cultrix, 2006.

RENÓ, D. Diversidade de modelos narrativos para documentários transmídia. Doc On-line, n. 14, agosto de 2013, p. 93-112. Disponível em: http://www.doc.ubi.pt/14/dossier_denis_reno.pdf . Acesso em: 26.jul.2015

SCOLARI, C.A. Narrativas transmídias: consumidores implícitos, mundos narrativos e branding na produção da mídia contemporânea. Revista Científica de Comunicação Social da FIAM-FAAM, São Paulo, Jan./Jun.2015, v. 1, n. 3, 2015. Disponível em: <http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/291/298>. Acesso em: 12.jun.2015

SPINELLI, E. M; RAMOS, D. O. A reportagem multimídia no Clarín.Com e a pesquisa por uma linguagem digital. In: HAUSSEN, D. F.; CIMADEVILLA, G.; MORAIS, O. J. (org.) A comunicação no mercado digital: 1º Colóquio Brasil-Argentina. São Paulo: Intercom, 2007. p.129-142.

A MÍDIA COMO FERRAMENTA DE REITERAÇÃO DE ESTIGMAS

Annelize Pires Augusto

Palavras-chave: Meios de comunicação; Travestis; Identidade; Representação; Folha de S. Paulo

Este artigo tem como objetivo compreender como um veículo pode legitimar determinadas representações a partir do uso e da contínua utilização de determinadas representações que estão presentes no histórico popular. Os meios de comunicação como representantes do pensamento pós-moderno seriam, também, agentes sociais na contribuição para a mudança de conceitos criados pelo corpo social em outro período do espaço-tempo. No entanto, nota-se que como uma das faces participantes do ciclo de troca de conceitos simbólicos que envolve sociedade e meios de comunicação, ambos continuam se utilizando de formas identitárias que podem não corresponderem com a atualidade. Ao reproduzir pensamentos obsoletos, continua-se influenciando os demais a também os utilizarem. Por meio da análise de conteúdo, serão aplicadas teorias sobre cultura, identidade e gênero de autores como D. Cuche, A. Giddens e D. Kulick, para verificação de duas matérias.

Os veículos de comunicação estando em situação de interação direta com o corpo social, atuam como prolongamentos das representações invocadas pelos grupos que desejam atingir, uma vez que não é possível estar de acordo de maneira totalitária com todas as formas de reprodução simbólica presentes no corpo social. Partindo da utilização de conceitos amplamente disseminados nestes grupos, cada veículo seleciona as formas de interpretação da cultura vigente para estruturarem suas matérias. No entanto, muitas vezes, as representações mais disseminadas são produzidas por grupos que tem maior visibilidade e o poder de estruturarem e legitimarem representações sociais. Mesmo com a possibilidade midiática de mostrar-se polifônica, nota-se que tal polifonia é seletiva, sendo escolhidas fontes representantes de uma parcela maior da sociedade. Travestis sofrem com estigmas e preconceitos reproduzidos, não apenas pelos indivíduos do corpo social, como também pelos veículos que se utilizam das representações socialmente construídas e que seguem sendo utilizadas. Em inúmeras ocasiões, as travestis são tratadas como pessoas que estariam ligadas a prostituição, situações marginalizadas e atividades ilícitas.

Em quinze de fevereiro de 2003, foram publicadas no caderno cotidiano da Folha de S. Paulo, as matérias intituladas "Área nobre faz obra antiprostituição" e "Travesti diz que não sai do local", a primeira descrevendo que os moradores de uma região nobre de São Paulo se uniram para fazer um projeto arquitetônico com o objetivo de inibir travestis e garotas de programa a ficarem na região. Já a segunda matéria entrevistou uma travesti que trabalha na região, no entanto, mesmo com a intenção de dar voz ao outro lado, alguns aspectos culturais continuam sendo utilizados, como o uso do masculino para se referir às travestis. Nota-se também que apenas foi entrevistada uma travesti que trabalha na região, garotas de programa cisgênero não, como se apenas as travestis se prostituíssem e fossem consideradas como sendo "problemas" pela população.

Entende-se que as matérias são informativas e, apesar de tentarem mostrar as duas faces da situação, reiteram o estigma que associa travestis a prostituição e a criminalidade, mesmo que a segunda matéria busque dar voz a uma travesti e seja finalizada com a realidade de grande parte das travestis que convivem com o abandono familiar e têm na prostituição a única opção.

Referências Bibliográficas

CUCHE, D. A noção de cultura nas ciências sociais. Tradução Viviane Ribeiro. 2a Edição. Bauru: Edusc, 2002.

KULICK, D. Travesti: prostituição, sexo, gênero e cultura no Brasil. Tradução: Cesar Gordon. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2008.

GEERTZ, Clifford. A interpretação das culturas. 1a edição. Rio de Janeiro: Editora LTC, 2012.

GIDDENS, A. A constituição da sociedade. Tradução Álvaro Cabral. 3a ed. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2009.

NÚCLEO DE ESTUDOS E OBSERVAÇÃO EM ECONOMIA CRIATIVA - NEOCRIATIVA

Ariadne Mussato

Isabela Holl Cirimbelli Grossi Pereira

Palavras-chave: Jornalismo; Economia; Criativa; Midia; Radical.

1 – Breve descrição da pesquisa

A sociedade capitalista está organizada de modo a estimular competições em todas as relações. E a comunicação não é uma exceção. Para uma notícia ser pautada há grande concorrência. As informações estão carregadas de ideais, tanto políticos quanto éticos. Dessa forma, o processo de elaboração da informação se torna complexo, transformando as redações em um espaço de disputas políticas.

Na contra mão da disputa pela informação, temos a denominada Mídia Radical. Movimentos sociais e grupos acêntricos encontram neste meio uma forma de se expressarem, fugindo da visão que predomina na mídia tradicional.

As mídias radicais podem transformar as relações de poder no jornalismo, amparadas pelo know-how da área. Apurar informações, entrevistar e produzir uma matéria ganham novos sentidos quando apropriados por movimentos sociais e grupos acêntricos, visibilizando o segmento e pautando demandas sociais excluídas.

O NeoCriativa discute a economia criativa e seus desdobramentos no município de Bauru desde 2011, no intuito de trazer inovações para comunicação e educação na cidade. O território criativo de Bauru propicia a atuação sociocultural dos ApliCs que, por sua vez, demandam de novos meios e modos para se comunicarem. As atividades do grupo valem-se da mídia radical como alternativa de representação social e confronto de informações com os meios tradicionais.

2 - Objetivos

O objetivo do NeoCriativa é identificar Arranjos Produtivos Locais Intensos de Cultura – ApliCs – e os seguimentos criativos da cidade, cadastrando-os no mapeamento disponível em nosso site. Assim, facilitamos a comunicação entre os arranjos criativos e os ajudamos a ter maior visibilidade, visando o desenvolvimento de políticas públicas.

Também é de interesse do projeto fomentar a discussão sobre economia criativa entre os agentes culturais de Bauru, capacitando-os para que possam desenvolver melhor suas atividades.

3 – Materiais e Métodos

Tanto para o mapeamento de ApliCs quanto para a produção de conteúdo para as mídias do NeoCriativa trabalha-se com a metodologia de entrevistas e pesquisas documentais sobre a população de Bauru. Os materiais utilizados pelo NeoCriativa consistem em uma plataforma online, o site e as mídias sociais. O projeto também dispõe de câmera, gravadores e um banco de dados são armazenadas as informações sobre os APLICS.

4 – Resultados e discussões

O projeto almeja fortalecer a difusão de informação por meio de suas mídias, servindo de referência para os grupos acêntricos com os quais se relaciona. Com base neste diálogo, visa-se criar uma rede de discussão sobre economia criativa e mídia radical, implementando comunicação e visibilidade para com os arranjos criativos.

5 – Conclusão

O fazer notícia atende interesses – sociais, políticos e ideológicos – confrontando o jornalista entre seus princípios para conseguir um status social e uma carreira de prestígio. O mercado da informação traz pautas hegemônicas que exclui classes sociais.

A plataforma digital contribui com a democratização da comunicação. Além da tecnologia, as mídias radicais englobam manifestações culturais como dança de rua, teatro, poemas, penteados, grafite, ditos populares. A apropriação destes suportes por grupos acêntricos proporciona a difusão de conteúdos periféricos.

Os conteúdos online do NeoCriativa são da mídia radical, pois o site e a página nas redes sociais servem de aporte para informações contra-hegemônicas, que não são divulgadas pela mídia de Bauru. As manifestações de movimentos feministas, protestos estudantis e denúncias de injúrias raciais, por exemplo, são temas abordados pelo NeoCriativa como veículo noticioso.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COSTA, Armando D., SOUZA-SANTOS, Elson R. Economia criativa: novas oportunidades baseadas no capital intelectual. Universidade Federal do Paraná, 2011

EXPERIMENTAÇÕES AUDIOVISUAIS

Barbara dos Santos

Palavras-chave: Filosofia da diferença; Experimentação; Fotografia; Criação coletiva; Gilles Deleuze.

Este projeto de aprimoramento técnico articula-se a um projeto de pesquisa e ação comunitária, no qual se propõem encontros entre conceitos do filósofo Gilles Deleuze, entre palavras e imagens, entre imagens, entre experiências, entre tempos. Acreditamos que a composição entre a fotografia, o cinema e a literatura criará novos movimentos para pensar a educação e o envolvimento da comunidade em ações em que a arte é resistência e política de diferenças da vida e da existência.

O trabalho tem por objetivo aprofundar-se, teoricamente, na relação entre palavras e imagens para se pensar a área da educação e da arte pelas teorizações da filosofia da diferença de Gilles Deleuze, bem como formar-se em pesquisa no trabalho conjunto da equipe multidisciplinar que trabalha no projeto mais amplo, proporcionando a criação de objetos de exposição artística em que a relação entre universidade e sociedade seja contemplada.

O trabalho foi realizado com três participantes, residentes em casas de abrigo e que diariamente estão alocados no terminal de ônibus do centro de Campinas – SP. Foi entregue a eles apenas uma cartolina branca e um pincel preto, sendo solicitado que eles registrassem, por meio de linhas, como eles se veem na cidade. Após o desenho realizado, a bolsista conversou com cada um dos participantes, na tentativa de compreender como cada elemento desenhado se articula ao discurso de resistência, fragmentação e abandono. Essas conversas foram registradas no gravador de um telefone celular, para posterior análise dos dados.

A partir dos registros dos participantes do trabalho, foi possível verificar a recorrência dos clichês; a escrita como linhas que apostam no gesto, na tentativa de dizer para o outro as suas angústias e anseios. Tais registros estão sendo organizados em artefatos para a exposição do projeto que ocorrerá no segundo semestre do presente ano.

Referências Bibliográficas

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. O que é filosofia. São Paulo: 34, 1992.

DELEUZE, Gilles. Sobre o teatro. Um manifesto de menos. O esgotado. Tradução de Fátima Saadi, Ovídio de Abreu e Roberto Machado. Rio de Janeiro: Zahar, 2010. 112 p.

PUBLICIDADE NO JORNALISMO

Bruna Pessoa Sampaio

Palavras-chave: Comunicação; Jornalismo; Publicidade.

Ao longo da história a publicidade vêm se mostrando um caminho mais viável para o financiamento e manutenção dos jornais impressos, porém com o avanço dos meios tecnológicos há uma grande migração da procura de informação dentro dos meios. O trabalho tem com um dos objetivos analisar como essa migração, tanto de materiais jornalístico, quanto publicitário está se desenvolvendo, comparando o conteúdo dos mesmo jornais em ambas as plataformas de publicação: impresso e on-line.

As pesquisas que serão desenvolvidas ao longo da evolução da Iniciação Científica tem como principal objetivo analisar e comparar a publicidade no conteúdo jornalístico e suas principais características quando publicado em jornais impressos e na internet, pois com o avanço dos meios tecnológicos e comunicação eletrônica (redes sociais) tanto a informação quanto a publicidade ganham novas formas e características. Busca-se entender as consequências dessa migração de impresso para online e como está se desenvolvendo.

O trabalho tem como objetivo geral analisar as campanhas publicitárias nos jornais impressos e em suas plataformas online. Os objetivos específicos são analisar como a migração da procura de informação para as plataformas online impacta os jornais e o conteúdo publicitário, explicar como o avanço dos meios tecnológicos influencia a publicidade nos jornais impressos e estudar a função e evolução da publicidade nos conteúdos jornalísticos ao longo da história.

Para o desenvolvimento do trabalho serão desenvolvidas pesquisas, sob a orientação do Prof. M.e Vitor Brumatti, em artigos já publicados sobre o tema, com embasamento teórico em pesquisadores na área jornalística e publicitária e será feita a comparação do material de um mesmo jornal na sua forma impressa e on-line. Buscando a maior compreensão do tema abordado.

O trabalho ainda se encontra em desenvolvimento e em fase inicial, mas pode-se apontar como uma das principais discussões entender as consequências da migração do conteúdo jornalístico e publicitário para a plataforma online. E como resultados, espera-se encontrar as respostas dos objetivos gerais e específicos.

Com a participação e apresentação do trabalho na Jornada Multidisciplinar e com as discussões apresentadas espera-se encontrar caminhos para a continuação da evolução do trabalho de Iniciação Científica.

BIBLIOGRAFIA

<http://revistas.pucsp.br/index.php/nexi/article/download/3318/4559>

<http://portalimprensa.com.br/cdm/caderno+de+midia/66349/publicidade+nos+jornais+impressos+resp+onde+por+93+do+faturamento+do+mercado>

<http://observatoriodaimprensa.com.br/oitv/publicidade-na-midia/>

ASCENSÃO E QUEDA EM “GODS OF BRAZIL”: REFLEXÕES SOBRE A TRAJETÓRIA DE PELÉ E GARRINCHA E A JORNADA DO HERÓI, DE JOSEPH CAMPBELL

Bruno Navarini Rosa

José Carlos Marques

Palavras-chave: Pelé; Garrincha, Jornada do Herói; Joseph Campell; Documentário.

Segundo a professora e educadora Katia Rubio (2001), os atletas de alto rendimento podem ser classificados como “uma espécie de herói onde quadras, campos, piscinas e pistas assemelham-se a campos de batalhas em dias de grandes competições” (RUBIO, 2001, p.99).

Dessa forma, os passos dos futebolistas Garrincha e Pelé, retratados no documentário “Gods of Brazil” podem ser analisados de acordo com a Jornada do Herói, de Joseph Campbell, no intuito de averiguar se os atletas, classificados como deuses pela produtora do longa-metragem, cumprem os preceitos necessários para serem considerados figuras mitológicas.

Objetivos

O presente estudo tem por objetivo analisar o documentário “Gods of Brazil” (2002, produzido pela BBC – British Broadcasting Corporation), promovendo uma comparação entre as trajetórias dos dois personagens principais do longa-metragem, os futebolistas Pelé e Garrincha, e a Jornada do Herói, proposta por Joseph Campbell, estudioso que é referência na temática da mitologia universal.

Material e Métodos

Para assegurar uma fundamentação teórica sólida e abrangente, este estudo se apoia na literatura já produzida sobre temas relevantes à pesquisa, o que permite não apenas o conhecimento dos passos da Jornada do Herói, mas também das técnicas e resultados decorrentes da comparação de tal estrutura com o objeto de estudo escolhido.

O objeto a ser analisado é o documentário “Gods of Brazil”, lançado no ano de 2002 e produzido pela BBC – British Broadcasting Corporation. O longa-metragem conta a carreira de Garrincha e Pelé, dois dos maiores jogadores de futebol de todos os tempos.

A aplicação da teoria no objeto se dá por meio da localização de elementos no documentário que se encaixam nos tópicos propostos por Joseph Campbell, de forma a comprovar a passagem dos futebolistas pelas etapas descritas no caminho do herói mitológico.

Resultados e Discussões

Os resultados obtidos por meio da análise apontam que as trajetórias de Pelé e Garrincha, retratadas no documentário “Gods of Brazil”, deixam claro que os atletas transitaram pelas três etapas (Separação, Iniciação e Retorno) da Jornada do Herói, vivenciando cada fase sem distinções significativas ao modelo proposto por Campbell. No entanto, Garrincha apresenta grandes dificuldades nos tópicos do item Retorno, quando regressa da grande aventura e tem a missão de compartilhar a sabedoria obtida.

Considerações finais

Conforme cita Campbell (2007), existe uma diferenciação entre o herói comum e o herói eleito, sendo que “onde o herói comum teria um teste diante de si, o eleito não encontra nenhum empecilho e não comete erros” (CAMPBELL, 2007, p.163). O roteirista Christopher Vogler (2006) reforça a ideia alegando que apenas o herói de verdade é capaz de retornar da aventura e compartilhar seu elixir com os demais. Diante de tais afirmações, é possível concluir que, em “Gods of Brazil”, Pelé apresenta uma trajetória semelhante à de um herói eleito, enquanto Garrincha sucumbe no final de sua jornada, o que o caracteriza como um herói comum.

Referências

CAMPBELL, Joseph. Mito e transformação. São Paulo: Ágora, 2008.

CAMPBELL, J. O herói de mil faces. São Paulo: Pensamento, 2007.

CAMPBELL, J. O poder do mito. São Paulo: Palas Athena, 1990.

RUBIO, K. O atleta e o mito do herói: o imaginário esportivo contemporâneo. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2001.

VOGLER, C. A jornada do escritor: estruturas míticas para escritores. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2006.

A SIMBOLOGIA ESOTÉRICA NA DIAGRAMAÇÃO DE PROMETHEA: PREENCHENDO O MULTIRREQUADRO

*Caio José Ribeiro Chagas
Monique dos Santos Nascimento*

Palavras-chave: Quadrinhos; Linguagem; Diagramação; Simbologia

A história em quadrinhos *Promethea* (*America's Best Comics*, 32 revistas, 1999-2005) apresenta uma temática mística e ocultista, e sua narrativa é permeada de conceitos advindos de tradições esotéricas ocidentais. Esses conceitos - caracterizados por muitas camadas de significado e níveis de compreensão - são tradicionalmente ensinados através de uma complexa simbologia que envolvem formas, glifos, números, letras e algarismos.

Os criadores Alan Moore, J. H. Williams III e Mick Gray colocam na obra uma grande carga desse conteúdo simbólico valendo-se de um uso diferenciado dos recursos imagéticos e parâmetros espaçotópicos típicos da linguagem das histórias em quadrinhos, especialmente no que tange à utilização dos espaços entre os quadros - ou espaços intersticiais - como recurso para potencializar o sentido da narrativa. Esses espaços, denominados entrequadros, são aquilo que Scott McCloud (1995) se refere, em sua obra *metalinguística, Desvendando Os Quadrinhos*, como *sarjeta*, conceito que ele defende como sendo "responsável por grande parte da magia e mistério que existem na essência dos quadrinhos" e afirmando que é "no limbo da sarjeta que a imaginação humano capta duas imagens distintas e as transforma em uma única ideia" (McCloud, 1995, p.66). Esses entre-quadros quase sempre figuram de forma discreta - ou 'invisível' nas palavras de McCloud - sendo reduzidos a meros espaços negativos.

Diferentemente do que geralmente ocorre nas histórias em quadrinhos, onde o conteúdo icônico é restrito ao interior do quadro, na diagramação de *Promethea*, todos os elementos da página contribuem para a formação de sentido. Tanto os requadros - os desenhos externos, que definem os limites dos quadros - quanto a margem e os próprios entrequadros são explorados como se fossem eles mesmos quadros em sua própria potencialidade, tendo um papel preponderante na construção de sentido da obra, pois é através de sua forma e preenchimento que a obra cria uma rede de significados simbólicos que traz para o leitor elementos chaves para a compreensão, não somente da narrativa em si, mas dos conceitos esotéricos nela contidos.

Referências Bibliográficas

GROENSTEEN, T. O sistema dos quadrinhos. Nova Iguaçu, RJ: Marsupial Editora, 2015

MCLOUD, S. Desvendando os quadrinhos. São Paulo, M Books do Brasil Editora, 1995.

MOORE, A., WILLIAMS III, J. H., GRAY, M. *Promethea*, volume 1. Baurueri, SP: Panini Books, 2015.

PSICOLOGIA DAS CORES APLICADA ÀS MARCAS

*Carla Negrin Fernandes de Paiva
Márcia Regina Corrêa Negrin*

Palavras-chave: Palavras-chave: Cores; Influência; Consumidores; Marcas.

RESUMO- A presente pesquisa mostrará de que maneira a percepção de um consumidor pode ser afetada através das cores utilizadas em marcas, em seu logo e como elas são usadas de maneira a atrair mais consumidores da forma mais adequada.

OBJETIVOS- O objetivo da pesquisa é analisar quais benefícios a escolha das cores do logo de uma marca pode trazer inclusive para atrair consumidores, investigando como essas cores tem impacto na percepção acerca da marca para representá-la.

METODOLOGIA- Para o desenvolvimento do projeto, serão realizados levantamentos bibliográficos, com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos (GIL, 2002) e será uma pesquisa explicativa.

RESULTADOS E DISCUSSÕES- Na criação de uma marca, em seu logo, o que fazer para destacá-lo em meio a tantos concorrentes? A cor pode ser um destes destaques, que irá atrair o consumidor e ganhá-lo, em meio a tantas outras marcas no mercado, ocupando certo espaço e adquirindo um significado que pode ser utilizado a favor da empresa.

Um exemplo de que as cores podem influenciar na percepção, chegando a trazer benefícios, se mostra de maneira simples no nosso dia a dia como constata Crepaldi (2000, p. 02)

Em nossa experiência diária somos testemunhas de que ao escolher um objeto de uso pessoal [...] nós o fazemos frequentemente em função da cor ou das cores de nossa preferência e, não raro, rejeitamos um artigo, unicamente em função da cor não nos agradar.

Cores, portanto, despertam sensações e mexem com o psicológico tendo certo poder no nosso dia a dia, onde segundo pesquisas, 80% das pessoas acreditam que cores aumentam o reconhecimento de uma marca e a mesma pode ser responsável por 60% da aceitação ou rejeição de um produto ou serviço.

Assim elas causam diferentes efeitos em cada tipo de pessoa, e compreender a relação delas com a personalidade do público que uma empresa quer atingir, ajuda a marca a criar a melhor estratégia e atrair mais consumidores.

Um exemplo são empresas que trabalham com as cores vermelho, laranja e amarelo, para atrair consumidores que compram por impulso, muito utilizado no setor alimentício como o Mcdonald's.

O logotipo de uma empresa é uma de suas características mais importantes e que a identifica no mercado, sendo então essencial que tome todos os cuidados necessários na sua construção e na utilização das cores para afetar a percepção do consumidor de maneira positiva e trazer benefícios.

CONCLUSÃO- Com a importância das cores definidas, mostrando que ela pode agregar significados e isso pode trazer benefícios se usado da melhor maneira, conclui-se que os consumidores têm um papel ativo no reconhecimento de uma marca e que essas devem levar em consideração a percepção de seu público alvo, e as cores também, e se usados da maneira ideal, geram retornos positivos, como comprovado.

BIBLIOGRAFIA

COR do logotipo influencia como os clientes se sentem sobre a marca: estudo. Hypescience, 2015. Disponível em: <<http://hypescience.com/cor-do-logotipo-influencia-como-os-clientes-se-sentem-sobre-a-marca-estudo/>>. Acesso em: 10 de jul 2016.

CREPALDI, Lideli. O universo das cores em Propaganda. In: XXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação- Intercom, 2000, Manaus, 2000. Acesso em: 10 jul 2016.

GIL, Antônio Carlos. Métodos e Técnicas de Pesquisa Social. São Paulo: Editora Atlas, 2008. Disponível em: <<https://ayanrafael.files.wordpress.com/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9nicas-de-pesquisa-social.pdf>>. Acesso em 12 jul 2016.

OLIVEIRA, Edson. Psicologia das Cores No Marketing e Nas Vendas [Infográfico Completo]. Mais Persuasão, 2015. Disponível em: <<http://maispersuasao.com.br/psicologia-das-cores>>. Acesso em: 12 jul 2016.

A MÍDIA TV E USO DE SUAS TECNOLOGIA NO AUXÍLIO DA EDUCAÇÃO DE JOVENS E ADULTOS

Carlos Eduardo da Trindade Ribeiro

Priscila Pereira Martins Ribeiro

Palavras-chave: T-Learning; Educação; Aprendizagem; Tecnologia.

Segundo o IBGE (2015), a TV está presente em cerca de 97.2% dos lares brasileiros um total de 63,3 milhões de domicílios e 19,7 milhões (31,2% do total) das casas com TV recebe sinal digital, configurando-se como um veículo de comunicação de massa.

A televisão continua sendo o meio de comunicação mais utilizado pelos brasileiros. Dentro deste cenário, pode-se inferir que a TV Digital Interativa poderá ser a principal fonte de informações, buscando utilizar o recurso tecnológico televisivo para que a população se beneficie com a possibilidade de acessar informações complementares, transformado assim o usuário de TV outrora um simples telespectador e receptor de informação em um contribuinte provedor de informação, podendo por exemplo enviar perguntas, curiosidades, interagir com outros usuários, entre outras. (CASTRO, 2011).

Imaginem o uso que se pode dar no setor educacional e auxiliando na educação de jovens e adultos, viabilizando a formação e educação desta massa que não pode frequentar escolas formais e não tem acesso ao computador.

É fato que a Educação a Distância está cada vez mais presente nos lares brasileiros, aliado ao avanço das Tecnologias de Informação e Comunicação, proporcionou um crescimento inopinado, partindo do velho e convencional envio de materiais pelos correios aos atuais ambientes virtuais de aprendizado.

A utilização da internet e o uso de suas tecnologias ligadas ao Educação a Distância (EaD) é a grande viabilidade da interação, tanto síncrona quanto assíncrona, que ela comporta.

O grande merecimento não é utilização da tecnologia em si, mas sim as possibilidades geradas por ela, onde o há a possibilidade do aluno receber o material de apoio de forma diferenciada e os professores ficariam mais concentrado no acompanhamento dos aprendizados dos alunos.

A educação a Distância (EaD) se tornou-se uma real prática educacional com expressiva interação pedagógica onde o docente assume novos métodos no processo de ensino-aprendizagem.

O presente estudo da pesquisa tem como objetivo o despertar e incentivar a iniciação de projetos de inserção da Interatividade da TV Digital no processo de ensino e aprendizagem. Como ferramenta abrangente e facilitadora, a TV Digital proporciona à educação maior acessibilidade de informações, promovendo um aprimoramento do conhecimento do aluno e professor, além de uma presença mais efetiva dos pais na educação.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Com o estudo pretende-se entender o ciclo de ensino e aprendizagem pela mídia e uso da tecnologia da TV, enriquecida com os recursos que a TV Interativa pode proporcionar. A avaliação da performance no processo de aprendizagem de alunos que irão fazer uso da programação educativa veiculada pela TV Interativa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao olhar educacional a TV Brasileira Digital, pode assumir um outro papel dentro do contexto de vida e hábitos da população em geral, podendo alcançar como resultados: a capacidade de especificar e desenvolver aplicações e interfaces na área de educação em ambientes de TV Digital Interativa.

REFERÊNCIAS

Castro, C. A Produção de Conteúdos Digitais Interativos como Estratégia para o Desenvolvimento – um breve estudo sobre a experiência latino-americana em TV digital, Universidade Metodista de São Bernardo (UMESP), Programa De Pós-Doutorado, 2011.

IBGE. Estatísticas de Domicílios Brasileiros. Domicílios Brasileiros (%) com Rádio TV, Telefone, Microcomputador e Micro com Acesso à Internet. Disponível em: <<http://www.teleco.com.br/pnad.asp>>. Acesso em: 09/05/2016.

IBGE. Mais de 50% de domicílios brasileiros têm apenas TV de tubo, diz IBGE, 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2015/04/mais-de-50-de-domicilios-brasileiros-tem-apenas-tv-de-tubo-diz-ibge.html>>. Acesso em: 10/05/2016.

PENSANDO A DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO NO BRASIL: DESAFIOS E PERSPECTIVAS

Carlos Henrique Demarchi

Palavras-chave: Economia Política da Comunicação; Democratização; Radiodifusão; Políticas públicas; Concentração.

(1) Breve descrição da pesquisa: A concentração da propriedade dos meios de comunicação, em especial os de radiodifusão (TV aberta), tem raízes históricas no Brasil. Em 1980, a preocupação com a tendência concentradora dos meios de comunicação veio à tona com a publicação do Relatório MacBride, documento que sinalizou a necessidade de medidas para democratizar a comunicação, mediante o esforço conjunto das nações para o estímulo a conteúdos alternativos (UNESCO, 1993). Para Huntington (1994), a transição para a democracia em vários países nas décadas de 1970 e 1980 pode ser compreendida a partir de um processo marcado por negociações, acordos e compromissos. Considerando os principais atores envolvidos no tema – Estado, mercado e sociedade civil –, o artigo discute os desafios para a democratização da comunicação no Brasil e a relevância da implementação de políticas públicas no campo da radiodifusão. A discussão toma como aporte teórico a Economia Política da Comunicação (EPC), cujos estudos analisam as lógicas do mercado e a regulação promovida por parte do Estado a partir da movimentação entre os diversos atores da sociedade (CABRAL, 2008). Para Moraes (2011), a articulação entre governos e movimentos sociais permite a aplicação de políticas públicas para uma radiodifusão descentralizada, o fomento à produção audiovisual independente e a livre circulação de conteúdos não mercantilizados.

(2) Objetivos: Compreender os debates sobre a democratização da comunicação e indicar os desafios enfrentados para as políticas públicas avançarem na área da radiodifusão no contexto brasileiro.

(3) Material e métodos: O trabalho se baseia no exame da revisão bibliográfica sobre o assunto no âmbito da economia política da comunicação.

(4) Resultados e discussões: O quadro brasileiro da radiodifusão, que poderia trazer espaços de democratização, é marcado pela presença de poucos atores quando se analisam as políticas para a área. A partir da compreensão do papel desses agentes, verifica-se o lobby empresarial das empresas privadas de mídia e a falta de ações governamentais em viabilizar mudanças. Ao mesmo tempo, há que se reconhecer que a política pública é um fenômeno complexo, baseado em inúmeras decisões tomadas por muitos indivíduos e organizações no interior do próprio governo, e que essas decisões são influenciadas por outros atores que operam interna e externamente no Estado. (HOWLETT; RAMESH; PERL, 2013).

(5) Considerações Finais: A democratização da comunicação não se encerra com a reforma do arcabouço legal para a área. Deve envolver e garantir a participação da sociedade em todas as etapas do ciclo de políticas públicas, da tomada de decisão ao acompanhamento e avaliação das decisões. Por fim, cumpre destacar que a recomposição do papel do Estado e a atuação conjunta com a sociedade civil e o empresariado são medidas estratégicas para o desenvolvimento do país, diante do poder cada vez maior dos meios de comunicação sobre a economia, a política e a cultura.

(6) Referências bibliográficas:

CABRAL, A. Economia política da comunicação no Brasil: terreno fértil para análises maduras. In: BRITTOS, V; CABRAL, A. (Orgs.). Economia política da comunicação: interfaces brasileiras. Rio de Janeiro: E-papers, 2008. p. 76-88.

HOWLETT, M.; RAMESH, M.; PERL, A. Política Pública, seus ciclos e subsistemas: uma abordagem integradora. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

HUNTINGTON, S. P. A terceira onda: a democratização no final do século XX. São Paulo: Ática, 1994.

MORAES, D. Vozes abertas da América Latina: Estado, políticas públicas e democratização da comunicação. Rio de Janeiro: Mauad X: Faperj, 2011.

UNESCO. Un solo mundo, voces múltiples: comunicación e información em nuestro tiempo. México: Fondo de Cultura Económica, 1993.

O PARTICIPATÓRIO – OBSERVATÓRIO PARTICIPATIVO DA JUVENTUDE A ATUAÇÃO DA JUVENTUDE NA INTERNET

Caroline Mazzer de Souza

Caroline Kraus Luvizotto

Palavras-chave: Juventude, Participação, Internet.

O objetivo desse estudo é refletir sobre a utilização da internet para ações de participação política e social pelos jovens no Brasil. Nosso objeto empírico é o website Participatório – Observatório Participativo da Juventude, uma plataforma online lançada em agosto de 2013 como parte da resposta da Secretaria-Geral da Presidência da República aos protestos que tomaram as ruas brasileiras em meados daquele ano.

Alem de refletir sobre a utilização da internet para ações de participação política e social dos jovens no Brasil este estudo analisa o conceito de participação e participação online; descreve e caracteriza o website Participatório no contexto da participação online, buscando verificar sua abrangência e performance; e analisa o potencial das tecnologias digitais na revitalização da democracia.

Muitas ações de caráter político-social se fortaleceram e se potencializaram a medida em que a internet deu suporte a elas, utilizando sua arquitetura em rede para disseminar informação e promover a discussão coletiva. A partir dessa ferramenta foi possível propor e organizar ações e ampliar os canais de participação. Pereira (2011, p. 16) explica que o potencial da internet concentra-se em “atingir indivíduos que, a princípio sem vinculações políticas às instituições clássicas de organização da sociedade civil, estejam dispostos, desde que sejam “devidamente” convencidos, a participar de ações específicas de protesto, cibernéticas ou não, que tenham alguma identidade com seus interesses e percepções de mundo”.

Os recursos da internet e as ferramentas web 2.0 facilitaram a criação e a circulação de conteúdos aos usuários da internet, que podem atuar como leitores, autores, produtores e editores de conteúdo informacional multimídia. O usuário não é mais pensado como agente passivo, mas como desenvolvedor de conteúdo. Essa segunda geração de ferramentas online potencializa as formas de publicação, interação, compartilhamento e organização de informações, além de expandir os espaços para a colaboração entre os participantes.

O estudo apresenta resultados teóricos e empíricos diretamente relacionados com a participação político-social online e o potencial da internet e suas ferramentas no fortalecimento da cidadania. De acordo com Rothberg, Luvizotto e Vanzini (2014), o Participatório apresenta-se como ferramenta que se beneficia das novas tecnologias de informação e comunicação, ainda que sejam necessários aperfeiçoamentos, a serem desvendados por pesquisas futuras. Um desses resultados aponta que, apesar de o Participatório utilizar as NTIC para o incremento do engajamento e da participação política, com a promessa de aproximar os jovens das discussões políticas e sociais propostas pelo governo federal, observou-se o uso insuficiente nos primeiros meses após seu lançamento e isso indica que muitos esforços devem ser empregados para atingir os objetivos que o website pretende atingir.

O ROCK AMPLIFICADO PELA TELEVISÃO BRASILEIRA: UM ESTUDO DA RECEPÇÃO DO PROGRAMA JOVEM GUARDA

Cláudia Regina Paixão

Palavras-chave: Recepção; Mediações; Produção de Sentido; Televisão; Jovem Guarda

Em meados dos anos 60, o Brasil se deparava com o golpe militar e com um cenário cultural efervescente: Bossa Nova, Jovem Guarda, Festivais e Tropicália. A maioria dessas manifestações musicais foi midiaticizada pela televisão, a principal divulgadora da produção musical desta década.

Dentre os vários musicais televisivos destaca-se o programa Jovem Guarda, da TV Record, criado em setembro de 1965. Calçado no rock'n roll e em sua tradução nacional, o "iê-iê-iê", o Jovem Guarda em pouco tempo alcançou o topo da audiência. Seus apresentadores, principalmente Roberto Carlos, tornaram-se ídolos juvenis.

O programa extrapolou os limites da televisão e virou um movimento cultural muito criticado pelos nacionalistas e por parte da classe artística por incorporar instrumentos eletrônicos, abordar nas canções temas considerados "alienados" e ter como principal referência uma música feita fora do país.

O Jovem Guarda esteve no centro de um dos mais acalorados debates sobre a música e a cultura brasileira. As críticas, contudo, não se restringiam somente ao programa, mas recaíam no público. Quando se acusava o Jovem Guarda de despolitizado, internacionalizado e alienado, indiretamente criticava-se também a audiência do programa.

Desta forma, esse estudo pretende dar luz ao público desse programa e investigar se as produções de sentido reiteradas ao longo do tempo, pelos livros e crítica musical, em relação ao programa Jovem Guarda, correspondem de fato ao processo de recepção.

Ancoram essa proposta os estudos culturais e a teoria das mediações formulada por Jesús Martín-Barbero. Esses estudos nos apontam para um receptor ativo, construtor dos significados das mensagens, definidor do uso dos meios e inserido em um contexto sociocultural que media a forma como as mensagens serão recebidas; é nesta perspectiva metodológica que este projeto se fundamenta. Pretende-se recorrer a uma estratégia metodológica centrada em memórias dos entrevistados. Compreender o passado também é uma forma de atualizar o presente, por isso a opção metodológica pela história oral ou história de vida se faz pertinente para este objeto.

Ao pôr luz sobre a recepção do programa, este estudo pretende oferecer outra leitura desse movimento cultural, sob a ótica de seu público. Abordagem fundamental também para o processo de produção de sentido do movimento nos dias atuais. É um estudo relevante tanto aos acadêmicos, estudiosos de música e comunicação, como ao público, co-produtores dessas produções de sentido.

Referências Bibliográficas

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, J; BARROS, A. (Orgs.). Métodos e Técnicas de pesquisa em comunicação. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2011. p. 62-83.

FRÓES, Marcelo. Jovem Guarda: em ritmo de aventura. São Paulo: Ed. 34, 2000.

GOBBI, Maria Cristina. Método biográfico. In: DUARTE, J; BARROS, A. (Orgs.). Métodos e Técnicas de pesquisa em comunicação. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2011. p. 84-97.

GOMES, Itania Maria Mota; JANOTTI JUNIOR, Jeder. Comunicação e estudos culturais. Salvador: EDUFBA, 2011.

IANNI, Octavio. A sociedade global. 12ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.

JACKS, Nilda; ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Comunicação e recepção. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. 6ª ed. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2009.

MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda. (Orgs.) Mediação & Mídiação. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2012.

ORTIZ, Renato. Mundialização e Cultura. São Paulo: Brasiliense, 1994.

TATIT, Luiz. O século da canção. São Paulo: Ateliê Editorial, 2004.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa; NERY, Vanda Cunha Albieri. Para entender as Teorias da Comunicação. 2ª ed. Uberlândia: Edufu, 2009.

BERGSON E O BRILHO ETERNO DE UMA MENTE SEM LEMBRANÇAS.

Claudia Silene Pereira de Oliveira

Palavras-chave: cinema; filosofia; memória; lembranças; narrativas complexas

A partir dos conceitos sobre a memória (BERGSON, 1896) busca-se a representação do pensamento bergsoniano no filme “Brilho eterno de uma mente sem lembrança” (2004). O filme, com roteiro de Charlie Kaufman, é elaborado a partir de uma frase de Nietzsche e do poema Heloísa e Abelardo (1716) de Alexander Pope.

A questão em torno da memória é tema recorrente na história do cinema. Cidadão Kane (1941), de Orson Welles, e O ano passado em Marienbad (1961), de Alain Resnais, são alguns exemplos clássicos onde a memória é extensivamente atribuída à lógica da existência como possibilidade de um eu absoluto, calcado no terreno central e, sobretudo, nebuloso. São filmes que tentam estabelecer um vínculo essencial entre o lembrar e o ser, o acontecido e o atual, entre o passado e o presente.

Nesse contexto, propõe-se analisar o filme Brilho eterno e colocá-lo à prova das experiências filosóficas de Bergson, bastante caras à época, sobre a função do cérebro como instrumento de atualização das memórias e não como depósito delas.

Para a análise fílmica são considerados os preceitos de Jacques Aumont sobre como proceder metodologicamente para entender a obra fílmica para, em seguida, propor a investigação. Por se tratar de um enredo realçado em questões filosóficas sobre a memória, busca-se uma revisão conceitual da filosofia de Bergson para, então, evidenciar, mesmo que em fragmentos, a questão abordada pela pesquisa, que é a de provocar encontros da filosofia de Bergson com o filme Brilho eterno.

A análise do filme Brilho eterno traz à luz os conceitos filosóficos da memória entendidos por Bergson. As lembranças são tratadas como fio condutor e transcorrem na linha de um tempo descompassado, característica das narrativas complexas (MITTELL, 2015).

A história tem seu início no futuro, projeta todo o passado com a interferência do presente, as lembranças se emancipam do tempo linear e se apresentam tal e qual nos disse Bergson: “(...) toda diferença é abolida entre a percepção e a lembrança, já que o passado é por essência o que não atua mais, e que ao se desconhecer esse caráter do passado se é incapaz de distingui-lo realmente do presente, ou seja, do atuante” (BERGSON, 1999, p. 72).

Assim como em Bergson, em Brilho eterno as memórias estão lá, com toda a sua integralidade, prontas para serem visitadas, mas que não seria possível mapeá-las, como é mostrado no filme. Para o filósofo, as lembranças não são coisas, não têm lugar determinado, nem estão alojadas no cérebro. O cérebro serviria de barreira das memórias, para que elas não viessem à tona, impedindo-nos de agir no mundo, como uma espécie de atenção à vida. O cérebro é uma segurança do mundo material, age como um filtro, para que toda a nossa vivência passada não se atualize de uma vez. Para Bergson: “(...) o cérebro contribui para lembrar a lembrança útil, mas, mais ainda, para afastar provisoriamente todas as outras” (BERGSON, 1985, p. 198).

A narrativa do filme também nos serve, e à construção filosófica de Bergson, como uma resposta às angústias do nosso tempo, com relação à automação dos corpos e das subjetividades, à inserção crescente dos homens em uma lógica de estímulo-resposta amparada pela tecnologia. Como tratado no filme, o esquecimento da leitura, bem como todas as outras maneiras de guardar as memórias: do desenho à foto, vão sendo esquecidas.

Referências Bibliográficas

AUMONT, J. et al. A estética do filme. Campinas: Papirus, 1995.

BERGSON, H. Matéria e Memória. Ensaio sobre a relação do corpo com o espírito. São Paulo, Ed. Martins Fontes, 1999.

_____. Evolução Criadora. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editores, 1979.

DELEUZE, G. Bergsonismo. São Paulo, Editora 34, 1999.

MITTELL, J. Complexidade narrativa na televisão americana contemporânea. Matrizes, ano 5, nº 2, jan/jun, 2012.

VANOYE, F.; GOLIOT-LÉTÉ, A. Ensaio sobre a análise fílmica. Ed: Papyrus, 2002.

WORMS, F. A concepção bergsoniana do tempo. DoisPontos, América do Sul, 1 18 03 2005.

EDUTENIMENTO: UMA ABORDAGEM VOLTADA A CONSCIENTIZAÇÃO POLÍTICA E CIDADÃ PARA O PÚBLICO JOVEM

*Claudines Taveira Torres
Faberson Augusto Ferrasi
João Pedro Albino
Eduardo Martins Morgado*

Palavras-chave: Edutenimento; Tecnologia da Informação; Cidadania; Política

RESUMO

Este trabalho visa relacionar as ferramentas de Edutenimento como possibilidades de inserção e inclusão ao mundo democrático e ao exercício do voto. Iniciando a atividade no meio educacional, visando estender para a fase adulta a cultura do voto e democracia. Implementar uma ferramenta de software que promova a relação entre as bases do Edutenimento através da utilização de recursos interativos e audiovisuais. Analisar os resultados da utilização da ferramenta de software como meio de promoção da cidadania através do Edutenimento.

Objetivos

Desenvolvimento de um projeto de software que realize o alinhamento entre uma proposta educacional com base no conceito de Edutenimento para a promoção da cidadania e conscientização política para o público jovem. Com isso, oferecer um aparato tecnológico para uma simulação de um processo eleitoral sob o uso das urnas eletrônicas.

Materiais e Métodos

Como metodologia de pesquisa foi abordado um estudo de caso e entrevista com pessoas envolvidas na ação como: alunos, professores e membros da comunidade.

A ação foi realizada no colégio Preve Objetivo da cidade de Agudos-SP, a fim de conscientizar a população jovem sobre os valores da prática da cidadania e solidariedade. Sob uma simulação de um pleito eleitoral para uma disputa através de votação e arrecadação de alimentos para entidades beneficentes. Conceito: Cada doação de alimento em nome da turma a mesma recebe um voto, após cada voto em um vídeo o líder agradece a doação/voto recebido, ao término da votação são contabilizados os votos elegendo uma turma que mais arrecadou alimentos. Tecnologias utilizadas: Windows 8.1 SO, Linguagem de Programação Object Pascal (Borland Delphi 7.0), acesso a Banco de dados c/ Paradox, processo de desenvolvimento de software: Cascata e uma Lousa Digital.

Resultados e Discussões

Apenas 25% dos jovens entre 16 e 17 anos, que já têm o direito de obter um título de eleitor, de fato tiraram o documento para as eleições de 2014. Em 2006, esse dado era de 39%; em 2010, 32%. (O Globo 20/06/2014). Mesmo após as manifestações de rua, ocorridas recentemente e com alto índice de participação dos jovens. O cenário político brasileiro para a nova geração não é um dos melhores. Os mesmos não veem interesse na política e acaba se limitando ao protesto em redes sociais e demais ferramentas que não culminam em uma mudança democrática, como as ocorridas através do voto. O que vemos política nacional é uma banalização generalizada, campanhas muitas vezes deprimentes levam até os adultos a se questionarem até que ponto o exercício do voto é viável, o jovem em fase de construção e maturação sente mais ainda os efeitos. Mediante ao cenário, o Governo Federal vem lançando campanhas de conscientização do uso do voto, sendo que a última delas: TSE convida jovem a retirar título de eleitor. Com a aplicação do projeto aqui proposto os jovens sentiram-se motivados para a prática da cidadania e solidariedade e demonstraram maior interesse pelas eleições. Os jovens

envolveram-se com atos políticos sob uma visão educativa. A simulação de uma eleição trouxe uma vivência prática de um pleito eleitoral.

Conclusões

A abordagem do edutenimento como um objeto de aprendizagem de traz formas objetivas de elevar o interesse dos jovens nas atividades educacionais. O jovem necessita de um estímulo voltado a sua realidade para ser conduzido ao aprendizado. A simulação lúdica mostrou-se eficaz para abordagem de temas ásperos como política partidária e eleições.

Referências

AMERICO, M. Edutretenimento: uma abordagem histórica e conceitual, 2009 COSTA, Homero de Oliveira.

Democracia e Representação Política no Brasil: uma análise das eleições presidenciais (1989-2002). Porto Alegre: Sulina, 2007

Pressman, R. S., Software Engineering, 6th edition, 2006. - Sommerville, I., Software process models, ACM Comput. Surv., v. 28, n. 1, March 1996, p. 269 – 271

A HISTÓRIA CONTADA: RELAÇÕES PÚBLICAS EM BUSCA DO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES.

Daiane da Silva Santana Vanderleis

Palavras-chave: Storytelling; Memória, Relações Públicas, Organizações

DESCRIÇÃO DA PESQUISA

A pesquisa é sobre a elaboração do livro "Relações Públicas e a História Contada", que retrata as experiências de uma relações-públicas ao entrevistar diferentes tipos de profissionais da empresa em que trabalha. A peça é um material que adentra ao universo dos profissionais da organização Nutrisaude e visa destacar o quão importante é compreender o fator humano, dar-lhe voz, e reconhecê-lo como parte essencial para a existência de uma organização. O livro mostra não somente a relevância do indivíduo no contexto corporativo, mas a força dessa relação também no sentido oposto, mostrando o quão marcante uma empresa pode ser na vida das pessoas que nela trabalham.

Com o intuito de abordar a peça dentro de um contexto estratégico sob a ótica da Comunicação Institucional, seguindo estratégias de Storytelling, foram coletados depoimentos de diferentes perfis que narraram suas histórias de vida, e sobre como a organização se insere em suas trajetórias.

OBJETIVOS

Apresentar um material que demonstre como o Storytelling, pode resgatar a essência do compartilhamento de conhecimento e memória nas organizações e ainda trabalhar a perspectiva de que o relações-públicas é um profissional apto a participar de tal processo de maneira estratégica e ao mesmo tempo humanizada.

MATERIAL E MÉTODOS

A fim de adquirir diferentes depoimentos, foi utilizada a ferramenta a História Oral Temática, com uma série de perguntas de Entrevista Estruturada a respeito da relação dos indivíduos com a organização, desde a chefia até os empregados. Foi elaborado um questionário para nortear o rumo das conversas de modo a obter as informações desejadas nas narrativas.

O critério de escolha dos entrevistados teve como princípio contemplar diferenciados perfis de pessoas que estão há mais tempo na organização, contudo, também houveram entrevistas com outros que tiveram um ingresso mais recente.

Para melhor captação das informações, as entrevistas foram gravadas, e, posteriormente, transcritas. Além disso, gírias e a linguagem coloquial, bem como manifestações de crenças foram mantidas para preservar a originalidade do discurso. Após responderem as questões, os depoentes assinaram uma carta de concessão permitindo o uso de seus depoimentos e imagens para a apresentação do material para fins acadêmicos.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

A junção das entrevistas resultou no livro Relações "Públicas e a História Contada". Como o público destinado à leitura extrapola aos que se encontram no campo da Comunicação, optou-se por separar o material em duas partes para facilitar a compreensão. A primeira possui 3 capítulos com a contextualização do tema, conceitos de Storytelling, as percepções da autora e os motivos que a levaram a escrever a obra e a escolha da organização. Na segunda parte são 8 capítulos, cada um mostrando a história de cada entrevistado e por último a biografia da história da autora.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Olhar pela perspectiva do outro é um ingrediente fundamental à profissão, compreender quais são nossos públicos, e mais, lidar com eles de uma forma direta traz o diferencial necessário em um espaço social tão específico como o ambiente organizacional. Este pode ter todo seu potencial explorado, não

apenas no sentido econômico, mas nos variados âmbitos que permitem um crescimento mútuo da relação empresa-trabalhador.

BIBLIOGRAFIA

MEYHI, José Carlos Sebe Bom. Manual de História Oral, São Paulo, Loyola, 2006.

NASSAR, Paulo. Relações Públicas na construção da responsabilidade histórica e no resgate da memória institucional das organizações. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2007.

TONI, Deonir de. Administração da imagem de organizações, marcas e produtos. In: Comunicação Organizacional: Histórico, fundamentos e processos, volume 1, (org) Kunsch, Margarida M. K. São Paulo: Saraiva, 2009.

O JORNAL COMUNITÁRIO COMO INSTRUMENTO DE RECONHECIMENTO SOCIAL

Daniela Arcanjo Rodrigues

Giovana Murça Pastori

Angelo Sottovia Aranha

Palavras-chave: Comunicação; Jornalismo; Jornalismo Comunitário; Direitos Humanos; Reconhecimento Social

Descrição

O projeto "O Jornal Comunitário como Instrumento de Reconhecimento Social" foi criado em 2008 por estudantes de Comunicação Social: Jornalismo, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, na Universidade Estadual Paulista, câmpus de Bauru. É financiado pelo Pro-reitoria de Extensão Universitária (Proex) e atende os moradores do bairro Jardim Nicéia.

Um dos produtos e carro-chefe do projeto é o jornal impresso Voz do Nicéia, distribuído gratuitamente no bairro. Impresso a cada três meses em formato tablóide e em preto e branco, com oito páginas, o jornal conta, usualmente, com duas matérias de denúncia sobre problemas que estejam acontecendo no bairro. A maioria dessas denúncias relaciona-se à infraestrutura do bairro, uma das maiores reclamações dos moradores. A sessão "Perfil" traz a história de um morador, e o "Fala, morador" traz a opinião de alguns moradores sobre um tema em voga na sociedade. Essas últimas duas sessões citadas cumprem a função de trazer mais leveza ao jornal, uma vez que uma das maiores reclamações dos moradores consiste na falta de notícias boas sobre o bairro na mídia comercial.

Objetivos

O principal objetivo do projeto é a ajuda na promoção do reconhecimento social do bairro. Bauru tem apenas uma mídia impressa diária de alta circulação, e que se pauta com base nos critérios tradicionais da mídia comercial. Sendo assim, pautas que interessam a esses moradores ficam de fora do debate e do espaço público, o que prejudica o bairro em suas conquistas políticas: o grande espaço de formação de consensos na sociedade não tem muito espaço para as populações acêntricas.

Material e métodos

O levantamento de pautas é realizado em conversas dos estudantes repórteres com os moradores. Trimestralmente, os alunos vão ao bairro e batem de porta em porta para perguntar o que aconteceu no bairro quando não estavam ali.

Para decidir quais pautas vão entrar na edição, os alunos repórteres usam os critérios de noticiabilidade aprendidos em sala de aula. Peruzzo afirma que o jornal comunitário não deve ser usado para interesse de partidos ou individuais. O esforço feito pelos alunos é no sentido de que continuem sendo cumpridos os compromissos com a comunidade e com a informação.

Resultados e Discussões

Após oito anos atuando na promoção do reconhecimento social dos moradores do bairro Jardim Nicéia, foram constatadas algumas mudanças no bairro. Hoje há pavimentação em duas ruas, uma praça para convívio social, iluminação em grande parte das ruas e saneamento básico em algumas delas também. Todas essas conquistas são fruto do sentimento de coletividade dos moradores em parceria com a visibilidade proporcionada pelo jornal, que noticiou todas essas demandas e cobriu também os momentos de conquista dos moradores.

Considerações finais

Os principais objetivos do jornal foram atingidos: houve uma melhora na infraestrutura do bairro e os moradores se sentem mais ouvidos e participantes da cidade e do espaço público. Além disso, os alunos aprendem a trabalhar em grupo, pois fazem as matérias em equipe, podem realizar diversas tarefas que

hoje são exigidas dos jornalistas, uma vez que circulam entre as várias frentes do jornal, e podem ter contato com temas sociais importantes.

Dessa forma, o projeto é, de fato é uma extensão da universidade para a comunidade, contribuindo para a construção de uma sociedade mais plural, e ajuda o aluno a entrar em contato com o que será cobrado dele ao sair da faculdade: atenção aos prazos de entrega, o funcionamento de uma mídia impressa, a dinâmica das redes sociais etc.

Referências Bibliográficas

PERUZZO, Cíclia. Mídia Local e suas interfaces com a mídia comunitária. In: INTERCOM, n. XXVI., 2003, Belo Horizonte.

MARQUES DE MELO, José. A imprensa comunitária no Brasil. Comunicação e Libertação, Petrópolis, Vozes, 1981, p. 52-67.

DORNELLES, Beatriz. Jornalismo "comunitário" em cidades do interior. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2004.

MÍDIA, POLÍTICA E IDEOLOGIA DOMINANTE: DO CAPITAL À FALTA DE REGULAÇÃO

Daniela do Canto Alves

Carlo José Napolitano

Palavras-chave: Mídia; Política; Ideologia; Regulação.

O objetivo deste trabalho é refletir, teoricamente, sobre as articulações entre política e mídia, advogando que a primeira determina a segunda em seus processos de regulação e conteúdo, especialmente, no caso da radiodifusão. Desta maneira, apresentaremos, primeiramente, um breve panorama de como o sistema de radiodifusão se estabeleceu no país, em meio a um vazio regulatório que contribuiu para que ele se consolidasse num modelo comercial. Em um segundo momento, discutiremos algumas articulações entre poder econômico e mídia. Deste modo, abordaremos como a mídia se subordina a interesses políticos e ideológicos e de que maneira, segundo Chauí (2006), ela se estrutura como porta-voz da classe dominante. Isto faz com que os meios de comunicação de massa atuem com papel determinante para a construção daquilo que Bourdieu (1989) chamou de poder simbólico.

Para finalizar o trabalho, procuramos demonstrar como o poder simbólico se manifesta em termos de conteúdo. Daí então apontaremos para o papel determinante da regulação ou da falta dela dentro dessa situação, configurando um quadro dominado pelo grande capital. Não por acaso o monopólio da grande mídia se concentra nas mãos de poucos empresários/famílias. Não pretendemos, neste trabalho, nos aprofundarmos na questão da regulação das comunicações, mas acreditamos que essa seja uma ação essencial para conquistarmos uma mídia que atuaria na defesa do interesse público e não do privado. As discussões serão realizadas por meio de uma revisão bibliográfica, que nos possibilitará construir uma contextualização do tema e a concepção do referencial teórico da pesquisa (VOSGERAU e ROMANOWSKI, 2014).

Procuramos deixar claro neste trabalho que a política determina os processos de regulação e de conteúdo da radiodifusão e também a maneira como isso se manifesta por meio de uma articulação clara entre os interesses econômicos do capital e o que é propagado, ideologicamente, pela grande mídia. Isso é ainda mais grave num cenário em que a falta de regulação vem combinada com uma monopolização da radiodifusão por parte de poucos grupos/famílias. Por fim, defendemos que a regulação deve servir à democratização da mídia, dando espaço à pluralidade de vozes e atores sociais, mas isto só será possível se o monopólio do capital sobre a mídia for quebrado.

Referências bibliográficas

BOURDIEU, P. O poder simbólico. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

CHAUÍ, M. DE S. Simulacro e poder: uma análise da mídia. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.

VOSGERAU, D.S.R e ROMANOWSKI, J.P. Estudos de Revisão: Implicações Conceituais e Metodológicas. Curitiba: Revista Diálogo Educativo, ISSN 1518-3483, v. 14, nº 41, p.165-189, 2014.

REFORMULAÇÃO DO SITE DO PET-RTV

Daniele Pereira Andrade Fernandes

Wesley Anjos de Souza

Karina Cristina Rofato

Antonio Francisco Magnoni

Palavras-chave: SICOM, PET, RTV, portal, comunicação

1. Breve do Projeto de Extensão Universitária

O portal de notícias do Sistema de Comunicação-PET-RTV (SICOM – PET) é um ambiente multimídia criado em 2012, para atender as demandas de comunicação interna e externa do Programa de Educação Tutorial Rádio e Televisão (PET – RTV), que reúne alunos dos cursos de graduação de Jornalismo, Rádio e Televisão, Relações Públicas, Artes e Design, da FAAC-UNESP de Bauru.

O portal é uma plataforma de comunicação multimídia para divulgar para o público interno e externo, todas as atividades comunicativas e produções audiovisuais desenvolvidas pelos membros do PET – RTV. A equipe do SICOM – PET também realiza coberturas de eventos ocorridos nos cursos da FAAC ou de atividades culturais do campus da UNESP de Bauru.

2. Objetivo

2.1 Objetivo Geral

Analisar o portal do PET – RTV para avaliar porque ele não recebe a devida importância dos membros do grupo PET e também da comunidade que ele pretende informar. A partir dos dados da avaliação, tomar medidas efetivas para que a plataforma sirva ao seu propósito de ser veículo de divulgação das produções dos petianos e um ambiente comunicativo com conteúdo diferenciado e interessante para o público interno e externo.

2.2 Objetivo específico

Obter, por meio de pesquisas de audiência para canais digitais de comunicação, informações sobre os perfis do público do portal para ajustar as linguagens e os conteúdos que são veiculados pelo SICOM – PET;

Avaliar as produções veiculadas e investir na formação da equipe responsável pelo portal, ministrando temas como marketing digital, redação, edição audiovisual e sonora, formatação transmidiática de conteúdos e linguagens para publicação-web;

Aplicar conceitos do marketing digital ao portal, adaptando os conceitos ao caráter não comercial do projeto.

3. Material e métodos (Metodologia)

O estudo será realizado em 4 etapas:

Analisar os motivos da queda de visualizações do portal, verificar se é motivada pelas formas de produção e divulgação do conteúdo;

Entrevistar os membros atuais e antigos do projeto para entender quais fatores desmotivam a equipe a produzir conteúdos para o portal;

Elaborar um questionário online para o público do portal, para identificar os seus hábitos na internet, suas preferências de consumo de informação e as suas críticas sobre o conteúdo do portal;

Implementar as mudanças no site, equipe e conteúdo, a partir dos parâmetros obtidos com as respostas das entrevistas e da pesquisa online;

Realizar análises mensais para avaliar o desempenho do portal e da equipe após a mudança.

4. Resultados e Discussões

A análise da queda de visualizações do portal foi impedida por causa de problemas de acesso ao antigo servidor de internet. Por não haver estatística de matérias anteriores a 2015, a análise proposta se tornou inviável.

O questionário para os membros do projeto revelou grandes falhas de formulação e de gestão do projeto. Enquanto maioria das respostas coloca o design do site e a pouca popularidade como fator de desencorajamento para contribuir com o site, outros fatores, como a divulgação e o tamanho da redação, foram colocados e serão discutidos posteriormente.

Os assuntos discutidos no portal também ganharam destaque, 78% dos voluntários disseram preferir escrever sobre audiovisual, e 55% afirmaram que o portal deveria focar mais nesse assunto. A sugestão de promover oficinas e cursos para desenvolver o voluntário em escrita para web foi amplamente aceita, com 89% de aprovação.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Recuperar a relevância do portal de notícias do Sistema de Comunicação (SICOM – PET) para o público interno e externo e atualizá-lo para atender às tendências atuais de produção para a web, são necessidades predominantes na atual conjuntura. A renovação do portal é indispensável para produzir e publicar conteúdos que atraiam cada vez mais pessoas para o canal de comunicação do Programa Interdisciplinar de Educação Tutorial Rádio e Televisão (PET – RTV).

A INCUBAÇÃO DO GRUPO MULHER: ECONOMIA SOLIDÁRIA E IGUALDADE DE GÊNERO

Débora Aparecida Brombine Freitas

Raquel Cabral

Ana Elisa Cruz Araújo

Palavras-chave: Incop; Grupo Mulher; Economia Solidária; igualdade de gênero.

1. Descrição do projeto de extensão

A Incubadora de Cooperativas Populares da Unesp Bauru (Incop) constitui-se como projeto de extensão, financiado pela Pró-Reitoria de Extensão Universitária. Desde seu surgimento, em 2011, atua na incubação de empreendimentos solidários, contribuindo para o desenvolvimento e propagação da Economia Solidária – sistema econômico que se evidencia como alternativa ao Capitalismo e aos prejuízos sociais e humanos inerentes.

Desde 2015, a Incop realiza a incubação do Grupo Mulher, cooperativa em processo de formação, constituída unicamente por mulheres agricultoras, residentes no Assentamento Horto Aimorés. Nesse sentido, a Incop lida com uma pauta de extrema importância e impacto – a questão de gênero.

Historicamente, a mulher é submetida à nossa sociedade patriarcal e seus atos de violência de toda estirpe – direta, estrutural e cultural, esta que legitima as demais. O sistema capitalista constitui-se como uma das principais formas de violência cultural, ao pautar toda a lógica de existência na competição, exclusão e desigualdade social. Dessa forma, promovendo a inserção do Grupo Mulher no mercado de trabalho, assim como nos demais espaços em que há a exclusão de gênero; a Incop age na construção de uma sociedade mais plural, democrática e justa, pautada na Cultura de Paz.

2. Objetivos

A incubação do Grupo Mulher visa auxiliar a cooperativa em questões técnicas, jurídicas, administrativas, gerenciais e sobretudo comunicacionais, de forma a minimizar seus nós críticos e maximizar as forças. O objetivo é trabalhar de forma colaborativa, desenvolvendo o empoderamento e a emancipação, para que o grupo possa prosseguir com suas atividades de modo autônomo e sustentável. Busca-se que as mulheres adquiram um maior senso crítico e lutem por seus direitos e participação em qualquer espaço da sociedade.

3. Material e métodos

O processo de incubação contou com o diagnóstico, o planejamento participativo e a implementação das ações – que constituíram visitas ao assentamento Horto Aimorés, oficinas para atender as demandas do grupo, organização de eventos etc.

Todas as atividades foram pautadas pelos princípios da Economia Solidária, da educação popular e da pedagogia de Paulo Freire. Para implementá-las, utilizou-se pesquisa bibliográfica, além de metodologias de comunicação, planejamento e relações públicas.

4. Resultados e discussões

Entre as ações da incubação, podemos destacar a Feira da Agricultura Familiar “Coopera Unesp”, por apresentar um dos resultados mais positivos. O projeto tratou-se de uma feira em que, não só o Grupo Mulher, mas os produtores familiares da região de Bauru, puderam comercializar seus produtos dentro do campus. Assim, buscou-se fortalecer a agricultura familiar, aproximando os agricultores e a comunidade unespiana e divulgando um universo pouco conhecido ainda hoje.

O evento que ocorreu em 18 de novembro de 2015 trouxe resultados assaz positivos, de modo que a Incop decidiu estender o projeto, realizando a feira – que inicialmente teria uma única edição – na segunda quarta-feira de cada mês. Contudo, após quatro edições, sua realização dentro do campus foi

impedida, devido a questões administrativas. Assim, a feira passou a acontecer em uma rua próxima à universidade, o que resultou na diminuição de seu movimento e em seu término.

5. Considerações finais

Apesar de sua interrupção, decorrente de questões externas, a “Coopera Unesp” é prova de que a Incop tem muito a contribuir com o Grupo Mulher, fomentando a efetivação e melhoria de suas atividades e apresentando uma perspectiva possível, em que há espaço na sociedade para a agricultura familiar; a Economia Solidária; a inclusão de gênero; e um sistema menos violento, mais justo e humano. Hoje, a Incop desenvolve um projeto, como alternativa ao término da feira, que se trata da comercialização de cestas de produtos orgânicos, pelo Grupo Mulher, à comunidade unespiana.

DESIGN DE SERVIÇOS E DESIGN GRÁFICO INCLUSIVO: CONTRIBUIÇÕES PARA A MELHORIA DO ATENDIMENTO EM HOSPITAL

Debora Cristina Zaninotti Imasato Gimenez

Cassia Leticia Carrara Domiciano

Wesly Imasato Gimenez

Palavras-chave: Design Gráfico Inclusivo, Design de Serviços, hospitais públicos Design social

1. Resumo do Projeto

Segundo uma pesquisa do IBGE (IBGE, 2010), 23,9% dos brasileiros declaram possuir alguma deficiência. Neste aspecto, o Design colabora com o processo de percepção e cognição do usuário, através de projetos e ações que visem sua inclusão no uso de produtos, serviços e sistemas.

Este projeto tem por finalidade buscar soluções para o pleno acolhimento e inclusão destes usuários, por meio de intervenções projetuais gráficas, sonoras e sensoriais em ambiente hospitalar. Para tanto, faz-se necessária uma pesquisa bibliográfica em design inclusivo, bem como em áreas do design social e design de serviços. Um estudo exploratório e qualitativo sobre o Design de Serviços em hospital (Centrinho HRAC_USP Bauru) permitirá gerar diretrizes para solução de problemas de design referentes aos serviços prestados, como sinalização, ambientação, identidade visual, entre outros.

2. Objetivos

Os usuários de hospitais públicos muitas vezes se encontram em graves condições de vulnerabilidade, pois os serviços oferecidos nesses espaços muitas vezes apresentam inadequação em vários níveis e setores, que expõe o usuário, já fragilizado, por fatores sejam físicos, psicológicos ou financeiros, à situações de constrangimento e desconforto emocional.

Assim, tem-se como objetivo geral nesta pesquisa propor alguns parâmetros para que ações articuladas pelo design propiciem um maior conforto ao usuário em um ambiente específico - o hospital.

3. Materiais e métodos

Os procedimentos da pesquisa foram divididos em etapas: estudo bibliográfico; estudo de campo junto aos usuários do hospital, mediante análise de formulários de satisfação; estudo de campo junto a funcionários do hospital, mediante questionário online; observação quanto ao fluxo e relações de serviços desenvolvidas no espaço pesquisado; discussões e geração de diretrizes projetuais para proposta de melhoria de serviços.

4. Discussões e considerações

Segundo Niemeyer (2015), com um método participativo em Design, envolvendo os criadores e a comunidade, pode-se desenvolver soluções que supram necessidades sociais reais. Esse processo necessita de uma observação empírica para a compreensão da dinâmica do grupo social, aliada a um trabalho colaborativo. Assim, pela troca de experiências sociais, culturais e até sensoriais, e com conhecimento baseado na realidade, é possível estabelecer uma relação de interconectividade e transdisciplinaridade dos sistemas sociais, econômicos, políticos e naturais.

Esta valorização do design como atual papel social, contribui à ações projetuais para atendimento e inclusão de usuários com deficiência, tanto nos aspectos físicos, quanto intelectuais e emocionais. Por fim, conecta estes conceitos às possibilidades que o design apresenta para os ambientes hospitalares, possibilitando nestes espaços de relações tão complexas, uma melhor experiência para todos os envolvidos.

Relacionando ao Design de Serviços, temos no ambiente pesquisado ainda o Design Inclusivo, tanto voltado a produtos e ambientes, como à informação. Podemos listar uma gama de itens projetuais traçadas pelo mapeamento de inclusão e acessibilidade.

9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CROSS, Nigel. *Research in Design Thinking*, in Diniz, R.L, Santos, D. M. Anais do X Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. São Luís: EDUFMA, 2012.

IBGE. Censo Demográfico – características gerais da população, religião e pessoas com deficiência. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em <http://www.ibge.gov.br>:

NIEMEYER, Lucy. *Estratégias do Design Social*. Documento Eletrônico. UNIDCOM/IADE-ESDI/ UERJ, 2015

SECOMANDI, Fernando. *Design e as Interfaces de Serviço*. Trabalho apresentado como artigo no Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, Gramado –RS, 2014.

STICKDORN, Marc; SCHNEIDER, Jacob. *Isto é Design Thinking de Serviços: Fundamentos-Ferramentas-Casos*. Porto Alegre: Bookman, 2014.

A CONSTRUÇÃO DE PÚBLICOS FIÉIS NA CULTURA DE CONVERGÊNCIA: UMA ANÁLISE DA NARRATIVA TRANSMÍDIA EM DOCTOR WHO

Diana Reghini Vanderlei

Tamara de Souza Brandão Guaraldo

Palavras-chave: transmídia; storytelling; convergência; narrativas.

1. Descrição da Pesquisa

A pesquisa visou estudar as características do transmedia storytelling e abordar a sua importância para o atual mercado do entretenimento. Para isso, foi realizada uma análise da série televisiva Doctor Who e de suas expansões por outras múltiplas plataformas.

2. Objetivos

Os objetivos da pesquisa são o estudo dos conceitos de storytelling e transmidiação; e a observação da aplicação prática do conceito de transmedia storytelling por meio da análise da série de TV Doctor Who.

3. Material e Métodos

A metodologia utilizada foi a pesquisa qualitativa de caráter exploratório. O objeto de estudo escolhido foi a série britânica Doctor Who, cuja versão moderna está no ar desde 2005, pela emissora BBC. Além da série, a trama de Doctor Who possui expansões através de diversas plataformas midiáticas, o que a torna um produto interessante para ser analisado sob a ótica do transmedia storytelling.

4. Resultados e Discussões

A série Doctor Who foi analisada nessa pesquisa, com base nas definições de transmedia storytelling definidas por Henry Jenkins. Segundo o autor (2007), para ser considerada uma narrativa transmídia, não basta que os fragmentos de uma história sejam distribuídos por múltiplas plataformas, é também necessário que esses fragmentos sejam parte relevante de um todo, gerando a chamada “compreensão aditiva” para aqueles que os consomem em plataformas alternativas. Além disso, também é necessário que todos os conteúdos expandidos respeitem a “canonicidade” da narrativa, isto é, a versão oficial da história, a qual deve ser consistente em todas as mídias participantes (JENKINS, 2007; MILLER, 2004).

Como parte da narrativa expandida de Doctor Who, observou-se a existência de jogos eletrônicos, sites com conteúdo exclusivo, spin-offs televisivos, livros e websódios, concluindo-se assim, que o conjunto selecionado envolve grande diversidade de plataformas. Todos os conteúdos analisados na pesquisa também mostraram proporcionar diferentes níveis de informações novas em relação à série, as quais o espectador não teria acesso não fosse sua transitoriedade entre diferentes plataformas, de modo que existe a geração de compreensão aditiva. Por fim, todos os produtos selecionados são licenciados pela emissora BBC e, de alguma forma, se integram à narrativa principal da série, sem desrespeitar os conteúdos televisivos, o que permite classificá-los como canônicos. Portanto, no que diz respeito às suas principais características, o conjunto de conteúdos analisados pôde ser considerado parte de uma narrativa transmídia.

A pesquisa permitiu observar também que a estratégia transmídia utilizada em Doctor Who foi uma das principais responsáveis pelo sucesso da série no século XXI, a qual demonstrou poucas quedas de audiência em relação à sua versão clássica exibida entre os anos de 1963 e 1989.

5. Considerações Finais

Os resultados do estudo demonstraram já não ser possível a uma produtora ou emissora oferecer um conteúdo televisivo e esperar passivamente que o público venha até ele, pois o contato direto com os espectadores se torna essencial na lógica de consumo atual. Desse modo, ao permitir a distribuição de conteúdos nas mais diversas plataformas midiáticas e, com isso, atrair públicos diferentes para uma

mesma narrativa, o transmedia storytelling se mostrou uma ferramenta eficaz para atingir e fidelizar os consumidores modernos.

6.Referências Bibliográficas

JENKINS, H. Transmedia Storytelling 101. In: Confessions of an Acafan: The Official Weblog of Henry Jenkins. 2007. Disponível em: < http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html> Acesso em Jul. 2015

JENKINS, H. Transmedia 202. In: Confessions of an Acafan: The Official Weblog of Henry Jenkins. 2007. Disponível em: < http://henryjenkins.org/2011/08/defining_transmedia_further_re.html> Acesso em Jul. 2015

MILLER, C.H. Digital Storytelling: A creator's guide to interactive entertainment. Burlington, Focal Press, 2008.

DIVAS DA MPB: A MULHER BRASILEIRA COMO CANTORA, COMPOSITORA E PROTAGONISTA DO GÊNERO

*Ednan Gomes de Souza
Renata Alves Ribeiro
Valquíria de Cássia Tavares
Jéssica Caroline Oliveira Pirazza
Daniela Pereira Bochembuzo*

Palavras-chave: Jornalismo. Rádio. Infoentretenimento. MPB. Feminismo

Breve descrição do projeto de extensão universitária: O rádio surgiu como um marco para a sociedade, que o recebeu e interagiu com a informação por ele transmitida. Segundo McLeish (2001, p. 15), “Ao contrário da televisão, em que as imagens são limitadas pelo tamanho da tela, as imagens do rádio são do tamanho que você quiser. [...] Criada por efeitos sonoros apropriados e apoiada pela música adequada, praticamente qualquer situação pode ser trazida ao ouvinte.” O rádio converteu-se em um meio fundamental de informação e entretenimento. (CALABRE, 2002). Aliado a isto, entre 1940 e 1950, a MPB representou um momento de rompimento e modernização musical, tendo como principal meio de difusão o rádio. A música popular foi consolidada, ao longo do último século, como uma manifestação cultural ligada ao desenvolvimento da indústria do entretenimento. Pelas ondas do rádio inúmeras artistas tornaram-se famosas com os programas de auditório levados aos ouvintes. Objetivos: O objetivo do programa “Divas da MPB” é homenagear e lembrar a mulher brasileira não apenas como musa da MPB, mas também como cantora, compositora e protagonista do gênero. Resgatando suas histórias de vida e informações sobre suas produções artísticas, transmitindo aos ouvintes, além de qualidade musical, canções que fogem da programação diária de rádios na atualidade. Material e métodos: O programa “Divas da MPB” se originou como atividade em sala de aula na disciplina de Redação de Jornalismo Radiofônico ministrado pela Profa. M.a Daniela Pereira Bochembuzo em outubro de 2015. A convite da professora em março de 2016 o programa começa a fazer do projeto de extensão WebRádio USC. Inspirado na função de informar e entreter do rádio, o programa leva ao conhecimento do ouvinte uma cantora de MPB diferente a cada semana e é dividido em duas partes: o estúdio e o campo em alunos se intercalam na busca de pesquisas, músicas e documentários que possam ser relevantes em questão do conteúdo para a produção do roteiro. O grupo tem uma reunião com a professora orientadora e coordenadora do projeto, que indica ajustes relacionados à linguagem, formatação e hierarquização das frases a partir da elaboração do roteiro. Após são realizadas as gravações e edições no Laboratório de Rádio da USC. Cada edição têm a duração de aproximadamente 30 minutos em três blocos. O “Divas da MPB” vai ao ar toda sexta-feira, às 19h. Resultados e discussões: Ao todo já existem dez programas finalizados referente a primeira temporada, nesse semestre os programas serão veiculados até o mês de dezembro totalizando treze edições. O feedback dos ouvintes é positivo e demonstra satisfação com o resgate à produções artísticas das cantoras. Contemplar a sensibilidade e qualidade desse gênero musical está contribuindo culturalmente para os participantes do programa, pois permite o conhecimento e reflexões acerca de momentos relevantes da produção cultural brasileira no campo da música. Considerações finais: O rádio, um dos maiores e mais eficazes veículos de comunicação de massa, consegue atingir grande quantidade de pessoas. No cotidiano, em questão musical, o que toca constantemente acaba se tornando sucesso no meio, assim a indústria cultural influencia e define o que deve ser ouvido e apreciado. Com a experiência executada no projeto de extensão, podemos refletir sobre a função do radiojornalismo na sociedade que compreendemos ir

além de informar e entreter, mas também proporcionar o acesso a bens culturais que fazem parte da nossa identidade cultural, sendo responsável pela valorização da cultura brasileira.

Referências bibliográficas:

CALABRE, L. A Era do Rádio. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004. In: CARDOSO, S. P. Quinto encontro de estudos multidisciplinares em cultura. 2009. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/enecult2009/19501.pdf>> Acesso em: 16 nov. 2015.

MCLEISH, R. Produção de Rádio: Um guia abrangente de produção radiofônica. São Paulo: Summus, 1999

UTILIZAÇÃO DA PLATAFORMA MOODLE PELOS PROFESSORES

*Edriano Carlos Campana
Samanta Bueno de Camargo Campana
Eduardo Martins Morgado*

Palavras-chave: Tecnologia; Educação; Moodle.

1 - Breve descrição da pesquisa ou do projeto de extensão universitária:

É uma constatação que a tecnologia tem se desenvolvido de forma rápida e vem desempenhando um importante papel na sociedade. Esta vem se apropriando das TICs (Tecnologias da Informação e Comunicação) para processos de integração de dados que culminam em rotinas automatizadas que agilizam transações entre empresas e instituições.

No que tange ao processo educativo, a tecnologia é um desafio para os docentes e para a escola, na medida em que se criam novas formas de interação com o conhecimento. É a partir deste novo paradigma educacional que se alicerça nossa justificativa de analisar as tecnologias aliadas à educação, em especial a utilização da plataforma Moodle como um recurso de apoio ao ensino e aprendizagem. Trata-se neste trabalho sobre as dificuldades dos docentes quanto à adoção de novas tecnologias, especialmente da plataforma Moodle, no processo ensino e aprendizagem e também vislumbrar as possibilidades de adoção cada vez maior de novas tecnologias no meio educacional.

2 - Objetivos:

- Investigar a experiência dos professores da Etec Comendador João Rays com a capacitação referente ao Moodle.
- Demonstrar a possibilidade de utilizar o Moodle como ferramenta de avaliação, uma vez que esse ambiente possibilita a inserção de diferentes mídias, interações online, dentre outros.

3 - Material e métodos:

As informações foram obtidas por meio de:

- Consulta aos arquivos da escola referentes à índice de presença, temas e atividades desenvolvidas na capacitação.
- Pesquisa com os 13 professores que realizaram a capacitação de Moodle na Etec.

4 - Resultados e discussões:

O panorama atual traz novos desafios à escola, dentre eles a inserção da tecnologia. De acordo com Perrenoud (2000) seria interessante que os professores explorassem as potencialidades didáticas dos softwares em relação aos objetivos de ensino e também utilizassem as ferramentas multimídias.

Destaca-se que as ferramentas possuem formas de avaliar na própria plataforma, onde é possível atribuir menções. Essas ferramentas possibilitam a postagem de arquivos com textos, imagens, vídeos, links da internet, elaboração de fóruns, exercícios e avaliações dissertativas e de múltipla escolha.

Outras capacitações de Moodle poderiam dar maior segurança para os professores utilizarem tais recursos. Quanto à alegação de falta de tempo para preparo de atividades, podemos nos apoiar nos depoimentos de docentes que já utilizam o ambiente e alegam que este pode auxiliar na diminuição do tempo de preparo de atividades, já que estas podem ser migradas facilmente de uma turma para outra ou de um semestre para o outro.

5 - Considerações finais:

Em se tratando da utilização de tecnologias na educação, a Etec Comendador João Rays vislumbrou na plataforma Moodle uma possibilidade de ampliar o uso da tecnologia no ambiente escolar, tendo em vista a interatividade que esta ferramenta proporciona e o foco na avaliação da aprendizagem.

O estudo realizado nos proporcionou verificar que a ferramenta apresenta recursos capazes de potencializar o ensino e aprendizagem. Verificamos que a maioria dos docentes que realizaram a capacitação oferecida pela escola a considera importante para complementar suas aulas e também para a avaliação da aprendizagem dos alunos.

Portanto, a partir do estudo feito, propõe-se como ações futuras para a Etec constantes capacitações que possibilitem aos docentes superar suas dificuldades no uso desta tecnologia de apoio a educação, tendo em vista que o corpo docente está em constante renovação e que há diferentes níveis de habilidades no uso de tecnologias entre seus integrantes.

6 - Referências bibliográficas:

PERRENOUD, P. 10 Novas competências para Ensinar. Porto Alegre: ARTMED, 2000.

SAI. Disponível em: <http://www.centropaulasouza.sp.gov.br/>. Acesso em: 30 ago.2013.

RECICLA UNESP: EXTENSÃO DO PROJETO DE RECICLAGEM DO CÂMPUS BAURU PARA A FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO - FAAC

*Edvaldo José Scoton
Rosane Aparecida Gomes Battistelle
Marcelo Carbone Carneiro*

Palavras-chave: Sustentabilidade; Reciclagem; Educação ambiental.

Através do Edital 2014 do Programa UNESP Sustentável, desenvolvido pela COSTSA - Coordenadoria de Saúde e Segurança do Trabalhador e Sustentabilidade Ambiental, diretamente subordinada à Pró-Reitoria de Administração da Reitoria da UNESP, fomos contemplados com o projeto "Gerenciamento dos Resíduos Sólidos na Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação", desenvolvido pelo Assistente de suporte Acadêmico Edvaldo José Scoton, articulador local da Rede Viva Melhor, como o apoio do Vice-Diretor da Unidade, Prof. Dr. Marcelo Carbone Carneiro

Como o projeto é participante de todo o contexto do Câmpus e não somente da FAAC, incorporamos o projeto ao "Projeto RECICLA UNESP" existente na Faculdade de Engenharia desde 2007 e coordenado pela professora Rosane Aparecida Gomes Battistelle, do Departamento de Engenharia Civil e ambiental Faculdade de Engenharia e também recém incorporado pela Faculdade de Ciências, através de projeto do Prof. Dr. Aloísio Costa Sampaio, do Departamento de Ciências.

Desde o início, o Projeto Recicla Unesp propõe mudanças de hábitos e atitudes cotidianas, estimulando a promoção e articulação de iniciativas junto à comunidade acadêmica e visa estimular a prática e a conscientização de toda a comunidade acadêmica sobre a importância da inclusão de novas práticas ambientais, sendo o objetivo principal minimizar a produção e destinar corretamente os resíduos sólidos.

O objetivo principal do projeto é conscientizar e promover atitudes sustentáveis no ambiente acadêmico da Faculdade Arquitetura, Artes e comunicação - FAAC (discentes, servidores técnicos administrativos e servidores docentes), da importância da reciclagem neste contexto e ainda, melhorar a limpeza nas dependências internas do câmpus universitário de Bauru, iniciamos o projeto estudando e identificando a disposição do atual sistema de descarte do papel e do plástico no Câmpus, especificamente nas dependências da FAAC.

Buscando atender as necessidades mais imediatas e de maior geração de resíduos, elencamos 5 setores para receber um conjunto para coleta seletiva com 04 cestos quadrados com tampa vai-vem e capacidade de cada cesto de 60 litros e um container com capacidade para 1.100 litros, disposto junto ao corredor em frente ao Laboratório de Artes.

Foram adquiridas ainda 250 canecas plásticas para serem distribuídas aos Servidores Técnicos Administrativos e Docentes da unidade, buscando minimizar o consumo de copos descartáveis. No primeiro momento, aproveitando a realização do evento FAACONTEC de 2014, fizemos a apresentação do projeto à comunidade e distribuimos as canecas, orientando para a importância da sua utilização.

Buscando a Educação Ambiental, foi ministrada palestra pela Profa. Dra. Rosane Aparecida Gomes Battistelle para os funcionários da limpeza, onde também fizemos a apresentação do projeto, integrando-o as atividades já desenvolvidas enfatizando a importância da participação de cada um, para o êxito do projeto e a melhoria das condições de sustentabilidade no Câmpus.

Estas ações foram apenas o início de um projeto que almejamos seja contínuo e, através da implementação de itens planejados e ainda não executados (quantificação de resíduos, educação ambiental, etc), possa atingir os objetivos desejados.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGENDA 21. Conferências das Nações Unidas sobre meio ambiente e desenvolvimento. São Paulo: Secretaria de Estado do Meio Ambiente, 1997.

ARAÚJO, A. T. e BATTISTELLE R. A. G. Levantamento e quantificação dos resíduos sólidos no campus da FE – UNESP Bauru. Relatório do Projeto "Recicla UNESP", Bauru, 2010.

BOTEGA, D. P.; SILVA, E. M. T.; FLORES; M. Q. S.; GIACOMINI; N. O.; SIVEIRA, D. D. Diagnóstico e estudo comparativo da educação ambiental nas escolas de ensino fundamental de Santa Maria/ RS no Período de 2000 e 2002. Disponível em: http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2002_TR100_0233.pdf, Acessado em: 24 jan. 2010.

BRASIL. Plano Nacional de Resíduos Sólidos. Versão preliminar. Dispon. em: http://www.mma.gov.br/estruturas/253/_arquivos/versao_preliminar_pnrs_wm_253.pdf. Acesso em: 05 março 2012.

_____. Política Nacional de Resíduos Sólidos. Lei n 12305 de 02 de agosto de 2010. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/l12305.htm. Acesso em: 05 fevereiro 2012.

ELEVATI, D. M.; ALVES, G.; KIPPER, L. M.; PERREIRA, A. U.; LUZ, E. T.; ROSA, T. F. IMPLANTAÇÃO DA COLETA SELETIVA E SISTEMA DE COPOSTAGEM NO CAMPUS DA UNISC. Disponível em: http://www.bvsde.paho.org/bvsaidis/uruguay30/BR05424_Delevati.pdf, acessado em: 29 jan. 2009.

FIGUEIREDO, P. J. M. A sociedade do lixo: os resíduos, a questão energética e a crise ambiental. Piracicaba: UNIMEP, 1994.

MENEZES, C. M. L. A questão ambiental e a universidade: uma proposta metodológica. Jus Navigandi, Teresina, ano 7, n. 60, nov. 2002. Disponível em: <http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=3496>. Acesso em: 01 mar. 2011.

PAULI, G. Emissão zero: a busca de novos paradigmas: o que os negócios podem oferecer a sociedade. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1996.

SATO, M. Educação Ambiental. São Carlos: Editora Rima Artes e Textos, 2003.

TCHOBANOGLOUS, G.; THEISEN, H.; VIGIL, S. Integrated solid waste management - engineering principles and management issues. Ney York: Mc-Graw Hill International Editions, 1993.

PERSONA: CRÍTICA CULTURAL E ESTUDO DE ESTÉTICA NA UNESP

Eli Vagner Francisco Rodrigues

Palavras-chave: Estética, Crítica, Cultura, Filosofia, Jornalismo

Breve descrição.

O projeto persona parte da constatação de que o estudo de estética contribui para a formação dos profissionais de jornalismo que pretendem desenvolver atividade de crítica cultural. Os fundamentos das teorias estéticas, da história da arte e das análises críticas de diversas escolas filosóficas são elementos formativos importantes para o amadurecimento da produção jornalística, que se ocupa de produtos culturais. O projeto tem como objetivo o estudo de obras fundamentais de estética e crítica cultural, visa principalmente, a produção de textos de crítica junto aos cursos de comunicação.

Objetivos.

Desenvolver estudos sobre estética e crítica cultural no âmbito da Unesp e produzir críticas sobre produtos culturais semanalmente.

Material e métodos.

Bibliografia de estudos, edição do blog, produção de textos, editoração, discussão de pautas.

Resultados e discussões.

Os resultados podem ser conferidos no site:

<https://criticapersona.wordpress.com/>

Considerações finais.

O projeto foi contemplado com uma bolsa de estudos e tem recebido incentivo de vários órgãos de comunicação da região e da Unesp.

Referências bibliográficas.

Adorno, Theodor W. : Teoria estética, Ed. 70, 1982, Lisboa

Adorno, Theodor W. : Experiência e criação artística, Ed. 70, 2003, Lisboa

Bloom, Harold : O cânone ocidental, Ed. Temas e Debates, 1997, Lisboa

Bloom, Harold : Um Mapa da desleitura, Ed. Imago, 1995, Rio de Janeiro

Kant, Immanuel : Crítica da faculdade do juízo, Ed. IN-CM, 1992, Lisboa

Schiller, Friedrich : Sobre a educação estética do ser humano numa série de cartas e outros textos, Ed. IN-CM, s/d, Lisboa

Nietzsche, Friedrich : O Nascimento da Tragédia, Ed. Relógio d'Água, 2002, Lisboa

Nietzsche, Friedrich ; Acerca da Verdade e da Mentira, Ed. Relógio d'Água, 2002, Lisboa

Nietzsche, Friedrich : Assim falava Zaratustra, Ed. Relógio d'Água, 2002, Lisboa

A EDUCAÇÃO DE JOVENS E ADULTOS COMO TOMADA DE CONSCIÊNCIA CRÍTICA.

*Elizabeth Rossi De Grande
Maria da Graça Mello Magnoni
Sílvia Vicente Benedito*

Palavras-chave: EJA; CONSCIÊNCIA CRÍTICA; EDUCAÇÃO; ARTE

DESCRIÇÃO: Sendo a Educação um processo, as questões e propostas relacionadas à condição do educando implicam na relação entre os elementos que constituem a realidade, requerem investigações e análises construídas a partir da lógica dialética de relação entre analfabeto e letrado, ensinar e aprender, indivíduo e comunidade, entre o verbal e o não verbal. A Educação, é entendida por Vieira Pinto como um fenômeno de cultura no sentido de que o saber é o conjunto dos dados da cultura que se tem tornado socialmente conscientes, sendo a Educação um dos produtos ideológicos da cultura e como tal reflete e resume a totalidade cultural, através da ação do educador que produz e transmite cultura ao educando, que ao conhecê-la, torna-se agente da sua propagação. A tarefa do educador do adulto é proporcionar conteúdos e metodologias que permitam ao alfabetizando expor as suas experiências e as conseqüentes aprendizagens advindas do contato com esse mundo. Somente nessas condições, se proporcionará ao alfabetizando a valorização dos seus conhecimentos e da forma como esses foram elaborados, alcançando a "consciência crítica instruída" de si e dos fatos do seu mundo.

OBJETIVOS: Propor uma prática educativa direcionada aos alunos da Educação de Jovens e Adultos (EJA) a partir de elementos visuais do contexto dos educandos objetivando despertar para o mundo em que vivem para ações de consciência crítica, efetividade e escolaridade plena, pensando a escola como espaço de cultura, acesso e produção a manifestações culturais.

MATERIAL E MÉTODOS: Esta proposta tem como parâmetro a concepção de Educação de Álvaro Vieira Pinto, referência para as análises, avaliações e propostas para a prática da EJA. O autor toma como critério de análise da Educação a situação de dependência em relação aos condicionantes externos, à estrutura sócio-econômica e os determinantes sociais. Considera-se também a Proposta Curricular para Educação de Jovens e Adultos e as concepções de Paulo Freire na leitura do mundo que precede leitura da palavra para uma dimensão além da leitura verbal.

DISCUSSÕES: Buscamos a função social da Arte como determinante importante na tomada de consciência do homem sobre si mesmo e seu meio. Sobre este enfoque, entendemos que as obras de Cândido Portinari, sobretudo as produções do período social, servem como elemento problematizador para reflexões em direção ao pensamento coletivo que levam às chamadas "palavras articuladoras do pensamento crítico" no método Paulo Freire de alfabetização, pois carregam grande carga social, emotiva, estética e comunicativa. Propomos uma prática educativa a partir da leitura visual de obras de Portinari para abordar elementos da realidade dos alunos, interpreta-los a partir do contexto e provocar a resignificação da realidade com acréscimo de novos conhecimentos culturais, pautados nos saberes históricos e geográficos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS: Ao considerar que toda leitura produz sentidos, a leitura de mundo que precede leitura da palavra, pode estabelecer-se no contato com o "outro", e com o "mundo", para que o educando construa símbolos e significados a serem compartilhados socialmente. Nesse sentido compreendemos que, no processo de aquisição do sistema de leitura e escrita, não é diferente. Ao levantar hipóteses sobre a leitura e a escrita a partir das vivências do educado estaremos trabalhando no seu contexto real, autêntico e próximo ao seu cenário de vida e fortalecendo sua consciência crítica.

BIBLIOGRAFIA:

VIERA PINTO, Álvaro. Sete lições sobre educação de adultos. 10. ed., São Paulo: Cortez, 1997.

FABRIS A.; FABRIS M. A função social da arte: Cândido Portinari e Graciliano Ramos. Disponível em <http://www.ieb.usp.br/publicacoes/doc/rieb38_1349119185.pdf> Acesso em 18 ago. 2016.

FREIRE, Paulo. Educação como prática da liberdade. 23ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1999.

AMOR E SOLIDÃO EM LETRAS DE RENATO RUSSO – DO ETHOS DO ARTISTA À UNIVERSALIDADE

Érika de Moraes

Palavras-chave: ethos; cenografia; discurso ; música; Renato Russo.

1) BREVE DESCRIÇÃO:

Nosso trabalho propõe uma análise de letras de música de Renato Russo que, a um só tempo, delineiam um ethos do artista e demonstram traços cenográficos e identitários capazes de transportar sua obra musical para além de seu tempo. De forma bastante resumida, a biografia do cantor-compositor inclui sua participação na famosa banda dos anos 1980-1990, a Legião Urbana, e a morte precoce em consequência da aids, que contribui, no âmbito pragmático-discursivo para a sua mitificação. Suas letras representam bem o nó borromeano de que fala Maingueneau (2010) ao definir o papel da autoralidade: o trabalho artístico não se sobrepõe nem antecede a personalidade conectada ao sujeito-autor, são aspectos inseparáveis e interdependentes. Discursivamente, o indivíduo afeta o sujeito e vice-versa, sendo a distinção desses elementos uma espécie de camuflagem do entrelaçamento constitutivo. Assim, buscamos compreender traços da autoralidade de Renato Russo como inexoravelmente amarrados à sua própria vivência como ser no mundo e, ao mesmo tempo, como tais traços-vivências se projetam na sociedade por meio da identificação, fazendo com que o artista tenha sido ídolo entre os jovens de seu tempo e, talvez, o seja ainda mais nos dias de hoje. Prova disso foram as entusiastas celebrações de seus 50 anos de vida não completados, no ano de 2010, e dos 20 anos de sua morte, em 2016: sua trajetória é constantemente reprisada, lembrada, enobrecida por meio de especiais televisivos e shows, tendo adquirido o status de memória viva e sempre iminente.

2) OBJETIVOS:

Com esta análise, objetivamos demonstrar o funcionamento de conceitos discursivos no que diz respeito à autoralidade de obras artístico-literárias, entendidas aqui em sentido muito amplo, a ponto de incluir a poesia inerente às letras de músicas. Defendemos que as categorias discursivas propostas por Maingueneau (2000, 2005, 2006) para a análise do texto literário e da autoralidade vão além da distinção, bem conhecida em teoria literária, entre narrador e autor, ou entre escritor e eu-lírico. Por meio do enunciador, amalgamam-se o sujeito-autor e o indivíduo no mundo, contribuem um com o outro e deixam sua marca na memória discursiva, cuja unidade é simulada pelo ethos. Por se tratar de artista popular, de repertório denso e biografia impactante, as letras de Renato Russo são produtivas para a análise.

3) MATERIAL E MÉTODOS:

Na impossibilidade de analisar toda a obra de Renato Russo, o trabalho aposta em uma delimitação. Esse recorte poderia ser bastante variado, porém, optamos por respeitar uma leitura “do exterior” (inclusive, para evitar a escolha pessoal da pesquisadora) e atender à solicitação dos produtores do programa “Laboratório”, da TV USC de Bauru, que nos demandou a análise de três letras (correspondentes a três períodos do artista). São essas análises, inicialmente apresentadas de maneira informal como entrevistada de um programa televisivo (em 2010), que ora registramos em uma abordagem científica, com base no respaldo teórico-metodológico da Análise do Discurso de linha francesa, especialmente em preceitos de Maingueneau sobre a análise do texto literário. As letras a serem analisadas são: Índios (1986, álbum Dois); Eu era um lobisomem juvenil (1989, álbum As quatro estações); Teatro dos Vampiros (1991, álbum V). Não se desconsidera, no entanto, que tais letras estejam em relação de intertextualidade com o conjunto maior de sua produção musical.

4) DISCUSSÕES:

Por trás de todo “eu-lírico”, existe uma exposição de sentidos, mas não necessariamente de verdades. É por isso que discursos podem vir à tona sem o poeta (o autor) ter a consciência disso, sendo comum que autores venham a afirmar que “não tinham pensado em tudo aquilo que o analista viu em sua letra”. A Análise do Discurso, por princípio teórico, evita uma análise psicologista e propõe a integração entre o discursivo, o histórico, o inconsciente. Sob esse prisma, analisamos os sentimentos universais intrínsecos à obra de Renato Russo (o amor, a solidão...) no amálgama entre a história pessoal e a coletiva, que universalizam suas canções na construção de seu próprio ethos como projeção, repercussão e representação de um ethos social gerador de identificação por seus diversos fãs, que se percebem representados nas letras da mesma forma em que elas espelham o seu ídolo. Na análise, nota-se o amadurecimento dos sentimentos conforme a cronologia da obra, sem que um estado necessariamente se sobreponha a outro. O poeta-cantor-compositor fala do mundo ao falar de si mesmo.

REFERÊNCIAS:

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

_____. Ethos, Cenografia, Incorporação. In: AMOSSY, R. (Org.) Imagens de si no discurso. São Paulo: Contexto, 2005.

_____. Cenas da Enunciação. Tradução de Sírio Possenti e Maria Cecília Pérez de Souza-e-Silva. Curitiba: Criar, 2006.

_____. Doze conceitos em análise do discurso. Organização de S. Possenti e M. C. P. de Souza-e-Silva, tradução de Adail Sobral et al. São Paulo: Parábola, 2010.

INTERNET DAS COISAS: CONSTRUINDO UMA PROVA DE CONCEITOS SOBRE A UTILIZAÇÃO DE MÍDIAS LOCATIVAS NAS TECNOLOGIAS MÓVEIS

FABERSON AUGUSTO FERRASI

Eduardo Martins Morgado

Palavras-chave: Internet das Coisas; Mídias Locativas; Tecnologia Móvel; Bluetooth; Beacons.

Resumo

A Internet desde o seu surgimento até os dias atuais percorreu uma evolução tecnológica em três fases: Redes de Computadores, Redes de Pessoas e Comunidades, e por fim, a fase atual em transição, uma Rede de Objetos e Dispositivos Inteligentes. Esta nova fase apresenta uma grande transformação na maneira que iremos gerar, compartilhar e consumir dados sobre praticamente tudo através da Internet. As tecnologias móveis, mais especificamente os dispositivos móveis como os smartphones e dentre outros dispositivos já presentes no nosso cotidiano, em conjunto dos sensores/mídias locativas de proximidade sem fio como Beacons, RFID, NFC, QRCode, serão potencialmente grandes atores desta nova fase de evolução denominada como a Internet das Coisas ou do inglês Internet of Things(IoT). Este conceito consiste na captura de dados de variáveis de estado de ambientes físicos por meio de objetos e dispositivos inteligentes sem fio e o seu compartilhamento entre si e com as pessoas através da Internet. Com os resultados dos experimentos e pesquisas realizadas por grandes corporações de tecnologia em conjunto da comunidade científica em todo o mundo indicam um grande potencial, mas em paralelo a isso muitos questionamentos em torno de sua aplicabilidade, desafios estes ainda a serem superados. Desta forma, este presente trabalho propõe a construção de uma prova de conceitos(PoC), sobre os fundamentos da Internet das Coisas, sendo este realizado por meio do desenvolvimento de uma aplicação móvel realizando a interconexão com uma mídia locativa de proximidade sem fio denominado como MPact Beacon BLE, que por meio da transmissão de uma codificação de dados via Bluetooth LE interconecta-se com um dispositivo móvel e realiza a captura de dados de um ator presente em um ambiente físico e os compartilha através da Internet.

Objetivos Gerais

Desenvolver uma prova de conceito sobre os fundamentos da Internet das Coisas a partir da interconexão entre dispositivos móveis e sensores ou mídias de proximidade sem fio e a distribuição dos dados obtidos pelos dispositivos através da Internet.

Materiais e Métodos

Para o desenvolvimento deste estudo até o momento foi necessário à exploração sobre a codificação, configuração e aprimoramento sobre as técnicas de desenvolvimento de aplicações móveis e sua interconexão com sensores de proximidade (beacon). Nesta abordagem foi designado o sensor MPact Beacon BLE com a tecnologia Bluetooth 4.0 LE, representando um tipo de mídia locativa, este fornecido pela empresa Zebra por intermédio do Laboratório de Informática Aplicada da UNESP(LTIA), no campus de Bauru-SP.

Resultados

Com o emprego dos conceitos da Internet das Coisas dentro do cenário tecnológico apresentado nesta presente pesquisa, espera-se realizar o fluxo informacional que traz a proposta da prova de conceitos, que por meio da utilização das mídias locativas representada por um sensor de proximidade Bluetooth LE, interconectada a um dispositivo móvel neste caso representado por um smartphone, espera-se ser capaz de obter um dado de estado de um ambiente físico e compartilha-lo com pessoas e outros dispositivos através da internet.

Conclusões

Conclui-se até o presente instante que a Internet das Coisas se apresenta realmente como uma revolução tecnológica que ainda existe muito a ser explorada. A transmissão de dados via bluetooth através dos beacons é apenas uma das vastas possibilidades de implementação.

Referências

CASTELLS, Manuel. A Galáxia da Internet: Reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

LEMOS, André. A Comunicação das Coisas: teoria ator-rede e cibercultura. São Paulo: Annablume, 2013.

ASHTON, Kevin, That 'Internet of Things' Thing, RFID Journal, 2009. Disponível em: <http://www.rfidjournal.com/articles/pdf?4986>, Acessado em: 01/10/2015.

WEISER, Mark, The computer for the 21st century, 1980. Disponível em: <http://dl.acm.org/citation.cfm?doid=329124.329126>, Acesso em: 01/10/2015.

“POKEMON GO”: VILÃO OU HERÓI?

FABRICIO SILVA
LYSLLEY FERREIRA DOS SANTOS

Palavras-chave: Pokemom Go; dependência; tecnologias

Grandes transformações vem ocorrendo na sociedade com o surgimento das novas tecnologias e do ciberespaço. Essas resultam de um movimento internacional em que jovens interagem entre si e com o mundo através de novas mídias sociais, cabendo a cada um explorar seus aspectos positivos. Lévy (2010). Diante deste fato, os jogos se disseminaram transformando-se assim em fenômenos mundiais. Apesar de pesquisas atestarem os benefícios que eles trouxeram, o uso sadio dos jogos deu lugar a um descontrole gerando impactos na vida cotidiana. Abreu et al (2008). Matérias jornalísticas apresentadas pela mídia culminaram em debates acerca do game “Pokemon Go”, suscitando o interesse para a realização desta pesquisa. Assim, o objetivo é analisar o lançamento do game e seus reflexos na sociedade atual. Foi realizado um breve estudo bibliográfico para levantar questões acerca da influência da tecnologia na sociedade, e a análise de discurso em fontes jornalísticas sobre a relação das pessoas com o jogo e suas consequências. Para Lévy (2010), com o ciberespaço ocorre um movimento por parte dos jovens, que buscam experimentar novas formas e espaços, comunicação e suas potencialidades. Diante disto, encontramos um fenômeno atual que suscita reflexões, o jogo de realidade aumentada “Pokemon Go”. O objetivo é que o jogador explore a cidade para capturar os Pokemons, uma ideia que inicialmente parece inovadora, partindo das críticas tecidas em torno da dependência e uso excessivo dos Smartphones. Aliado a este fator, temos o surgimento de um distúrbio batizado de “nomofobia”, um sentimento de pavor que certas pessoas experimentam ao ficar sem celular, podendo levar a ansiedade, tremor e depressão. Outra questão é a dependência causada pelos games, apesar de estudos relacionarem a vantagem do uso de games para a aprendizagem e o desenvolvimento, seu uso abusivo pode ser tratado como um novo distúrbio psiquiátrico. Jovens deixam de realizar suas atividades sociais e educacionais para jogar e quando separados do game apresentam inquietação, baixa auto-estima e menor satisfação com sua vida. Abreu et al (2008). Há uma dificuldade de estabelecer um tratamento para esses dependentes, visto que não se sabe se realmente estamos diante de um transtorno psiquiátrico, aliada a falta de diagnóstico e as diversas escalas existentes, que dificultam as pesquisas. Lemos e Santana (2008). Desta forma, apesar do sucesso do jogo, muitas polêmicas estão surgindo, onde podemos relacionar o uso deste, com a dependência e nomofobia, como o caso de uma mulher americana que encontrou um cadáver próximo a sua casa enquanto usava o aplicativo; casos de roubos de jogadores, homofobia e muitos relatos de pessoas caindo e se machucando porque não prestam atenção no que está a sua frente ao jogar. BBC (2016). Diante dos relatos midiáticos percebe-se as análises e os questionamentos levantados pela sociedade. A questão da dependência é uma das mais visíveis. Se retornarmos as palavras de Lévy (2010), notaremos que tais problemas e distúrbios se referem muito mais a forma como as pessoas estão interagindo com as tecnologias do que nas tecnologias em si.

Referências

- ABREU, C. N. Dependência de Internet e de jogos eletrônicos: uma revisão. Rev Bras Psiquiatr, São Paulo, vol. 30, no.2, 156-67, 2008.
- BBC. O que é o Pokémon Go e por que está causando tanto furor no mundo dos games? Disponível em: <<http://www.bbc.com/portuguese/geral-36802725>>. Acesso em: 27 jul. 2016.
- LEMO, I. L.; SANTANA, S. de M. Dependência de jogos eletrônicos: a possibilidade de um novo diagnóstico psiquiátrico. Rev Psiq Clín, São Paulo, vol.39, no.1, 28-33, 2012.
- LÉVY, P. Cibercultura. 3ª edição. São Paulo: 34, 2010. 272 p. (Coleção TRANS).

PROGRAMA RADIOFÔNICO SÍNDROME DA INFORMAÇÃO: A COMPETÊNCIA EM INFORMAÇÃO NA PRODUÇÃO RADIOFÔNICA

Fernando Henrique Porte

Thiers Gomes da Silva

Palavras-chave: rádio; informação; competência; produção.

1) Atualmente, na Era da Informação, o rádio é um veículo de mídia ao qual grande parte da população pode ter acesso como ouvinte e também como usuário da Internet sem a necessidade de estar atenta a ordem cronológica da programação. A informação pode ser uma parte integrante de qualquer atividade empresarial e seu uso estratégico, atualmente, é um procedimento que pode nortear qualquer empresa a ter sucesso no mercado global. O rádio é uma empresa de comunicação e para sua existência é necessário, principalmente, ter audiência. A proposta deste Projeto de Extensão Programa Radiofônico Síndrome da Informação é ressaltar a importância do profissional de radiodifusão ser competente ao lidar com a informação na produção radiofônica. 2) Estudar e identificar a situação do radialista em relação ao desenvolvimento da competência em informação como requisito necessário para a produção de programas radiofônicos; Desenvolver pesquisa de campo junto à comunidade universitária do campus da cidade de Bauru, oeste paulista; Produção de programas radiofônicos no formato de “especiais didáticos” com o objetivo de elucidar a prática de atividades educacionais sobre como proceder com a análise da aplicabilidade social da informação. 3) No desenvolvimento deste trabalho, foram associados com os trabalhos laboratoriais, os conhecimentos adquiridos nas matérias práticas profissionalizantes do Curso de Radialismo, logo, busca-se, na elaboração deste trabalho tanto melhorar o acesso à informação radiofônica como também estimular o aperfeiçoamento profissional do acadêmico. Para operacionalizar as atividades deste projeto de extensão pesquisa (pesquisa bibliográfica, pesquisa de campo e coleta de dados), os seguintes procedimentos metodológicos foram realizados conforme princípios e técnicas de Gil (2002, 2009), Marconi e Lakatos (2015), Michel (2005), Yin (2010) e Bardin (2009). Para a realização de pesquisa de campo junto a uma realidade, optou-se pelo método do estudo de caso que consiste em uma investigação empírica.

6) Referencias Bibliográficas

ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. Correntes teóricas da ciência da informação. *Ciência da Informação*, Brasília, v. 38, n. 3, p. 192-204, 2009. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/ci/v38n3/v38n3a13> >. Acesso em: 02 de set. 2016.

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Rio de Janeiro: Edições 70, 2009.

BUENO, Wilson da Costa. *Estratégia de comunicação nas mídias sociais*. Barueri : Manoli, 2015.

EFRAIM, Turban; VOLONINO, Linda. *Tecnologia da informação para gestão*. Porto Alegre: Bookman, 2013.

FERRARETTO, Luiz Artur. *Rádio, o veículo, a história e a técnica*. 3.ed. São Paulo: Doravante, 2007.

GIL, Antônio Carlos. *Estudos de caso: fundamentação científica, subsídios para coleta e análise de dados, como redigir o relatório*. São Paulo: Atlas, 2009.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. *Metodologia Científica*. São Paulo: Atlas, 2015.

MARTINO, Luiz Mauru S. *Teoria da comunicação: ideias, conceitos e métodos*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

MEDITSCH, Eduardo. *O Rádio na Era da Informação*. Florianópolis, SC: Insular, 2001.

YIN, Roberto K. *Estudo de Caso: planejamento e métodos*. Rio de Janeiro: BOOKMAN CIA., 2010.

A CONSTRUÇÃO E A COMUNICAÇÃO DO CONHECIMENTO JORNALÍSTICO E O DESAFIO DA ERA DIGITAL

*Francisco Rolfsen Belda
Fernando Munhoz Prudêncio
Flavia Daniele Oliveira Gamonar*

Palavras-chave: jornalismo; comunicação; credibilidade

O presente artigo tem como objetivo propor reflexões no campo teórico acerca da formação e propagação do conhecimento na atividade jornalística, bem como as bases de veracidade e credibilidade intrinsecamente ligadas à atividade jornalística na era digital. Para tanto, foi realizada uma pesquisa exploratória que visa o levantamento epistemológico de temáticas como: conteúdo, notícia, verdade e conhecimento científico, a partir da compreensão de que a construção do conhecimento é responsável pela evolução humana, desde suas bases filosóficas, e que, portanto, faz-se necessária uma crítica à atual conjuntura midiática, sobre como o conhecimento vem sendo trabalhando nas plataformas digitais e quais são os riscos que a modernidade pode trazer aos fundamentos da produção crítica e crível no jornalismo.

A partir da década de 1990, diversos jornais pelo mundo iniciaram um processo de transformação de seus modelos de negócios, que ainda está em andamento, provocado pelo atual contexto mercadológico, no qual a informação tornou-se livre, gratuita e abundante na internet. Para a atividade jornalística, qualquer uma das versões possíveis para o que chamamos de construção do conhecimento é válida, pois, enquanto agente produtor de conhecimento, o profissional de jornalismo deve se atentar às técnicas, teorias e possíveis processos na construção de conhecimento. Assim como em uma tese científica, o conhecimento jornalístico deve ser crível e checado, devendo o profissional respeitar a forma como este conhecimento será subsequentemente interpretado, tomado como posse e posteriormente replicado.

A revisão de conceitos relacionados a conteúdo, notícia, verdade e conhecimento científico neste artigo levaram à conclusão de que para que a produção de conhecimento crível e para que jornalismo não venha a se tornar uma commodity, esta midiaticização deve ampliar a difusão das informações e não alterar suas estruturas, tratadas como conhecimento pelo autor, e que são geradas e replicadas, comprometendo a qualidade e credibilidade jornalística. Mais importante que as nomenclaturas utilizadas para definir o jornalismo nos meios digitais como webjornalismo, ciberjornalismo ou jornalismo on-line, há de resgatar os princípios do jornalismo, sendo um resgate teórico e metodológico, visando uma aproximação entre ciência e produção de conteúdo e o papel do jornalismo como produtor de conhecimento e responsável pelo mesmo, buscando veracidade, método e sustentabilidade entre a esfera comercial e social.

JORNALISMO, MEGAEVENTOS E LUGARES COMUNS – UMA ANÁLISE DO DISCURSO DO JORNAL THE NEW YORK TIMES NA COBERTURA DA COPA DO MUNDO DA FIFA 2014

Gabriel de Lima Alves Cortez

José Carlos Marques

Palavras-chave: Análise do Discurso; Comunicação e Esporte; Jornalismo Anglo-saxão; Cultura Brasileira

O trabalho abordará as relações entre o esporte, a comunicação, a linguagem e a cultura em um contexto de megaeventos esportivos globais e de uma sociedade do espetáculo, capitalista e mundializada (ORTIZ, 1994). Analisaremos o discurso do jornal norte-americano The New York Times, a fim de identificar a maneira com que o periódico descreveu a Copa do Mundo da FIFA 2014, realizada no Brasil, entre os meses de junho e julho daquele ano.

Antes das análises, o pesquisador apresentará uma fundamentação teórica acerca do envolvimento do esporte com os meios de comunicação de massa, o jornalismo e a cultura na contemporaneidade – sobretudo, quando se pensa na (re)produção de uma identidade brasileira pelos discursos midiáticos. Tomar-se-á em conta a crítica que Renato Ortiz faz à perspectiva “essencialista” com a qual as Ciências Sociais – em particular a Antropologia Cultural – legitimaram, até a década de 1980, a ideia de que “cada povo ou nação encerraria um caráter intrínseco à sua cultura” (ORTIZ, 2013, p. 622).

Nomeadamente, analisaremos a cobertura dos jornalistas do diário norte-americano The New York Times, veiculadas em sua versão online, durante a realização da Copa do Mundo da FIFA 2014. A análise se baseará em conceitos da Análise do Discurso Francesa, a fim de diagnosticar a maneira com que os discursos do jornal trabalharam – e, por que não (?), resignificaram – o epíteto “Brasil: país do futebol”. Revisitar-se-ão, para isso, as discussões acerca do tratamento dado pela imprensa e pela sociedade a este aspecto “imaginado” (no sentido que Benedict Anderson emprega ao termo) acerca do Brasil: isto é, seríamos, ainda, “o” país do futebol? Como a imprensa estrangeira trabalha com esta construção discursiva – especificamente, na cobertura de um Mundial de Futebol? Que recursos discursivos foram empregados? É o que se objetiva refletir com a pesquisa.

ORGANIZAÇÕES E SOCIEDADE INFORMACIONAL: OS IMPACTOS E DESAFIOS NA RELAÇÃO INTERNA E EXTERNA

Gabriel Ferreira Duarte Barbosa

André Aparecido Medeiros

Cassiana Anunciata Caglioni

Emery Sumie Masuko Komono

Palavras-chave: informacionalismo; globalização; tecnologia; sociedade em rede; comunicação organizacional.

A evolução das tecnologias da informação impactou as relações entre homens, organizações e instituições. A presente pesquisa objetiva analisar as mudanças ocorridas na comunicação organizacional. Para tanto, é realizada uma revisão bibliográfica sobre o panorama histórico e evolutivo das tecnologias de informação e os impactos e desafios a serem enfrentados pelas organizações.

A análise discorre sobre aspectos históricos ocorridos no cenário social, reflexos da evolução tecnológica nas interações sociais e organizacionais e a importância da imagem corporativa numa sociedade conectada e participante na construção de significados. Por organização entende-se a ação humana coordenada sobre a matéria encontrada na natureza a fim de transformá-la em seu benefício. Já por tecnologia, a forma como os indivíduos agem - baseados em recursos de energia, conhecimento e informação - sobre a matéria, envolvendo assim os meios de produção. Dessa forma, segundo Castells (2009b, p. 87), a comunicação, sendo sinônimo de compartilhar significados mediante o intercâmbio de informação, produz sentido aos processos organizacionais. E, como destaca Manucci (2008), a comunicação também deve ser compreendida como eixo fundamental na definição de realidades e na gestão de símbolos compartilhados. Esta competência se converte em estratégia em favor aos objetivos corporativos quando outorga um sentido às percepções, significados e diferentes sinais do ambiente.

Diante disso, a comunicação gera alternativas corporativas, além de manter a sincronia entre a realidade percebida pela instituição e àquela percebida pelo público, construindo o futuro em cada momento do presente. "O modelo de comunicação está diretamente relacionado com o modelo de organização que, por sua vez, define o modelo de relação" (MANUCCI, 2008, p. 76, tradução livre).

O resultado da pesquisa destaca a importância da conscientização organizacional sobre a realidade conectada e globalizada, a necessidade das organizações repensarem o uso da comunicação e a busca por novos meios de lidar com o público construtor de significados em redes. Como aponta Manucci (2008), a emergência da mudança na estratégia corporativa envolve três fatores: paradigmas (ideologias), modelos e processos de intervenção. É a partir de crenças e ideologias que a organização percebe a realidade, constrói seus modelos de intervenção e obtém os resultados. Se a organização enxerga a realidade de modo mecânico (como é o caso da maioria), ela tenderá a intervir com base em modelos hierárquicos, baseados no controle e na persuasão. Por outro lado, com um olhar mais abrangente ao seu entorno, a organização poderá fazer uso de modelos mais flexíveis e criativos, como aprendizagem conjunta, intervenções estratégicas, gestão sistêmica das decisões e gerenciamentos de valores.

Bibliografia:

BAUMAN, Zygmunt. Modernidade Líquida. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 2009a.

CASTELLS, Manuel. Comunicación y poder. Madrid: Alianza Editorial, 2009b.

MANUCCI, Marcelo. El impacto corporativo: diseño estratégico de la comunicación en la complejidad del contexto atual. Buenos Aires: La Crujía, 2008.

DIVISÃO DE TERRAS, INDUSTRIALIZAÇÃO E URBANIZAÇÃO EM AMERICANA (SP): ANOS DE DESIGUALDADE ESTAMPADOS NO JORNAL

Gabriela Vanni Arroyo

Palavras-chave: divisão de terras; urbanização; Americana; O Liberal.

1. Breve descrição da pesquisa

Pesquisa desenvolvida para a avaliação final da disciplina de Realidade Socioeconômica e Política Regional, ministrada pelo professor Dr. Maximiliano Martin Vicente para o sétimo semestre da turma de Comunicação Social – Jornalismo, período noturno. Trabalho elaborado em formato de artigo científico.

2. Objetivos

Objetivo Geral: identificar na mídia local, em notícia atual do jornal impresso “O Liberal”, os vestígios do processo de urbanização da cidade de Americana (SP).

Primeiro objetivo específico: elaborar breve histórico do processo de urbanização da cidade de Americana, no interior de São Paulo, buscando compreender como as terras foram administradas, do período de divisão do solo ao início da urbanização.

Segundo objetivo específico: conhecer a história do jornal local “O Liberal” e as relações do veículo com o atual prefeito Omar Najar (PMDB).

Terceiro objetivo específico: analisar notícia atual do jornal “O Liberal” sobre obras públicas na cidade de Americana (SP), buscando identificar qual população se beneficia com a obra e qual a intenção do jornal com a publicação.

3. Material e métodos

Os materiais utilizados são textos encontrados na Biblioteca Municipal de Americana (SP), a bibliografia indicada no plano de ensino da disciplina e uma edição do jornal americanense “O Liberal”. A pesquisa tem caráter qualitativo e o método utilizado é o da pesquisa exploratória.

4. Resultados e discussões

Americana recebeu esse nome devido uma vila de norte-americanos que se formou perto da vila de Santa Bárbara no fim do século XIX. Entretanto, não foram os norte-americanos que formaram a cidade de fato. Foram os imigrantes italianos, que substituíram a mão de obra escrava na fazenda Salto Grande, vivendo em condições parecidas de pobreza. Já os imigrantes alemães foram responsáveis pela industrialização da cidade, o principal deles pertence a uma tradicional e famosa família da região, os Müllers. A diferença dos imigrantes alemães se comparados aos imigrantes italianos é que o Sr. Müller já chegou ao Brasil na posição de funcionário industrial.

Observou-se, através da mídia local, que os bairros, antigamente destinados à moradia dos tecelões da cidade que ficou conhecida como “Princesa Tecelã”, ainda hoje são os bairros considerados desprestigiados e com necessidades básicas de infraestrutura, enquanto as regiões nobres são as que continuam a receber os maiores investimentos.

5. Considerações finais

A pesquisa permitiu compreender o papel dos imigrantes na construção da cidade e revelou como a industrialização influenciou na urbanização do espaço. Ao mesmo, ao analisar-se uma notícia atual, tornou-se claro três fatores: 1) como a gestão pública prioriza regiões específicas; 2) como o jornal se posiciona a favor da atual administração; e 3) como a história desigual entre as classes criou um presente ainda mais desigual.

6. Referências

BIANCO, Jessyr; JONES, Judith Mac Knight; BRYAN, Abílio Serra; PAVAN, Maurício Fábio. Americana: edição histórica. Focus: Americana, 1975. 103 p.

GARCIA, Maria Ângela. A cafeicultura e a expansão do capitalismo. Araçatuba: Econ pesquisa, 1999.

GOBBO, Célia; OLIVIERI, Fanny; RIBEIRO, Maria José Ferreira de Araújo; FERREIRA, Melquesedec. Preservando nossa história. Americana: 1999. 142 p.

OLIVIERI, Fanny; MAGRI, Guiomar Maria; FERREIRA, Melquesedec. Descobrimo Americana: um Grande Salto. Americana: 2008. 120 p.

PEREIRA, João Sette Whitaker. São Paulo: cidade da intolerância ou o urbanismo "à brasileira". Estudos avançados: São Paulo, 2011.

PULICI, Carolina. O gosto dominante como gosto tradicional: preferências e aversões estáticas das classes de São Paulo. Novos estudos: São Paulo, 2011.

RIBEIRO, Renata Alves. Os meios de comunicação e o processo de modernização: as influências nos jornais paulistas. Intercom: Santos, 2007.

SINGER, Paul. Urbanização e desenvolvimento: o caso de São Paulo. São Paulo: 1993.

O DIREITO AO ESQUECIMENTO E OS SEUS POSSÍVEIS IMPACTOS NA COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA

Greici Maria Zimmer

Carlo José Napolitano

Palavras-chave: Direito ao esquecimento; Comunicação midiática; Ponderação.

Trata-se a presente comunicação de trabalho decorrente de pesquisa de mestrado em andamento e que visa especificamente apresentar a decisão do Superior Tribunal de Justiça, proferida no Recurso Especial n.º 1.334.097 do STJ, que reconheceu no Brasil o direito ao esquecimento, analisando-se também os seus possíveis impactos nas práticas midiáticas. A metodologia utilizada é a hermenêutica jurídica. O direito ao esquecimento ganhou notoriedade no debate jurídico e comunicacional quando a Justiça Europeia, no ano de 2014, reconheceu o direito de um cidadão ter um fato de sua vida esquecido pela sociedade. A questão relacionava-se ao direito civil e a condenação foi para que se retirasse dos mecanismos de pesquisa Google tais informações. No Brasil, a decisão com maior repercussão é a do Recurso Especial 1.334.097 do RJ, de 25 de maio de 2013. Foi a partir dela que se começou a discutir mais incisivamente o reconhecimento do direito ao esquecimento em nossa seara jurídica. O caso tratava de veiculação indevida de dados no programa Linha Direta Justiça, da Rede Globo de Televisão, que levou ao público a situação de um cidadão, que teve veiculado em mídia nacional o fato de ter figurado como réu no processo do caso conhecido como a Chacina da Candelária. Os fundamentos abordados na razão de decidir do Superior Tribunal de Justiça foram muitos e diversos, entre eles o conflito entre direito à comunicação e vida privada. O STJ partiu da premissa de que existe um conflito entre a liberdade de comunicação e os direitos de personalidade, tratando-se de um conflito entre um “querer ocultar-se” contra um “fazer revelar”, ambos com proteção constitucional. Neste sentido, o STJ definiu que a atividade informativa está contida no artigo 5º, IX, da CF ao dispor que “é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença” e que o inciso X, disciplina que “são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação”. E na análise desta ponderação de valores, se inclina o julgamento de que, não obstante a liberdade de informação esteja no seletor rol de direitos fundamentais e com regulação nos artigos 220 e seguintes, a dignidade da pessoa humana estaria numa análise anterior e prevista propositalmente já no artigo 1º, III, do corpo constitucional, sendo a lente pela qual se deveria analisar todo o resto do texto. Nesta linha de raciocínio, o STJ determinou que, no caso concreto que analisou, preponderar-se-ia o direito a dignidade da pessoa humana, sem, entretanto, incidir em censura. E na conclusão do julgado, deixa claro que o ilícito não foi ter a rede Globo contado a história dos crimes da chacina da Candelária, mas sim a forma como o fez, ponderando que a história seria bem contada e sem prejuízos mesmo que a imagem e o nome do autor não fossem expostos em rede nacional. Há, portanto, o reconhecimento de um direito ao esquecimento na mídia televisiva que consiste na ponderação da vida privada dos cidadãos com o direito à comunicação.

Referência bibliográficas:

_____. Superior Tribunal de Justiça. <https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=ITA&sequencial=1239004&num_registro=201201449107&data=20130910&formato=PDF> . Acesso em 03 de julho de 2016.

APONTAMENTOS SOBRE O CONCEITO DE NARRATIVA COMPLEXA

Heidi Campana Piva

Palavras-chave: Audiovisual; Televisão; Ficção Seriada; Narrativa Complexa; Construção Temporal

Há mais de três décadas as narrativas audiovisuais apresentam inclinação em direção à complexidade estrutural e estilística da trama (BORDWELL, 2010; Cameron, 2010; MITTELL, 2006). A narrativa complexa representa uma alternativa às formas tradicionais que caracterizam as séries de televisão desde sua origem. Isso não significa que os princípios aristotélicos de começo, meio e fim não sejam válidos. Porém, esta mudança aponta para o fato de que há novos padrões estéticos que podem determinar a qualidade e a coerência de uma ação dramática (ALLEN, 2013).

O método utilizado nesta pesquisa consiste em revisão conceitual do termo Narrativa Complexa a partir do referencial teórico de Jan Simons, Warren Buckland, Allan Cameron, Jason Mittell e David Bordwell.

De acordo com Bordwell (2010), o tempo molda nosso entendimento da ação narrativa, de forma que em uma narrativa complexa, na qual a trama é construída fora da ordem, o espectador se empenha em colocar os eventos em sequência cronológica, a fim de determinar sua duração e frequência. Dessa forma, neste tipo de narrativa a complexidade de se origina das relações entre os tempos presente, passado e futuro do universo diegético (MUNGIOLI, PELEGRINI, 2013).

De forma mais ampla, Mittell (2006) escreve que a narrativa complexa é caracterizada por um equilíbrio híbrido entre as formas seriada, episódica e contínua, sem necessariamente fechar a trama em cada capítulo e privilegiando a diversidade de gêneros.

É possível afirmar que as tramas complexas lidam com a desorientação temporária através da falta de sinalizações explícitas durante a narrativa, o que provoca ambiguidade. Assim, para que haja compreensão da história, os espectadores necessitam de um engajamento ativo. Isto faz com que o público se relacione de uma forma mais comprometida em relação às narrativas complexas do que em relação às convencionais (MIT-TELL, 2006).

Ademais, o sucesso de produtos audiovisuais narrativamente complexos indica que os seriados são adequados a jogos com a temporalidade (BALOGH, 2002), pois nesse tipo de trama a complexidade é dada nos grandes arcos narrativos ao longo dos capítulos, permitindo que os espectadores desenvolvam sua compreensão através do acompanhamento a longo-prazo.

O desenvolvimento das narrativas complexas, nas últimas décadas, sugere que um novo paradigma das tramas televisivas tenha surgido. Isto inclui a diluição das fronteiras entre as formas episódica e contínua, o aumento do domínio sobre a mecânica da própria trama e a criação de demandas por um espectador mais concentrado.

Referências:

ALLEN, Richard J. Beginning, Middle, End of an Era: Has Technology Trumped Aristotle?. *Journal of Film and Video*, v. 65, n. 1, p. 9-22, 2013.

BALOGH, Anna Maria: *O Discurso Ficcional na TV: Sedução e Sonho em Doses Homeopáticas*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002. P. 51-66.

BORDWELL, David. THOMPSON, Kristin. Narrative as a Formal System. In: *Film Art An Introduction*. New York: McGraw-Hill Companies, Inc, 2010. p 134-189

BUCKLAND, Warren: Introduction: Puzzle Plots. In: *Puzzle Films: Complex Storytelling in Contemporary Cinema*. Chichester: A John Wiley & Sons, Ltd., 2009. p. 1-13

CAMERON, Allan: *Modular Narratives in Contemporary Cinema*, Palgrave Macmillan, 2008.

MACHADO, A. *A Televisão Levada a Sério*. São Paulo, Senac, 2000.

MITTELL, Jason. Narrative Complexity in Contemporary American Television. In: The Velvet Light Trap. Number 58, Fall 2006, University of Texas Press.

MUNGIOLI, Maria Cristina Palma; PELEGRINI, Christian. Narrativas Complexas na Ficção Televisiva. In: Revista Contracampo, v. 26, n. 1, ed. abril, ano 2013. Niterói: Contracampo, 2013. Pags: 21-37.

SIMONS, Jan. Complex narratives. In: New review of Film and Television Studies. London: Rout-ledge, Issue 2, 2008.

YIN, Robert. Estudo de Caso: Planejamento e Métodos. Tradução: Ana Thorell; consultoria, supervisão e revisão técnica desta edição: Cláudio Damacena. Bookman. 2001

COMO PENSAR SOBRE VIDEOGAMES? O FORMALISMO E O ESTADO DA CRÍTICA

Henrique Antero

Palavras-chave: videogames; estética; crítica; keogh; formalismo;

PORQUE PENSAR SOBRE VIDEOGAMES?

Há quase trinta anos os videogames fazem parte da cultura de massa, e surgem as primeiras gerações que cresceram em um mundo onde o videogame é uma tecnologia mundana. Não só sua aceitação cultural cresceu: as ferramentas para criação também se tornaram mais acessíveis. Apesar do questionamento se videogames podem produzir trabalhos culturais relevantes, o videogame como forma está encontrando maturidade e se estabelecendo como um dos centros do mundo contemporâneo.

O videogame é, entre outras coisas, uma mídia expressiva que dialoga de maneira particular com as novas gerações quanto mais se aproxima da vida cotidiana, assim como a internet. Questões como “videogame é arte?” podem não ser resolvidas no futuro próximo, mas serão crescentemente debatidas dentro da academia e fora dela, e uma pergunta natural é: como pensar sobre videogame? Este artigo pretende discutir brevemente o estado da crítica acadêmica de videogame, descrevendo o seu principal ponto de debate atual, o formalismo, e a possível resolução para esse impasse teórico como sugerido em Keogh (2014) *Across Worlds and Bodies*.

COMO PENSAM OS FORMALISTAS?

A tendência, ao se pensar sobre videogame dentro das humanidades, é discriminar um videogame pelos seus elementos mais formais, o que levou à criação de diversos modelos prescritivos que buscam fixar o que é o videogame, permitindo afirmações como em Juul (2005) que as regras de um videogame são mais “fundamentais” do que sua ficção “imaginária”.

Esta é uma visão materialista que tenta localizar o significado de um videogame em suas regras, implicitamente afirmando que um videogame é o seu conjunto de sistemas, e que seus outros elementos — como a arte, ou o som — são ocasionais: o significado do videogame não depende deles, está contido no espaço lúdico emergente de suas regras. Essa noção surge da ideia de que o videogame é uma mídia única por ser interativa, logo, o seu elemento mais importante é o que o jogador pode fazer: o jogo, sua ludologia. Na tentativa de separar o videogame das suas similaridades com outras formas para lhe reservar um status único, essa corrente cria, inadvertidamente, uma inalçável pretensão do videogame puro, independente de seus aspectos visíveis.

A PROPOSTA FENOMENOLÓGICA

O formalismo não nos auxilia a entender como e porque um videogame cria significados, e de fato é contraproducente para a compreensão do que é um videogame ao impor limitações e enfatizar arbitrariamente um elemento formal acima dos demais. A interatividade, afinal, existe tanto na interpretação de um livro quanto no passar das páginas, e um videogame não é apenas um jogo. “A videogame’s mechanics and audiovisuals are symbiotic, a singular and irreducible component of videogame play.” (Keogh, 2014) Um videogame é a interrelação entre o o jogo, o audiovisual, o próprio hardware (o controle, os cabos, o memory card, as telas de loading), e os sentidos, que confluem no momento em que o videogame está sendo utilizado para criar a experiência do videogame em “um circuito cibernético de prazeres incorporados” (Keogh, 2014). A crítica fenomenológica deve encontrar o significado do videogame através dos mundos e corpos (o físico e os virtuais), e não pode distinguir entre os elementos de ‘jogo’ e elementos de ‘não jogo’.

Instead it must start with a reconceptualised understanding of videogame play that can trace the interrelated aesthetic pleasures of pressing a button, watching a cut-scene, killing an alien, scrolling

through a menu, tweeting a high score as all contributing to (or weakening) a specific game-and-player's embodied experience. (Keogh, 2014)

Referencias Bibliográficas

Aarseth, E. (1997). *Cybertext: Perspectives on ergodic literature*.

Juul, J. (2005). *Half-Real: Video games between real rules and fictional worlds*.

Keogh, B. (2014). *Across Worlds and Bodies: Criticism in the Age of Video Games*

Galloway, A. R. (2006). *Gaming: Essays on algorithmic culture*.

A GESTÃO DE RELACIONAMENTOS EM AMBIENTES ORGANIZACIONAIS MULTICULTURAIS PELA VISÃO DO ALUNO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

Isabella Pinto de Barros Lima

Palavras-chave: relações públicas; gestão de relacionamento; cultura; multiculturalidade; interculturalidade.

Por meio do estudo da globalização e seu entendimento somado ao reconhecimento de sua relevância enquanto conteúdo complexo e de constante renovação, o presente trabalho parte da conceituação e historicidade do termo para explicar a origem da multiculturalidade e posteriormente da interculturalidade, elementos de extrema importância para o trabalho do relações públicas, principalmente no que compete a gestão de relacionamentos, visto que este “tem de ser um revolucionário, saindo da passividade para a administração ativa do processo comunicacional, posicionando-se como um estrategista” (KUNSCH, 1997) nas organizações que abrigam indivíduos vindos de lugares distintos e que por isso carregam com si culturas também distintas. Dessa forma, esta pesquisa busca entender o papel do relações públicas enquanto gestor de relacionamentos e como o aluno do curso da Unesp Bauru enxerga essa possibilidade dentro das organizações.

O objetivo do projeto buscava entender como os alunos do curso de Relações Públicas enxergam a possibilidade de gerenciar relacionamentos em ambientes organizacionais multiculturais e interculturais em sua rotina profissional. Dessa forma, buscou compreender como o aluno de Relações Públicas enxerga a si mesmo enquanto futuro profissional; compreender como os relacionamentos são influenciados pelo contato multicultural e debater sobre a inserção da temática da interculturalidade na formação profissional e universitária do profissional de relações públicas.

Os métodos utilizados durante o trabalho foram quatro. O primeiro baseou-se no levantamento bibliográfico e teórico do conteúdo, afim de embasar toda a proposta de discussão. A segunda foi uma pesquisa quantitativa com os alunos de Relações Públicas da Unesp, com o intuito criar um perfil para o curso baseado nas respostas dos questionários. O terceiro método foi a pesquisa qualitativa, realizada com seis alunos do curso, que buscava entender mais a fundo a visão de alunos com perfis diferentes (selecionados por meio da primeira pesquisa). Por fim, foi realizada uma descrição e análise sobre as pesquisas para enfim finalizar com uma avaliação dos resultados.

O resultado da pesquisa quantitativa mostrou que, em geral, os alunos têm pouca proximidade com a temática da multiculturalidade e têm dificuldade em diferenciá-la do termo interculturalidade e que por isso por vezes não entendem a importância de aprofundar-se no assunto. O resultado da pesquisa qualitativa mostrou que os alunos entendem o papel do relações públicas enquanto gestor de relacionamento, e conectam a figura do profissional às atividades voltadas a multiculturalidade. Entrou em discussão, ao fim do projeto, o papel da universidade em preparar os universitários do curso e introduzi-los nessa temática que se renova frequentemente e tem grande valor na área, com sugestões de melhoria e adaptação para as atividades que já são realizadas e de inovação ao criar novos projetos que atendam a essas necessidades.

Se o objetivo era entender a visão dos alunos de Relações Públicas, ficou claro que essa visão é restrita e que a universidade deveria fornecer ferramentas melhores para que esse quadro fosse alterado. No entanto, a conclusão mais relevante é a de que mesmo apesar dos resultados, os alunos demonstraram interesse pela temática e entendem sua importância para encarar os novos desafios numa área extremamente promissora para os relações-públicas. Entendem-se também que apesar da semelhança na escrita, a multiculturalidade não possui o mesmo significado que a interculturalidade. O primeiro é realidade das organizações, enquanto o segundo, traz o diálogo e a troca de experiências, é o foco do

relações públicas numa organização. Seu objetivo é tornar o ambiente rico em diálogo e diversidade, sendo assim, um gestor de relacionamentos.

Referencias Bibliográficas

KUNSCH, M. M. K; Relações Públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional. São Paulo, SP, 1997.

VINHETAS DE ABERTURA:

A IMAGEM DA EDUCAÇÃO EM PROGRAMAS INFANTIS

Jaqueline Esther Schiavoni

Palavras-chave: Televisão; Vinheta; Educação; Infantil; Semiótica.

1. Descrição da pesquisa

Desde que a televisão surgiu carregou consigo três grandes promessas: entreter, informar e educar. O trabalho de pesquisa a ser apresentado se volta para a terceira função e abordará as vinhetas de abertura de um variado conjunto de programas educativos dirigidos ao público infantil. Todas as produções selecionadas têm ou tiveram exibição no Brasil, em alguns casos até em mais de uma emissora. Todavia, nem todas são brasileiras, muito menos exclusivas. De modo que algumas realizações são originárias de países como Estados Unidos, Argentina e Alemanha, e encontram espaço na grade de diferentes redes de televisão ao redor do mundo.

2. Objetivos

O intuito da investigação é colocar em evidência os valores que tais construções imagéticas sustentam. Considerando que as vinhetas de abertura se relacionam diretamente com o conteúdo que acompanham e se constituem atualmente o principal instrumento de publicidade e propaganda dos programas na televisão (SCHIAVONI, 2015), o estudo acabará por revelar os valores que norteiam a produção dos programas infantis em si e os valores que conformam a identidade que seus criadores requerem para cada uma das obras selecionadas.

3. Material e métodos

Compõem o estudo a vinheta de abertura de oito programas infantis editorialmente marcados como educativos, originários de distintos países e veiculados na televisão brasileira por diferentes emissoras abertas. São eles: Quintal da Cultura (Brasil), Vila Sésamo (EUA), Cocoricó (Brasil), Mentos Brilhantes (Argentina), Castelo Ra-tim-bum (Brasil), Cyberchase (EUA) e o Pequeno Einstein (Alemanha). O trabalho compreende a análise do vídeo de abertura de cada um dos referidos programas a partir do instrumental teórico da semiótica francesa. A análise buscou dar conta dos recursos expressivos utilizados – cromáticos, eidéticos, topológicos, figurativos etc. – avaliando o vínculo que estabeleciam com o mundo natural e as possíveis relações semi-simbólicas existentes. Tomando a vinheta como texto audiovisual (BARROS, 2001, p.7), procedeu-se, então, com a aplicação do percurso gerativo de sentido, com ênfase no nível discursivo. Assim, foram destacadas as projeções de tempo, espaço e pessoa, bem como o uso de figuras e os temas aos quais estas conduziam.

4. Resultados e discussões

As figuras empregadas, bem como as projeções de espaço, tempo e pessoa presentes em cada vinheta encaminham a leitura dos vídeos para o reconhecimento de diferentes propostas educativas – uma envolvendo noções mais básicas, como o universo das cores, da música, da vida em sociedade; outra envolvendo noções mais avançadas, incluindo fórmulas, experimentação científica e conhecimento de mitologias. Conforme a análise das figuras empregadas, as propostas básicas estão direcionadas a crianças em seus primeiros anos de vida e/ou escolares, e as atividades apresentadas na tela ocorrem em períodos diurnos, sendo alocadas em ambientes abertos – o quintal, a vila, o sítio. As propostas mais avançadas estão dirigidas a crianças já iniciadas num dado universo cultural e educacional, e as ações se passam em períodos noturnos, em ambientes fechados – o teatro, o laboratório, o castelo. Em outros casos, tais práticas são atemporais e ocorrem em ambientes paralelos, como o mundo virtual da internet.

5. Considerações finais

As escolhas da enunciação revelam níveis diferentes de valoração para as práticas educacionais básicas e as avançadas, expondo as relações de hierarquia e acesso que envolvem o conhecimento na sociedade atual.

6. Referências bibliográficas

BARROS, D. L. P. de. Teoria semiótica do texto. 4a ed. São Paulo: Ática, 2001.

GREIMAS, A. J. Semiótica figurativa e semiótica plástica. In: OLIVEIRA, A. C. de (Org.) Semiótica plástica. São Paulo: Hacker, 2004.

SCHIAVONI, J. E. Vinheta de TV: tipos, usos e funções. Bauru: Mediaworks, 2015.

COMUNICAÇÃO PÚBLICA E DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO EM XEQUE

Jéssica Monteiro de Godoy

Palavras-chave: Comunicação Pública; TV Brasil; Canal 7

Essa pesquisa é embasada parcialmente para a dissertação de mestrado. Como objeto e objetivo, a pesquisa abordou os desafios e perspectivas da TV Brasil e do Canal 7 Argentina para se consolidarem como TVs públicas nacionais, livres de amarras comerciais e ingerências governamentais (PEREIRA, 2009). Tratou-se de uma pesquisa empírica e descritiva, com base na teoria dos Efeitos Limitados (WOLF, 1989) e dos Estudos Culturais de Zallo (1988; 1992). O cenário político se alterou tanto na Argentina com a eleição do novo presidente Maurício Macri, opositor ao Kirchnerismo, como no Brasil com a polêmica abertura do processo de impeachment da presidente Dilma Rousseff e o início do governo interino de Michel Temer. Já no início do mandato, Macri modificou a popularmente conhecida Lei de Meios (LSCA, 2009), unificando-a com a Lei Argentina Digital com um Decreto de Necesidad y Urgencia. Entre as mudanças estão o aumento do tempo de concessão das emissoras de radiodifusão, o retorno da possibilidade de propriedade cruzada entre TV aberta e paga e a permissão de transferência de concessões audiovisuais. A Lei foi adequada aos grupos de mídia, e não o contrário, isto é, a medida se trata de uma afronta grave ao avanço democrático na Argentina. Em suma, trata-se da “eliminação de obstáculos à concentração ainda maior do mercado audiovisual” (BECERRA, 2016). No Brasil, os primeiros dias de governo de Michel Temer colocaram em xeque a atuação da EBC e especialmente da TV Brasil que ameaça ser fechada. Entre as medidas, destacam-se a exoneração do diretor-presidente da empresa, Ricardo Melo e de alguns apresentadores e comentaristas, como Tereza Cruvinel e Paulo Moreira Leite, a preparação de uma medida provisória para a extinção do Conselho Curador, termômetro da linha editorial da EBC, e a diminuição de recursos para a TV Brasil (MONTEIRO, 2016). A falta de informação clara à população por parte das mídias comerciais, levando a um falso entendimento da comunicação pública também é recorrente. Entendendo a comunicação pública como um direito pertencente a todos os brasileiros (MATOS; HAZIN, 2008), previsto inclusive na Constituição de 1988, indispensável ao exercício democrático e cidadão, uma vez que está diretamente ligada à pluralidade de ideias e à diversidade na produção de conteúdos, é necessário e indispensável o debate aberto na sociedade e no ambiente acadêmico sobre sua relevância para pressionar sua continuidade e aprimoramento.

Referências

BECERRA, M. Restauración. Quipu – políticas y tecnologías de comunicación. Argentina, 14, jan. 2016.

Disponível em:

<<https://martinbecerra.wordpress.com/2016/01/14/restauracion/>>. Acesso em: 11 fev. 2016.

MATOS, J. M. B.; HAZIN, Mussa. TV Pública do Brasil e a efetividade do direito fundamental à informação. In: Congresso Latino-Americano de Direitos Humanos e Pluralismo Jurídico, 2008, Florianópolis. Anais do Congresso Latino-Americano de Direitos Humanos e Pluralismo Jurídico. Florianópolis: Editora Dom Quixote, 2008.

MONTEIRO, T. Após demitir Ricardo Melo, Temer prepara MP para mudar regras de nomeação da EBC. Estadão, [S.l.], 19 mai. 2016. Disponível em: <http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,apos-demitir-ricardo-melo--temer-prepara-mp-para-mudar-regras-de-nomeacao-na-ebc,10000052210>. Acesso em: 25 jul. 2016.

PEREIRA, S. (Org.). Sistema Público de Comunicação no Brasil: as conquistas e desafios.

Observatório do Direito à Comunicação, dez. 2009.

WOLF, M. Teorias da Comunicação. Lisboa: Presença, 1987.

ZALLO, Ramón. Economía de la comunicación y la cultura. Madrid: Akal, 1988. _____. El mercado de la cultura. Estructura económica y política de la comunicación. Donostia: Tercera Prensa, 1992.

AGÊNCIA EXPERIMENTAL DE COMUNICAÇÃO (AGEX) E O INTERCÂMBIO ENTRE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL E COMUNITÁRIA

João Guilherme da Costa Franco Silva D´Arcadia

Estela Cristine Lourença Domingos Capra

Palavras-chave: jornalismo; publicidade e propaganda; assessoria de imprensa; comunicação institucional; comunicação comunitária

Introdução

Criada em 2014, a Agência Experimental de Comunicação (Agex) das Faculdades Integradas de Jaú recebe estudantes dos cursos de jornalismo e publicidade e propaganda durante o período regular de estágio supervisionado obrigatório. Amparados por docentes do curso, os estudantes desenvolvem atividades ligadas à assessoria de imprensa e à produção de peças, campanhas e elementos de identidade visual da instituição.

Em julho de 2016, a Agex iniciou parceria com entidades assistenciais de Jaú, a fim de promover divulgar na mídia local eventos, necessidades e outras demandas dessas organizações sociais. Além de press releases, também desenvolveu peças publicitárias para que os gestores das entidades pudessem utilizar como desejassem em suas páginas nas redes sociais.

O projeto-embrião da Agex vem sendo considerado uma aliança possível entre um projeto de extensão voltado para a comunicação institucional com os principais conceitos verificados nas propostas de comunicação comunitária.

Objetivo geral

- Disponibilizar os estudantes de jornalismo e publicidade e propaganda para que a comunidade, representada nas entidades não-governamentais de cunho assistencial, consigam promover suas atividades e necessidades

Objetivos específicos

- Promover os cursos de jornalismo e publicidade e propaganda das Faculdades Integradas de Jaú
- Proporcionar maior intercâmbio entre a instituição de ensino e os atores sociais da comunidade
- Fortalecer os vínculos entre os estagiários da Agex e as potencialidades de trabalho verificadas na assessoria de imprensa e na produção de peças publicitárias

Material e métodos

A Agex possui sala própria dentro do campus da instituição, de onde os estagiários produzem a maior parte do material.

As técnicas de produção jornalística seguem os principais preceitos de apuração, investigação e coleta de dados - bem como as formas recomendadas de relacionamento com a mídia.

Resultados

Durante a maior parte de seus dois anos de existência, a Agex se dedicou exclusivamente à produção de conteúdo institucional para a Fundação Educacional Dr. Raul Bauab, mantenedora das Faculdades Integradas de Jaú.

A partir de junho de 2016, com a chegada de estagiários ligados à exigência de estágio supervisionado obrigatório no curso de jornalismo, a coordenação da Agex verificou a possibilidade de aliar a produção de conteúdo jornalístico à necessidade que entidades assistenciais sabidamente têm de se projetar nos espaços de debate público e apresentar suas reivindicações.

Por se tratar de uma iniciativa recente, os resultados ainda estão sendo apurados - mas é possível verificar adesão das entidades à proposta de obter o serviço gratuito e qualificado de assessoria de imprensa e produção publicitária.

Considerações finais

No entendimento da Agex, a aliança entre a produção de conteúdo acadêmico e as necessidades da sociedade representada nas entidades assistenciais reforça a missão precípua do ambiente universitário, que é integrar-se ao e interagir com a sociedade em que está inserido.

A depender dos resultados obtidos nesta primeira experiência, a agência criará canais de comunicação permanente com as entidades do município de Jaú.

Referências bibliográficas:

DUARTE, Jorge (org.). Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a mídia. Teoria e Técnica. São Paulo: Editora Atlas, 2002.

FENAJ. Manual de assessoria de imprensa. São Paulo, 1.986.

FENAJ. Assessoria de Imprensa: o papel do assessor. Brasília, 1996.

LOPES, Boanerges. O que é assessoria de imprensa. São Paulo, Brasiliense, 1994.

POYARES, Walter. Imagem pública. São Paulo, Editora Globo, 1997.

REIS, Léa Maria Aarão; CARVALHO, Claudia. Manual Prático de Assessoria de Imprensa. São Paulo, Campus/Elsevier, 2008.

VIANA, Francisco. De cara com a mídia: comunicação corporativa , relacionamento e cidadania. São Paulo, Negócio Editora, 2001.

ESTUDOS PARA A PAZ E JORNALISMO: APROXIMAÇÕES POSSÍVEIS

*Jorge Salhani
Raquel Cabral*

Palavras-chave: Estudos para a paz; jornalismo para a paz; paz; violência

A violência tem sido, historicamente, tomada como objeto de estudo: seus diversos aspectos e significados são investigados por várias áreas do conhecimento. A paz, por outro lado, ainda que concebida como objetivo mundial, foi, por muito tempo, considerada apenas como a ausência de violência. Sua presença em âmbito acadêmico se intensifica quando pesquisadores propõem uma nova ciência: os Peace Studies, ou estudos para a paz. Neles, a concepção que se tinha sobre a paz anteriormente é chamada de “paz negativa”. A “paz positiva”, enquanto isso, é construída sobre os ideais de cooperação, integração, justiça social e desenvolvimento humano (GALTUNG, 1984). Novos conceitos para a violência também são propostos: divide-se o termo em violência direta, estrutural e cultural.

Os estudos para a paz, de caráter multidisciplinar, têm como meta fomentar o debate e a análise dos conflitos sociais de forma justa e complexa, levando informação relevante e contextualizada, motivando a transformação da realidade (RASHID, 2005). A comunicação, com destaque ao jornalismo, como ferramenta de transformação social, pode utilizar elementos dos estudos para a paz em suas práticas profissionais e acadêmicas. Uma comunicação voltada para a paz favorece formas responsáveis de ação social e discursos que promovam a cultura de paz (NOS ALDÁS; SEGUÍ-COSME; MACHOTA, 2008). Essa comunicação dá preferência a ações de paz positiva, a uma abordagem plural e diversificada. De acordo com Salinas (2014), as características da comunicação para a paz são o incentivo à reflexão sobre problemas, a discussão de alternativas de mudança social, o reconhecimento da pluralidade de culturas e opiniões e a cidadania ativa.

O jornalismo para a paz, termo cunhado por Johan Galtung, contrapõe o jornalismo de guerra, comumente disseminado. Este último tem como foco a violência direta, ou seja, seu nível visível e superficial. O jornalismo para a paz não deixa de noticiar conflitos ou guerras, mas o faz de maneira contextualizada, considerando as motivações e os desdobramentos da violência em seus níveis mais profundos, isto é, os problemas estruturais e culturais que levam à violência direta. Enquanto o jornalismo de guerra é reativo, ou seja, ele espera atos violentos acontecerem para noticiá-los, o jornalismo para a paz é proativo, ele busca a prevenção e transformação de situações de violência.

Para que haja uma cobertura jornalística equilibrada de conflitos, é importante que o profissional dê atenção a todas as suas fases, desde quais foram suas causas até como reparar e transformar a realidade deixada por eles. A comunicação, de potencial transformador e humanizador, é uma grande aliada na difusão da cultura de paz.

Este trabalho é fruto da pesquisa de iniciação científica de processo nº 2015/13395-9, fomentada pela FAPESP.

Referencias Bibliográficas

GALTUNG, J. Twenty five years of peace research: ten challenges, and some responses. *Journal of Peace Research*, v. 22, n. 2, 1984.

NOS ALDÁS, E., SEGUÍ-COSME, S., MACHOTA, A. M. R. *Comunicación y construcción de paz*. Barcelona: Icaria Editorial, 2008.

RASHID, H. *An introduction to Peace and Conflict Studies*. Dhaka: The University Press Limited, 2005.

SALINAS, A. I. A. Periodismo y comunicación para la paz. *Indicadores y marco regulatório*. *Revista Comunicación y Ciudadanía Digital – COMMONS*, v. 3, n. 1, p. 57-92, 2014.

ENTRE A VITIMIZAÇÃO E A SUPERAÇÃO: OS JOGOS PARALÍMPICOS RIO 2016 E A REPRESENTAÇÃO DE ATLETAS BRASILEIROS NA MÍDIA IMPRESSA NACIONAL

José Carlos Marques

Palavras-chave: Jogos Paralímpicos 2016; jornalismo brasileiro; esporte; comunicação.

1) BREVE DESCRIÇÃO: Este trabalho propõe-se a analisar como foi retratada, em dois jornais diários brasileiros, a participação dos paratletas nacionais nos Jogos Paralímpicos de 2016. Por meio de conceitos da Análise do Discurso de linha francesa, verificamos como se deu a produção dos diários Folha de S. Paulo e Lance!.

Partimos da hipótese de que uma das tendências dos veículos jornalísticos é a de perpetuar certos estigmas e estereótipos que envolvem a pessoa com deficiência – algo percebido em coberturas similares por ocasião das edições anteriores dos Jogos Paralímpicos.

Essa visão provoca um pêndulo que oscila entre a representação do atleta ora como um herói, capaz de promover a superação e a celebração da humanidade, ora como um indivíduo a quem se olha com compaixão e estranheza, realçando-se a diferença com aquele esportista que não é deficiente.

2) OBJETIVOS:

- Verificar como se comportaram a Folha de S. Paulo e Lance! na representação dos atletas nacionais que participaram dos Jogos Paralímpicos 2016 no Rio de Janeiro, evento que sucede em duas semanas os Jogos Olímpicos de 2016.

- Verificar se os veículos jornalísticos acima mencionados perpetuaram os estigmas e estereótipos praticados pela imprensa brasileira em coberturas similares nas edições anteriores dos Jogos Paralímpicos, quando os atletas nacionais oscilaram entre a representação como seres heroicos ou como seres vitimizados devido à sua deficiência.

3) MATERIAL E MÉTODOS:

O plano de trabalho desta pesquisa supôs a pesquisa em busca de fontes primárias dos dois jornais selecionados como objeto de estudo (Folha de S. Paulo e Lance!). A partir de conceitos da Análise do Discurso de linha francesa, a pesquisa analisou o discurso textual e imagético dos dois jornais durante todo o mês de setembro de 2016 (levando-se em conta que os Jogos Paralímpicos ocorreram de 7 a 18 de setembro). As análises englobaram especialmente as manchetes, fotografias e legendas das notícias. A metodologia utilizada no presente trabalho é prioritariamente qualitativa, baseando-se em leitura bibliográfica de obras literárias, de textos conceituais e dos textos do corpus selecionado.

4) DISCUSSÕES:

Diversos estudos realizados no Brasil, na Espanha, em Portugal e na França têm colocado em debate o tipo de cobertura que os meios de comunicação põem em prática por ocasião dos Jogos Paralímpicos. Tais estudos são quase unânimes em destacar as impropriedades ou desajustes praticados pelos veículos midiáticos, desacostumados com a prática cotidiana de reconstrução de eventos esportivos nos quais estão presentes pessoas com deficiência.

Procuramos verificar se as Paralimpíadas de 2016 obedeceram a uma lógica de cobertura esportiva ou a uma lógica de cobertura social de inclusão da pessoa com deficiência. Acreditamos que este projeto de pesquisa poderá colaborar com a literatura científica sobre a cobertura de Jogos Paralímpicos, na medida em que dados e análises serão atualizados em função de um elemento inédito: a organização desse tipo de megaevento em solo brasileiro, diante dos meios de comunicação nacionais, que em tese não poderão alegar dificuldades de cobertura, como sói acontecer quando as competições acontecem em países e realidades distantes.

5) REFERÊNCIAS:

BRAIT, Beth. "Leituras, significações, efeitos de sentido". In Revista Líbero, São Paulo: Fa-casper, Ano VI, vol. 6, nº 11, 2003.

BRANDÃO, Helena H. Nagamine. Introdução à análise do discurso. 7ª ed., Campinas (SP), Editora da Unicamp, s/d.

BOURDIEU, Pierre. "Como é possível ser esportivo?" em Questões de sociologia. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

DUCROT, Oswald. O dizer do dito. Campinas, Pontes, 1987.

ORLANDI, Eni. Discurso e texto: formulação e circulação dos sentidos. Campinas, Pontes, 2001.

RINGOOT, Roselyne. "Por que e como analisar o discurso no contexto dos estudos sobre Jornalis-mo?". In Comunicação e Espaço Público, Ano IX, nº 1 e 2, 2006.

RU PAUL'S DRAG RACE E SEU QUADRO THE SNATCH GAME: UMA ANÁLISE ANGARIADA NA SEMIÓTICA NORTE-AMERICANA

José Felipe Vaz de Assis

Nathalie Caroni Pires

Palavras-chave: Semiótica norte-americana; Charles Peirce; Ru Paul's Drag Race; Produtos audiovisuais

O presente estudo propõe uma análise do quadro chamado "The Snatch Game" que integra o reality show americano Ru Paul's Drag Race, através da perspectiva da semiótica norte-americana ou semiótica peirceana. O aporte teórico da semiótica como ferramenta de análise para produções audiovisuais contribui para radiografarmos alguns signos (tão complexos) das conjunturas das drag queens. O produto, que já está em sua 8.^a temporada, estreou em 2009, realizado pela produtora World of Wonder, exibido pelo Canal Logo nos Estados Unidos e dirigido por Nick Murray. Contudo o programa só se tornou popular no Brasil em 2012, quando foi incorporado pelo provedor de televisão digital, Netflix. A escolha para abordar esse tema deve-se principalmente pelo fato de o reality show ter dado visibilidade às drag queens, uma comunidade artística marginalizada em muitos ambientes sociais. O corpus da pesquisa é o quadro "The Snatch Game" em que as participantes devem incorporar uma celebridade, apropriando-se de seu modo de vestir, falar e se comportar em um jogo de perguntas e respostas. A hipótese inicial da pesquisa era questionar se o reality show em questão é um instrumento de visibilidade com grande porcentagem de eficácia no auxílio a quebra de preconceitos e estereótipos acerca do universo das drag queens. A contribuição dos estudos de Charles Peirce a fim de analisar o corpus deu-se por meio da relação tríadica do signo: significação, objetivação e interpretação. As contribuições teóricas da semiótica norte-americana são utilizadas dentro das premissas de um estudo de caso. Como objeto, selecionou-se o quadro The Snatch Game (Temporada 3, Episódio 6), uma paródia de um clássico show televisivo americano, chamado The Match Game, exibido pelo canal americano NBC e que permaneceu no ar entre os anos de 1962 e 1991. As regras em ambos os programas consistem em participantes concorrendo ao prêmio ao tentar adivinhar as respostas que dois convidados especiais elaboram às perguntas do apresentador. No caso de "The Snatch Game", o foco do quadro não está em acertar as respostas e sim em incorporar a melhor imitação de celebridade produzindo um efeito cômico ao quadro. Após a análise dos signos à luz da semiótica peirceana, observa-se que o reality show analisado não favorece possíveis quebras de estereótipos e preconceitos, já que reforça signos - tais como a obrigatoriedade de "fazer rir" - o que perpetua a visão estereotipada com relação às drag queens.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- NETTO, J. Teixeira Coelho. *Semiótica, Informação e Comunicação*. São Paulo: Perspectiva, 1980.
- SANTAELLA, Lucia. *A teoria geral dos signos: como as linguagens significam as coisas*. São Paulo: Pioneira, 2004.
- SANTAELLA, L.; NOTH, W. *Comunicação e semiótica*. São Paulo: Hacker, 2004.
- SANTAELLA, Lucia. *O que é Semiótica?* São Paulo: Editora Brasiliense, 2003.
- SANTAELLA, Lucia. *Semiótica Aplicada*. São Paulo: Thomsom, 2002.
- YIN, Roberto K. *Estudo de Caso: planejamento e métodos*. 4.ed. Tradução Ana Thorell. São Paulo: Bookman, 2010.

ESCOLA SEM PARTIDO E A EXCLUSÃO DA DIVERSIDADE

*Juarez Tadeu de Paula Xavier
Paola Leutwiler Oliveira
Meiriane Jordão
Ana Carolina Moraes dos Santos*

Palavras-chave: educação; “Escola sem partido”; ensino público; ensino privado; exclusão.

Introdução: Este estudo busca analisar a opinião de professores da instituição pública e privada de Ensino Básico, na cidade de Bauru, São Paulo, acerca do Projeto de Lei nº 867/2015, que inclui entre as diretrizes e bases da educação nacional o "Programa Escola sem Partido".

Objetivos: Por meio da discussão realizada entre profissionais da área da educação, procura-se saber como eles avaliam o projeto de lei e em que isso influenciaria suas práticas pedagógicas em sala de aula.

Material e métodos: Para tanto, realizar-se-á uma entrevista via mídias digitais com quatro professores da rede pública e quatro da rede privada, sendo dois docentes de Ciências Humanas e dois de Ciências Exatas, de cada instituição. Os professores responderão a cinco questões acerca do Projeto em foco.

Resultados e discussões: Foram enviados dados para que os professores avaliem o “Escola sem partido”, de acordo com sua formação e seu posicionamento político. Criou-se um espaço virtual para debater conceitualmente o projeto político que pode entrar em voga na atualidade e que, caso seja posto em prática, atingirá a prática docente, visto que refutaria a ideia que Paulo Freire nutria acerca da educação, a qual não deve ser “nem apenas reprodutora nem apenas desmascaradora da ideologia dominante”. (2001, p. 11).

Considerações finais Os dados à disposição apontam o interesse em se ampliar a discussão acerca da exclusão de quaisquer opções e ideais políticos, religiosos, sexuais, étnicos e afins dentro do espaço escolar que esse projeto de lei demonstra representar.

Referencias Bibliográficas

Bibliografia : FREIRE, Paulo. Pedagogia da autonomia. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2001.

SOUZA, Jessé. A ralé brasileira: quem é e como vive. Belo Horizonte: UFMG, 2009.

.

COMPORTAMENTOS JUVENIS: UM ESTUDO DAS PRÁTICAS MIDIÁTICO-DIGITAIS DOS JOVENS DE BAURU (SP)

Juliano Ferreira de Sousa

Palavras-chave: Comunicação; Juventude; Processos Midiáticos; Mídias Digitais

1. Breve descrição da pesquisa

Mudanças nos paradigmas culturais e os comportamentos de vanguarda, em geral, ganharam impulso a partir dos grupos mais jovens. Nesse sentido, muito se fala sobre a existência de 'juventudes digitais', que fazem uso de aparatos midiático-digitais, estando notadamente imersa em contextos conectados. Esse grupo, dificilmente se liga com as mídias da mesma maneira que faziam seus pais ou avós e vem reconfigurando as práticas culturais e comunicativas. Essa pesquisa é baseada em Dissertação defendida no PPGCom (FAAC/Unesp). Antes da análise, propusemos um estudo sobre a evolução dos conceitos de 'geração' e 'juventude', dando destaque especial à realidade da América Latina e as suas especificidades socioculturais. Como objeto empírico da pesquisa foram selecionados jovens com acesso à internet e às tecnologias digitais, residentes na cidade de Bauru (SP) e que tenham entre 15 e 29 anos, recorte proposto pelo "Estatuto da Juventude" (BRASIL, 2013).

2. Objetivos

Na pesquisa, é proposto um estudo sobre quais são as práticas comunicativas e digitais de jovens conectados, que residem na cidade de Bauru (SP). Também indagamos quais as práticas de lazer e como essas práticas se relacionam aos contextos midiático-digitais.

3. Material e métodos

Inicialmente, foi feita uma revisão bibliográfica sobre temas ligados à pesquisa. Os conceitos de Geração e Juventude foram estudados a partir de Abramo (2005). As relações entre as gerações e as mídias digitais, a partir de Tapscott (2010) e Gobbi (2012). Já os contextos midiático-tecnológicos da juventude a partir autores recentes latino-americanos. Aplicou-se um questionário online para 250 jovens bauruenses, no ano de 2015, mesclando questões abertas e fechadas, bem como perguntas de controle, para possibilitar as análises quantitativas e qualitativas. Foram criados tópicos de estudos específicos para facilitar a separação dos dados.

4. Resultados e discussões

Nosso público respondente é majoritariamente de classe média e urbano. São jovens que buscam a continuidade dos estudos e que valorizam os ambientes educacionais. Relacionam o sucesso e a melhora futura ao estudo, à especialização e, principalmente, ao esforço e vontade individual. A pesquisa empírica mostrou que os jovens participantes da pesquisa são extremamente conectados e valorizam tipos diferentes de mídias e tecnologias digitais. As mídias tradicionais têm baixíssima frequência de uso. A televisão, definitivamente, tem para esses jovens um papel de 'mídia secundária'. Observamos um forte uso de quase todos os dispositivos digitais, incluindo computadores, celulares e Smartphones. Os mobiles lideram a lista dos aparelhos utilizados para se conectar a internet, seguidos pelos computadores portáteis.

5. Considerações Finais

Esses jovens têm invertido as lógicas geracionais, ensinando os adultos a navegar nesse novo ambiente sócio-digital, e alterando as práticas culturais. A aplicação de termos como "juventude digital" e "Geração Internet" é possível, pensando na atual lógica midiática e nos perfis constatados a partir da aplicação do questionário. A juventude tecnológica-digital, focada no consumo da internet e no uso de

dispositivos móveis, reforça o que Jenkins (2009) chama de “cultura participativa”, valorizando os ambientes interativos.

6. Referências

PERALVA, Angelina Teixeira ; SPOSITO, Marília Pontes (Orgs.). Juventude e Contemporaneidade. 1. ed. São Paulo: Revista Brasileira de Educação, 1997. p. 25-36.

GOBBI, Maria Cristina. Nativos Digitais na sociedade tecnológica: desafios para o século XXI. In: Revista Argentina de Estudios de Juventud. pg. 1-10, fev. 2012.

TAPSCOTT, Don. A hora da geração digital: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos. Rio de Janeiro: Agir, 2010.

AS VARIAÇÕES NAS VINHETAS DA FICÇÃO SERIADA

Júlio César de Almeida Geraldo

Rodrigo da Silva Pereira

Driele Fernanda da Silva

Palavras-chave: Audiovisual; Ficção Seriada; Vinheta; Comunicação; Elementos Visuais

1) Breve descrição da pesquisa ou do projeto de extensão universitária:

O presente trabalho busca apontar as alterações observadas na vinheta de "Better Call Saul", spin-off da série "Breaking Bad", exibida pela AMC, ao longo dos episódios e suas temporadas. Segundo Sidney Carlos Aznar, a vinheta surgiu na forma de ilustrações interpretativas até evoluir para a sua forma em vídeo. E Jaqueline Schiavoni afirma que as vinhetas possuem duas funções básicas - o de promoverem marcas e o de promoverem produtos. Portanto, neste trabalho, trataremos das alterações observadas nas vinhetas.

2) Objetivos:

Analisar a vinheta de abertura do seriado "Better Call Saul", série original da Netflix, e apontar os seus diferenciais em relação às vinhetas tradicionais.

3) Material e Método:

A metodologia deste trabalho é o estudo de caso, proposta pelo teórico Robert K. Yin, pois é uma forma de analisar o objeto. As categorias de análise da estética da vinheta do seriado "Better Call Saul" serão divididas em duas: elementos visuais e coloração.

4) Resultados e discussões:

Na primeira categoria em análise, os elementos visuais da vinheta do primeiro episódio, com exceção do logotipo e dos nomes dos criadores da série, não são os mesmos apresentados nos episódios seguintes da temporada. Eles se alteram entre os episódios, mas não entre as duas temporadas, produzidas até o ano de 2016. Isto não é uma prática comum, pois, segundo Sidney Carlos Aznar, as vinhetas de abertura na televisão chamam a atenção do telespectador, avisando-o que o programa está começando. Como estas repetem-se diariamente não podem ser analisadas e interpretadas como as cinematográficas. Por fim, na segunda categoria em análise, a coloração da figura da vinheta se altera entre a primeira e a segunda temporadas. A vinheta da primeira temporada é colorida, e da segunda temporada é preto e branco, e o frame pisca 1 segundo no primeiro momento, e no segundo momento, por mais 3 segundos. As alterações de estéticas da vinheta não são observadas com frequência.

5) Considerações finais:

Conclui-se que as alterações estéticas da vinheta, tanto em figuras e cores, proporcionam uma nova forma de produzi-las, não mantendo uma padronização a cada episódio exibido, já que os telespectadores estão educados com a linguagem audiovisual. As figuras e suas cores servem para contextualizar a história que está por vir, e a vinheta é um dos elementos da mesma que levam ao telespectador novas sensações e sentimentos.

6) Referências Bibliográficas:

AZNAR, Sidney Carlos Vinheta: do pergaminho ao vídeo. São Paulo: Arte & Ciência: Marília, SP: UNIMAR - Universidade de Marília, 1997

SCHIAVONI, Jaqueline. Vinheta de TV: tipos, usos e funções. Bauru: Mediaworks, 2015.

BERNSTEIN, A.; BUCKSEY, C.; KONDRACKI, L.; MACLAREN, M.; KASELL, N.; GOULD, P.; MCDONOUGH, T.; SCHNAUZ, T.; GILLIGAN, V. Better Call Saul. [Filme-vídeo]. Produção de Mark Johnson, Melissa Bernstein, Peter Gould e Vince Gilligan, direção de Adam Bernstein, Colin Bucksey, Larysa Kondracki, Michelle

MacLaren, Nicole Kassel, Peter Gould, Terry McDonough, Thomas Schnauz e Vince Gilligan. Estados Unidos da América, Netflix.com, 2015. Disponbilizado on demand, 45 min. color. som.

MOVIMENTOS SOCIAIS, ATIVISMO ON-LINE E MOVIMENTO DOS TRABALHADORES RURAIS SEM TERRA – MST: MONITORAMENTO DE MÍDIAS DIGITAIS

*Laiara Perin
André Aparecido Medeiros
Gabriel F. Duarte Barbosa
Elizabeth Rossi de Grande
Yasmin Ribeiro Gatto Cardoso*

Palavras-chave: Movimentos sociais; Ativismo on-line; Mídias sociais; MST; TICs.

Breve descrição da pesquisa

A revolução das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) impactaram de maneira significativa todas as atividades humanas, inclusive a organização e articulação de movimentos sociais, aqui entendidos como o agrupamento de pessoas em prol de conquistas, ou superação de desigualdades, dentro das prerrogativas preconizadas pelo Estado de Direito. O desenvolvimento técnico da Internet, com o aumento e melhoria em dispositivos de conexão, também representa mudanças nos processos comunicacionais. A sociedade informacional promove novas dinâmicas nas relações econômicas, interpessoais e na experiência de cidadania, principalmente na manutenção, conquista e reconhecimentos de direitos.

Objetivos

Estudar o uso das TICs pelos movimentos sociais; Verificar como o MST utiliza as redes sociais on-line seguindo os conceitos sobre movimento social e ativismo on-line; Verificar de que forma é articulada a identidade do MST dentro da Internet.

Material e métodos

Esta verificação é feita, num primeiro momento, com a revisão da bibliografia sobre os conceitos de web, movimento social e ativismo on-line. Além disso, o MST (Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra) foi monitorado na Internet, com o acompanhamento de todos os canais oficiais, durante o mês de maio 2016.

Resultados e discussões

O monitoramento on-line do movimento revelou, entre outras particularidades, que o MST possui uma presença on-line verificável e ostensiva. Em um mês, ocorreram 337 postagens, nos diferentes canais avaliados (111 no site oficial, 153 no Facebook, 68 no Twitter e 5 no Youtube). Dentre todos os canais, o mais ativo é a página oficial no Facebook. Neste espaço, o MST além de replicar todo o material produzido e divulgado pelo site, ainda compartilha materiais e imagens de terceiros.

Considerações finais

A comunicação, como considera o próprio MST, possui um papel central na disputa entre hegemonia e contra-hegemonia. Por meio do monitoramento, foi possível verificar as particularidades da comunicação on-line do movimento e de que forma seu Setor de Comunicação utiliza o instrumental das redes sociais para: fortalecer sua mensagem, divulgar sua pauta de luta, fazer a ponte entre a organização e os demais meios de comunicação, atuar na formação social e fazer a militância.

Referências

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 2009.

MST. Quem Somos. In: MST – Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra. Disponível em: <<http://www.mst.org.br/quem-somos/#full-text>>. Acesso em: 26 jun. 2016.

MST – Movimento dos Trabalhadores Sem Terra. In: Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/MovimentoSemTerra>>. Acesso em: 22 jun. 2016.

MST_Oficial. In: Twitter. Disponível em: <https://twitter.com/MST_Oficial>. Acesso em: 15 jun. 2016.

SOUZA, Rafael Bellan Rodrigues de. As mídias radicais do MST: representações políticas e culturais. Jundiaí: Paco Editorial, 2015.

STEDILE, João Pedro; FERNANDES, Bernardo Maçano. Brava gente – A trajetória do MST e a luta pela terra no Brasil. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1999.

VIDEOSMST. In: Youtube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/videosmst/videos>>. Acesso em: 27 jun. 2016.

A FOTOGRAFIA NO ECOSISTEMA MIDIÁTICO: ESTUDO DE CASO DOS JOGOS OLÍMPICOS RIO 2016

Laís Akemi Margadona

Marcos Américo

Palavras-chave: Fotografia; Ecologia dos meios; Jogos Olímpicos.

No atual contexto da sociedade da informação, manifesta-se um novo habitat humano, marcado pelo acesso em banda larga à web e a democratização de equipamentos digitais que permitem a ampla produção e disseminação de registros fotográficos em ambientes capazes de oferecer interatividade e descentralização do tradicional modelo de receptor passivo. Silva Junior (2014) aponta a combinação de dispositivos fotográficos com tecnologias de informação e comunicação, culminando na “inserção definitiva da fotografia na lógica de produção e distribuição de imagens por meio das telas” (SILVA, 2015, p.331), desvinculando-as dos suportes físicos. O registro fotográfico digital foi incorporado a um complexo midiático envolvendo a televisão, a mídia impressa, sites de notícias, redes sociais e aplicativos, possibilitando sua inserção dentro da ecologia dos meios, termo emprestado da biologia para definir “o estudo de sistemas complexos de comunicação como ambientes” (NYSTROM, documento eletrônico). Os Jogos Olímpicos Rio 2016 têm seguido a tendência de inserção em rede iniciada nos Jogos de Londres em 2012, descrita pelo jornal australiano The Sunday Morning Herald como “a primeira olimpíada das mídias sociais” (documento eletrônico). Na edição de 2016, os registros fotográficos do evento têm sido divulgados de forma maciça dentro do ecossistema midiático digital, em redes sociais diversas como o Instagram, Snapchat, Facebook, Twitter, YouTube, Google+ e um app exclusivo agregados ao site oficial do evento, documentando em tempo real eventos como o revezamento da tocha olímpica no país. O público é também capaz de indexar seus próprios registros dentro do fluxo da web com hashtags como #Rio2016. Dessa forma, objetivo dessa pesquisa é mapear e contextualizar os impactos da inserção da fotografia dentro das possibilidades do ecossistema midiático contemporâneo, tendo as imagens relativas aos Jogos Olímpicos 2016 como estudo de caso. A metodologia é exploratória de caráter investigativo, contendo a análise qualitativa de fotografias dentro dos três estágios da criação fotográfica propostos por Kossoy (2000): pré-produção, produção e pós-produção. Como resultado, propomos que as fotografias olímpicas no ecossistema midiático digital buscam não só divulgar, como também mobilizar e aproximar o evento ao universo dos espectadores brasileiros. Esta é uma pesquisa em andamento e esperamos suscitar discussões sobre a fotografia contemporânea e a ecologia dos meios, bem como mapear as influências e implicações dessa convergência midiática dentro do processo fotográfico.

Referencias Bibliográficas

AMÉRICO, M. O Jornalismo Esportivo Transmídia no Ecossistema dos Esportes Eletrônicos (E-Sports). Estudos em Jornalismo e Mídia. Florianópolis, v.11, n.2, jul./dez. 2014.

KOSSOY, B. Fotografia e História. 2. ed. revisada. Ateliê Editorial. São Paulo, 2000.

NYSTROM, C. What is Media Ecology? Disponível em: <www.media-ecology.org/media_ecology/index.html>. Acesso em: 25 jun. 2016.

RIO 2016. Jogos Olímpicos Rio 2016 – Ingressos, Esportes e Calendário das Olimpíadas. Disponível em: <www.rio2016.com>, Acesso em: 20 jul. 2016.

SILVA, W. S. Fotografia e interfaces digitais: Convergência entre construção, comunicação e significação. Revista GEMInIS. São Carlos: n.1, p.329-340, 2015.

STRINGER, David; WILSON, Stephen. London Games to be first social media Olympics. The Sydney Morning Herald, Sydney, 20 jun. 2012. Disponível em: <www.smh.com.au/digital-life/digital-life-news/london-games-to-be-first-social-media-olympics-20120620-20n0l.html>. Acesso em: 20 jul. 2016.

SILVA JUNIOR, J. A. Da fotografia expandida à fotografia desprendida: como a crise da Kodak pode explicar a emergência do Instagram ou vice-versa. *Libero*. São Paulo, v.17, n.33, p.117-126, jan./jun. 2014.

O CONCEITO DE MARCA NAS RELAÇÕES PÚBLICAS

*Laís Maria Fermino de Souza
Letícia Passon Affini*

Palavras-chave: Marca, gestão, comunicação, relações públicas.

Breve descrição da pesquisa:

Da marca e da identidade corporativa.

Objetivos: Face à consolidação de novas tendências socioeconômicas e culturais, tornou-se evidente a necessidade das organizações repensarem a forma de gestão de suas marcas; para satisfazer e fidelizar consumidores cada vez mais informados e exigentes é necessário o conhecimento de diferentes áreas da comunicação. As marcas são valiosas para as organizações por diversas razões, e acima de tudo por fazerem parte do patrimônio corporativo. É preciso, então, atentar-se a aspectos que destaquem as empresas perante outras. Esses elementos diferenciados consistem em "(...) construir uma marca forte, sólida e competitiva que alcance não só os objetivos comerciais, mas, também, que conquiste a mente" (VASQUEZ, 2007, p.201). Nesta perspectiva, a publicidade atual carrega muito mais do que a simples funcionalidade do produto, partindo para diferentes formas de atingir o público-alvo da mensagem. A atenção concedida à opinião de todos os indivíduos que permeiam e sustentam uma organização são atividades relevantes e coordenadas pelas relações públicas, que atuam no desenvolvimento de ações de legitimação.

Sendo assim, os objetivos desta pesquisa são aprofundar os estudos sobre marca na área de Comunicação, apontar diferentes definições do termo, e também contribuir com a dissertação de mestrado em desenvolvimento pela autora.

Materiais e métodos:

Para a realização deste trabalho, foi escolhida a pesquisa bibliográfica. "A principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente" (GIL, 2010, p. 30). A pesquisa bibliográfica é fundamental para elucidar o pesquisador sobre seu tema, pois fornece informações variadas e consistentes para estruturar um corpus de pesquisa.

Resultados e discussões:

Foram encontradas duas correntes para a definição da marca: idealista e realista. Autores idealistas, como Keller (1998) e Kotler (1997), defendem que a marca é uma extensão do produto e que seu valor gira em torno das características tangíveis do mesmo. Já os realistas, como Semprini (1995), defendem que as marcas não seriam meros agregados dos produtos, mas entidades cognitivas complexas, dando uma visão mais holística e orgânica da marca, que a analisa como um todo, constituído de (de quê?) simbólicos e materiais. Vásquez (2003) aponta que a identidade da marca se divide em duas, conceitual e visual, e que ambas devem trabalhar articuladas para construir uma imagem unificada e fortalecida da organização.

Considerações finais:

Gerenciar uma marca, atribuir a ela valores e, principalmente, criar e manter relacionamento com o público atingido pela mesma são atividades exercidas pelas relações públicas. Ao mesmo tempo, é necessário pensar na estética, utilidade, preço, e aprimorar a lucratividade dos produtos e serviços. Portanto, aproximando-se dos apontamentos de Vásquez (2003), a marca e a sustentabilidade das organizações dependem do alinhamento de áreas como as Relações Públicas e o Marketing para que seus objetivos sejam alcançados e sua missão cumprida. As organizações precisam assimilar que a comunicação como um todo está calcada em eleger os melhores resultados para si próprias e para seus

consumidores e que a construção de uma marca depende, irrevogavelmente, de um discurso institucional coerente e efetivo.

Referências bibliográficas:

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

KELLER, K.L. Strategic Brand Management, New Jersey: Prentice-Hall, 1998.

KOTLER, P. Marketing Management, 9ª edição, New York: Prentice Hall, 1997.

SEMPRINI, A. El Marketing de la Marca, Barcelona: Ediciones Paidós, 1995.

VÁSQUEZ, R. Identidade de marca, gestão e comunicação. Revista Organicom, ano 4, nº 7. 2007

O SOL NAS BANCAS DE REVISTA: PRODUÇÃO E CONTEÚDO DO JORNAL-ESCOLA CARIOCA DURANTE A DITADURA CIVIL-MILITAR

Leandro Brito

Palavras-chave: O Sol. Imprensa Alternativa. Ditadura civil-militar. Jornal dos Sports.

Breve descrição da pesquisa

Durante a ditadura civil-militar (1964-1985), muitas transformações políticas, sociais, culturais e econômicas entraram em curso no Brasil. Além disso, o período ficou caracterizado pela tortura, cerceamento da liberdade, censura e as mais diferentes formas de violências. Diante da aliança da grande imprensa como o regime, que resultou no silenciamento de uma parte significativa dos meios de comunicação tradicionais, uma nova imprensa adquiriu força, ficando conhecida como imprensa alternativa. Objetivando manter a população informada sobre os assuntos censurados, os jornais alternativos tiveram não apenas o papel de porta voz da sociedade brasileira, mas também de combate e de resistência ao regime militar (AQUINO, 1999).

De acordo com Bernardo Kucinski (2001), no período em que os militares permaneceram no poder, cerca de 150 jornais alternativos circularam em vários estados brasileiros. Dentre esses periódicos, um deles teve destaque no Rio de Janeiro: O Sol. Idealizado pelo poeta, escritor e jornalista Reynaldo Jardim, O Sol foi um jornal alternativo diário, que circulou na cidade carioca entre setembro de 1967 e janeiro de 1968.

Objetivos

- Fazer um levantamento histórico sobre o jornal alternativo O Sol;
- Identificar como se construiu o jornalismo alternativo em O Sol, além de ampliar o conhecimento dos jornais alternativos;

Material e métodos

Para o desenvolvimento desta pesquisa, foi usado como referência documentos escritos e audiovisuais tanto sobre o período em questão (1964-1985) quanto sobre o jornal. Outras fontes usadas para ajudar no desenvolvimento da pesquisa foram algumas edições do periódico e entrevistas realizadas com jornalistas que fizeram parte do projeto. A partir dessas referências, pretende-se destacar as principais contribuições que O Sol teve durante o regime militar.

Resultados e discussões

Idealizado em 1967 por Reynaldo Jardim, O Sol tornou-se referência entre os jornais alternativos devido às suas principais inovações nos campos linguísticos e estruturais. Cansado das técnicas linguísticas usadas pela imprensa tradicional, a equipe do periódico decidiu subverter as regras padronizadas em prol de métodos mais livres e literários. Além da linguagem, outro diferencial do jornal foi o seu projeto gráfico caracterizado pela divisão quadrática.

Fundamentados em pautas particulares, o periódico apresentou uma grande quantidade de conteúdo. Narrado com base em técnicas literárias, as páginas do jornal foram estampadas com folhetins, crônicas, matérias temáticas, charges, cartuns, histórias em quadrinhos, entre outros. Diante dessa rica produção, o jornal conquistou o seu próprio público, que era fascinado a cada novo número.

Com uma equipe formada por estagiários, editores e colaboradores, O Sol circulou no Rio de Janeiro por cerca de quatro meses (entre setembro de 1967 e janeiro de 1968). Criado em plena ditadura civil-militar, o periódico, assim como vários jornais da imprensa alternativa, foi vítima dos atos repressivos protagonizados pelos militares e seus aliados.

Considerações Finais

Embora ainda pouco conhecido e pesquisado, o jornal O Sol teve uma importância significativa durante o período da ditadura. Assim como outros jornais alternativos, apresentou inovações gráficas e, inspirado em outras experiências, resgatou as já conhecidas, como a utilização da linguagem literária juntamente com uma estrutura informativa, típica da produção jornalística.

Enfim, depois de longo período de pesquisa e levantamentos de dados, este trabalho registrou apenas uma pequena parte da história d'O Sol, jornal alternativo responsável por incentivar a utilização de novas técnicas de produção jornalística.

Referências bibliográficas

AQUINO, M. A. Censura, Imprensa, Estado autoritário (1968-1978). Bauru: EDUSC, 1999.

KUCINSKI, B. Jornalistas e Revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa. 2 ed., revista e ampliada: Edusp, 2001.

PAU A PIXEL: PRODUÇÃO DE PROGRAMAS DE TELEVISÃO UNIVERSITÁRIA

*Leticia Passos Affini
Jaqueline Rodrigues Pereira
Driele Fernanda da Silva
Júlio César de Almeida Geraldo
Rodrigo da Silva Pereira*

Palavras-chave: Audiovisual; Linguagem Audiovisual; Programa de TV; Comunicação; Projeto de Extensão

1) Breve descrição da pesquisa ou do projeto de extensão universitária:

Desde 2002 o projeto de extensão "Pau a Pixel" proporciona a veiculação, em canal aberto e a cabo, da produção audiovisual realizada pelos alunos do curso de Comunicação Social: Radialismo. Até o ano de 2011 os programas eram veiculados na TV Câmara - Canal 10 NET Bauru e, a partir de 2012, pela Televisão Universitária Unesp (canal 45 UHF, 46.1 digital e 18 NET), e disponibilizados na rede através do canal da emissora na YouTube (<https://www.youtube.com/user/tvunesp>)

2) Objetivos:

Veicular a produção audiovisual dos alunos de Radialismo, exercitar a prática da realização de programas de televisão nas três etapas: pré-produção, produção e pós-produção; articular as disciplinas teóricas com as práticas na construção do discurso audiovisual; discutir, estudar e exercitar a linguagem audiovisual e suas transformações; e divulgar para a sociedade bauruense a produção dos alunos, aproximando a universidade da população.

3) Material e Método:

Na 13ª temporada (2015), pela primeira vez, o programa foi inteiramente gravado nas dependências da TV Unesp, fato que possibilitou o contato direto dos alunos com os profissionais da TV. Os materiais utilizados eram, em sua grande maioria, pertencentes à TV Unesp, tais como equipamentos e softwares, com destaque para o cenário virtual, em chroma key, modelado em 3D pelo departamento de artes gráficas da emissora. O método utilizado neste projeto é o da investigação-ação (TRIPP, 2005), que pode ser definido como toda tentativa continuada, sistemática e empiricamente fundamentada de aprimorar a prática.

4) Resultados e discussões:

Na 13ª temporada foram produzidos 10 programas, com duração entre 30 e 45 minutos, contendo curtas, curtíssimas, web séries, documentários, enfim, a produção do Curso de Radialismo. Os programas serão veiculados pela TV Unesp, no segundo semestre de 2016, na programação noturna.

5) Considerações finais:

O projeto de extensão "Pau a Pixel" é de grande relevância para os graduandos do curso de Radialismo, pois funciona como uma janela de exibição dos produtos audiovisuais realizados pelos alunos, para a comunidade externa da universidade em TV Aberta. O programa também oferece mais uma oportunidade de prática de produção de um programa de TV, desde roteiro, produção, direção de fotografia, direção de set, direção de arte, operação de câmera, som, montagem, sonorização, pós-produção etc.

6) Referências Bibliográficas:

MASCELI, Joseph V. Os 5C's da cinematografia. Summus, 2010.

MARQUES, Aída. Ideias em movimento: produzindo e realizando filmes no Brasil. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.

WATTS, Harris. Direção de câmera: um manual de técnicas de vídeo e cinema. São Paulo: Summus, 1999.

TRIPP, David. Pesquisa-ação: uma introdução metodológica. Educação e pesquisa. v. 31, n. 3, p. 443-466, 2005.

RÁDIO E DRAMATURGIA: UMA ADAPTAÇÃO DOS CONTOS PASSEIO NOTURNO – PARTE I E II

*Letícia Peña Azevedo
Valquíria de Cássia Tavares
Mayrilaine Garcia Batista
Nathália da Costa Piccoli
Daniela Pereira Bochembuza*

Palavras-chave: Rádio. Roteiro. Dramatização. Adaptação. Ficção.

Breve descrição da pesquisa: O rádio historicamente percorreu seus trajetos até se tornar um meio de comunicação quase universal. McLeish (2001) afirma que o rádio tem o poder de estimular a imaginação, de modo que os ouvintes possam transformar em sua mente pensamentos, palavras e ações em imagens ao captarem a transmissão da voz. Os programas ficcionais estão entre os formatos radiofônicos que cultivam a formação de imagens mentais nas pessoas que consomem o conteúdo em áudio. A dramatização no rádio se apoia na interpretação de voz, no uso da música e dos efeitos sonoros, para ter ideias originais recriadas na mente do ouvinte. A adaptação circunscrita neste trabalho origina-se de contos da obra *Feliz Ano Velho*, do escritor Rubem Fonseca. Objetivos: O objetivo é resgatar a dramatização radiofônica, que, em seu auge, conquistou a audiência de ouvintes brasileiros, através das radionovelas, que eram na época campeãs de audiência. (CALABRE, 2004). Pretende-se também instigar reflexão sobre a violência urbana, estimular o ouvinte a conhecer a literatura brasileira e a criar situações imagéticas a partir de situações ficcionais inspiradas no cotidiano real. Material e métodos: O radiodrama *Passeio Noturno* foi elaborado para a disciplina *Redação de Jornalismo Radiofônico*, do curso de *Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração*. Para retratar a adaptação, foi necessário a realização de pesquisas bibliográficas que, aliadas aos conteúdos aprendidos em sala de aula, foram determinantes para o sucesso da finalidade da atividade. A equipe procurou analisar a obra escolhida, com o auxílio de artigos científicos publicados em revistas de diversas áreas e identificou características dos personagens e do autor Rubem Fonseca. Deste modo, os alunos produziram o roteiro baseado no layout de McLeish (2001), ensaiaram e gravaram a história no Laboratório de Rádio da USC e, por fim, fizeram a edição das gravações. Resultados e discussões: A adaptação evidencia a realidade social, dando foco aos problemas e à vida atribulada dos grandes centros urbanos, proporcionando reflexões acerca de olhares mais críticos ao “[...] capitalismo avançado, a sociedade de consumo, a urbanização acelerada e desumana, a marginalização e a crise econômica que são apresentadas, pelo autor, tanto no plano de desconcerto social quanto de angústia existencial.” (FOGAL; ARAÚJO, 2014, p. 2). Avalia-se que a peça radiofônica fomenta compreensão e reflexão aprofundadas, além de retratar a violência, permitindo que os ouvintes identifiquem-se e se envolvam com a mensagem proposta. Considerações finais: A grandeza de estimular a imaginação e sensações são características presente no rádio que decorre por meio da oralidade com o auxílio de trilhas e efeitos sonoros. Por conta da transmissão da mensagem, evidencia-se a necessidade da reflexão das relações sociais que cercam o tema retratado no radiodrama. Contribuir para a reflexão e fomentar o conhecimento sobre literatura tornam o produto relevante socialmente. O desenvolvimento do produto, composto por roteiro e dramatização em áudio, proporcionou ao grupo um resgate aos tempos em que as peças radiofônicas eram esperadas e consumidas com fervor pelos ouvintes, fato que não é atual em um mundo imagético que vivemos hoje.

Referências bibliográficas

CALABRE, L. A Era do Rádio. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004. In: CARDOSO, S. P. Quinto encontro de estudos multidisciplinares em cultura. 2009. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/enecult2009/19501.pdf>> Acesso em: 16 nov. 2015.

FOGAL, A. A.; ARAÚJO, B. D. R. A lírica do ódio em Rubem Fonseca. Recorte, [s.l.], v. 11, n. 1, p. 1-14, jan./jun. 2014.

MCLEISH, R. Produção de Rádio: Um guia abrangente de produção radiofônica. São Paulo: Summus, 1999.

"BELA, RECATADA E DO LAR": UM ESTUDO COMPARATIVO ENTRE O IDEAL DE MULHER DA REPORTAGEM DA VEJA E O DA COLUNA FEMINISTA DA BRASILEIRA PAGU NA DÉCADA DE 1930.

*Lilian Juliana Martins
Vizette Priscila Seidel*

Palavras-chave: feminismo; jornalismo; reportagem; Veja; A Mulher do Povo.

INTRODUÇÃO

Em abril de 2016, a revista *Veja* publicou uma reportagem sobre Marcela Temer, esposa do vice-presidente Michel Temer. "Bela, recatada e do lar" causou polêmica por trazer noções sobre o que seria uma mulher ideal. Uma avalanche de postagens nas redes sociais levou #belarecatadaedolar aos Trending Topics e colocou o feminismo entre as principais pautas de discussão no país, chamando, inclusive, atenção internacional.

Este trabalho pretende contextualizar o caso que reflete um importante momento de debates sobre a mulher no Brasil e comparar as ideias presentes na reportagem em questão às constatações sobre o papel da mulher da sociedade do começo da década de 1930, feitas por Patrícia Galvão, a Pagu, no jornal "O Homem do Povo".

OBJETIVO

Utilizando-se da análise do discurso, comparar as ideias feministas presentes na coluna de Pagu, publicada no ano de 1931, com o ideal de mulher da reportagem "Bela, Recata e do Lar" da revista *Veja* de 2016.

MATERIAIS E MÉTODOS

Para tal análise foi utilizada análise do discurso. Charaudeau (2006) trouxe à pesquisa a abordagem metodológica para a identificação do enunciador a partir de do seu vínculo com as classes sociais e suas ideologias. As teorias sobre feminismo de Beauvoir (1970) e Saffioti (2004), que relacionam como o capitalismo foi articulado ao patriarcado na questão da dominação feminina, também foram utilizadas na condução metodológica da análise.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

A reportagem de *Veja*, "Bela, Recatada e do Lar", exalta Marcela Temer por tais qualidades presentes já no título da narrativa jornalística. O texto apresenta argumentos para que Marcela possa ser vista como exemplo de mulher. A reportagem descreve com normalidade o modo como a esposa do vice-presidente se dedica integralmente à vida do marido. É sintomático que a reportagem não tenha entrevistado Marcela. Seu perfil é construído a partir do que dizem sobre ela. O "discurso circulante", ou a soma empírica de enunciados com vista à definir os seres (CHARAUDEAU, 2006), presente na reportagem de *Veja* de 2016, indica uma noção conservadora e patriarcal do que é ser mulher.

Pagu, por sua vez, em 1931, traz conceitos inovadores sobre ser mulher. O engajamento, a participação política, a independência do marido estão presentes na coluna de Patrícia Galvão no jornal "O Homem do Povo". Pagu sugere que o ideal de mulher é aquele escolhido, lucidamente, pela própria mulher. Sua enunciação é muito próxima às ideias discutidas por Simone de Beauvoir, cujo pensamento pode ser sintetizado pela frase icônica "Ninguém nasce mulher, torna-se mulher" (BEAUVOIR, 1970, pp. 9-10).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir das análises feitas neste trabalho, demonstra-se como se deu o debate sobre a mulher em cada contexto social e histórico. Passados 85 anos desde a publicação dos textos da Pagu, que questionava e instigava as mulheres a lutarem por seus direitos individuais e coletivos, a revista *Veja* persiste em apresentar a idealização feminina enquanto objeto subjugado à apreciação do homem.

Percebe-se, portanto, que Pagu traz em sua coluna um discurso que se pretende emancipador, enquanto a revista Veja, na reportagem "Bela, recatada e do lar", carrega em sua enunciação noções patriarcalistas que valorizam comportamentos femininos que colocam a mulher em um papel secundário.

REFERÊNCIAS

Beauvoir, Simone. O Segundo Sexo. v. 2. São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 1970.

Charaudeau, P. Discurso das Mídias. São Paulo: Contexto, 2006.

Saffioti, H. (2004). Gênero, patriarcado e violência. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo.

A IMAGEM COMO ELEMENTO ESSENCIAL NA REPORTAGEM MULTIMÍDIA INTERATIVA

Liliane de Lucena Ito

Palavras-chave: reportagem multimídia interativa; webjornalismo; imagem; jornalismo.

1. Introdução

Este trabalho é um recorte de um projeto maior, de nível de Doutorado em Comunicação, que realizará um estudo de caso sobre o surgimento e a consolidação da reportagem multimídia interativa como novo formato e modelo de negócio jornalístico. Interessa a esta pesquisa compreender aspectos referentes à produção da reportagem em questão, que vão das transformações em rotinas produtivas à inserção de profissionais de outras áreas na redação. Também pretende-se investigar a esfera da mensagem em si – suas particularidades, potencialidades e limitações – e como esse tipo de material jornalístico informativo é consumido pelo usuário.

A primeira etapa da pesquisa, que se debruça sobre a produção, indicou que um dos aspectos que mais interferem na rotina produtiva e torna-se um fator inerente à reportagem multimídia interativa como formato é exatamente a imagem. Sempre presente, seja em fotos, infografias ou animações, a imagem é um elemento central na reportagem multimídia interativa. Sua diferenciação em relação a outros formatos webjornalísticos (como a notícia) não está apenas na profundidade da apuração do texto, mas também na imagem altamente trabalhada em layouts sofisticados, muitas vezes com o apoio do design de interação e de técnicas como o visual storytelling.

2. Objetivos/material e métodos

Apresentar e problematizar como a produção imagética, tanto estática quanto em movimento, é trabalhada na reportagem multimídia interativa. Assim, num primeiro momento, é feita uma classificação exploratória das imagens e de suas funções potenciais. Num segundo momento, faz-se uma articulação com o resultado obtido em entrevistas em profundidade com dois editores de veículos jornalísticos nacionais de grande porte, o Estadão e o Uol.

3. Resultados

Os resultados apontam que as imagens exercem funções diferenciadas conforme o tema tratado na reportagem. Entre elas, podem ser referenciais, lúdicas, ilustrativas e aproximar-se de finalidades publicitárias. São, em muitos momentos, canais importantes de interação entre usuário e mensagem/produto.

Os editores entrevistados, por sua vez, sinalizam que tais percepções iniciais são condizentes, uma vez que abertamente concordam que a imagem é trabalhada com sofisticação por ser um dos diferenciais da reportagem multimídia interativa. Além disso, no caso do editor do Uol, há a opinião de que existem leitores que “valorizam mais o design do que a reportagem em si”.

4. Considerações finais

Dada a importância da imagem para o produto final – e para o usuário – a participação dos profissionais que lidam com ela existe da concepção do tema até à finalização e publicação da reportagem, refletindo numa mudança em curso dentro da cultura jornalística: uma maior valorização de conhecimentos técnicos não-jornalísticos, como a programação, a modelagem 3D, o UX design, a infografia, entre outros.

A interação, muitas vezes potencializada pelo uso de imagens em movimento e estáticas, é também apontada pelos editores entrevistados como um diferencial que influencia no tempo de permanência do usuário, resultando em boas métricas dos sites que abrigam as reportagens digitais, algo que ainda é utilizado como valor quando se deseja o patrocínio do conteúdo, o que sinaliza uma lógica calcada no conceito de aderência (JENKINS; GREEN; FORD, 2014).

REFERÊNCIAS

- CANAVILHAS, J. A reportagem paralaxe como marca de diferenciação da Web. In: REY, P. R.; PISONERO, C. G. (org.). *Contenidos innovadores en la Universidad Actual*. Madrid: McGraw-Hill Education, 2014.
- CANAVILHAS, J.; SATUF, I.; LUNA, D.; TORRES, V. Jornalistas e tecnoatores: dois mundos, duas culturas, um objetivo. *Esferas*. Ano 3, n. 5, p. 85 a 95, Julho a Dezembro de 2014.
- JENKINS, H.; GREEN, J.; FORD, S. *Cultura da Conexão*. São Paulo: Aleph, 2014.
- VENTURA, M.; ITO, L. *A retórica da imagem na grande reportagem transmídia*. Discursos Fotográficos. Londrina. 2016. (no prelo).

A HOLOGRAFIA E A POÉTICA DA LUZ

*Luana Cristina Gonçalves Simões
Regilene Aparecida Sarzi Ribeiro*

Palavras-chave: Holografia Óptica; Arte holográfica; Arte e Tecnologia; Imagem Numérica; Eduardo Kac

Introdução

Neste trabalho busca-se as origens do que se conhece hoje por holografia, tendo como principal referencia o pesquisador Eduardo Kac. A pesquisa fará um mapeamento do uso da holografia por artistas pioneiros e atuais, procurando informações históricas e a aplicação futura desta tecnologia dentro do campo artístico e audiovisual.

Em 1948 o físico Denis Gabor teorizou pela primeira vez o que seria uma imagem holográfica, porém esta só foi possível em meados da década de 1960, graças ao desenvolvimento do raio laser NeHe.

Na obra poética de Kac intitulada "QUANDO?" de 1962, dois paralelogramos giravam continuamente, em sentido horário e anti-horário. A rotação de 360º passava a 720º, assim eles passavam a ter nove faces e não seis, sobre quatro das faces flutuava o poema: A luz/Ilude/A lente/Lenta/Mente, lido em ordem normal no holograma e inverso no vídeo, em todos os seus movimentos havia o aspecto cromático que se modifica de acordo com a posição do espectador.

A interação do corpo com outro corpo no espaço traz uma experiência que envolve todos os sentidos. A holografia não fica apenas no olhar, esse conjunto dos sensores humanos ajuda na construção de padrões neurais que traçam um mapa da interação multidimensional do organismo com o objeto. A interação é um conceito físico e remete ao comportamento das partículas cujo movimento é alterado pelo movimento de outras partículas, a partir daí esse conceito passou para a sociologia e psicologia, onde a premissa é que nenhuma ação humana existe separada da interação.

Objetivo

A pesquisa tem como principal objetivo difundir e aprofundar a história da holografia e será realizada seguindo duas etapas:

1) produzir um panorama dos artistas, brasileiros e estrangeiros, aqueles pioneiros e os que estão no cenário artístico atual, tantos em meios clássicos e analógicos como nos meios digitais. 2) pesquisar as técnicas de criação e produção de holografia, os materiais digitais necessários (Softwares), as propriedades físicas de natureza óptica dos lasers, das luzes, das lentes usadas e seus possíveis usos não convencionais.

Metodologia

A metodologia da pesquisa será pautada em levantamento bibliográfico, leitura e fichamento de textos, periódicos e outros estudos para a realização do panorama histórico e conceitual do tema.

A coleta de dados sobre o tema, obras e artistas que irão compor a pesquisa, será realizada a partir de estudo de fontes primárias e secundárias, acervos digitais e outros.

Considerações Finais

Uma vez que a holografia acolhe tanto vídeo, literatura e imagem gráfica, concluímos que ela é uma linguagem híbrida que traz um novo pensar espacial e subjetivo ao em vez do costumeiro pensamento em perspectiva, é um questionamento da percepção visual de um mundo tridimensional feito apenas de luz, nessa imagem há uma paralaxe e profundidade que será capaz de ganhar um corpo imaterial que enriquecendo as artes de uma forma inédita.

Referências

KAC, Eduardo. Luz e letra. Ensaios de arte, literatura e comunicação. São Paulo: ed. Brasil: Contra capa, 2004.

KAC, Eduardo. Holopoetry. Essays, manifestoes, critical and theoretical writings. Lexington: ed. Estados Unidos da América: New Media Editions, 1995.

MACIEL, Kátia. Maciel, Katia: Transcinemas. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2008.

HILDBRAND, Hermes Renato. As info-imagens e os signos matemáticos. In LEÃO, Lucia. (org.) Derivas Cartográficas do Ciberespaço São Paulo: Anablume; Senac, 2004.

PARENTE, Andre. Imagem máquina: A era das tecnologias do virtual. São Paulo: Editora 34, 1996.

KAC, Eduardo. Inc. Disponível em: <<http://www.ekac.org/alem.do.paradigma.especial.html>> Acesso em 25 de jun. de 2016.

HOLOPHILE, inc. Disponível em: <<http://www.holophile.com/history.htm>> Acesso em 18 de jun. de 2016.

PLC 5210/2013: O RESPALDO DO PROJETO DE LEI DO CASAMENTO CIVIL IGUALITÁRIO NO VOTE NA WEB

*Lucas Arantes Zanetti
Gabriela Ramos Teixeira
Caroline Kraus Luvizotto*

Palavras-chave: Vote na Web, participação, deliberação, homofobia

Descrição da pesquisa

A pesquisa busca analisar a efetividade dos canais de participação, deliberação e interação político-social on-line a partir da experiência do website Vote na Web. O foco desta etapa do estudo é o respaldo do PLC 5210/2013, de autoria do deputado Jean Wyllys e da deputada Érika Kokay, que legaliza e regulamenta o casamento civil homoafetivo. O Vote na Web é um portal que concentra as leis que tramitam no Congresso Nacional e permite que seus usuários votem, opinem, discutam e conheçam as leis a partir de ferramentas intuitivas.

Objetivos e metodologia

O Vote na Web permite aos seus usuários o acesso aos dados que são gerados a partir da participação de seus usuários, como o gênero, a idade e a localização dos votantes por meio de gráficos interativos. O nosso objetivo é analisar os dados referentes ao PLC 5210/2013 sobre o casamento civil homoafetivo, traçar o perfil dos favoráveis e contrários além de classificar os comentários no fórum de discussão, tendo por vertente metodológica uma abordagem quali-quantitativa, de acordo com os seguintes critérios: nível de informação do comentário, nível de respeito do comentário em relação aos outros usuários, e a inclusividade do sujeito da lei no processo (quem de fato será afetado pela lei?).

Resultados e discussão

É notório que, entre os votantes, as mulheres (79%) tendem a ser mais favoráveis ao PLC 5210/2013 do que os homens (57%). Além disso percebeu-se que quanto menor a faixa etária, mais favoráveis os votantes tendem a ser ao projeto. Entre os votantes com 15 e 25, que representam 6130 votos, 73% se mostraram favoráveis ao projeto. Quanto aos usuários entre 26 e 40 anos, que representam 7837 votos a porcentagem cai para 65%. Os usuários entre 41 e 60 anos, que totalizam 2230 votos, a porcentagem de aprovação cai para 48%. Por fim entre na faixa etária a partir de 61 anos, com 412 votantes, o número de aprovação cai para 41%. Não foi observado diferenças significativas entre o projeto de lei original e o resumo apresentado pelo Vote na Web. A pesquisa está em sua fase final, portanto até o momento não foi possível obter o resultado da análise dos fóruns.

Considerações finais

O PLC 5210/2013 surge em um contexto de ampliar os direitos civis para esta parcela da população de forma a naturalizar as relações homoafetivas e buscar reduzir as formas de violência contra a população LGBT. A maioria dos votantes no Vote na Web (63%) apoiam o projeto de legalização do casamento homoafetivo no Brasil, no entanto, apesar do grande número de votantes, os comentários ainda mostram baixíssimo nível informativo, com discussões pobres e com grande falta de respeito nos fóruns.

Referências

- BRASIL.. Relatório sobre violência homofóbica no Brasil: ano de 2012. Brasília: Secretaria de Direitos Humanos, 2012.
- KOEHLER, Sonia Maria Ferreira. Homofobia, cultura e violências: a desinformação social. Interacções, v. 9, n. 26, 2014.
- MOTT, Luiz. Bahia: inquisição & sociedade. EDUFBA, 2010.

Wyllys, Jean. Kokay, Erika. PLC 5120/2013: Reconhecerá o casamento homoafetivo. Disponível em <<http://www.camara.gov.br/sileg/integras/1064244.pdf>> Acesso em: 18/06/2016

AUDIODESCRIÇÃO DE CONTEÚDO NAS REDES SOCIAIS.

Lucas Janini Ferreira

Suely Maciel

Matheus Ferreira

Mariana Gabriela de Camargo

Palavras-chave: comunicação, acessibilidade, deficiência visual, redes sociais, audiodescrição

Descrição do projeto

O projeto de extensão Biblioteca Falada produz áudios resultantes da adaptação de textos originalmente impressos e/ou em formato audiovisual. As produções são feitas de acordo com as demandas dos alunos do Lar Escola Santa Luzia para Cegos de Bauru (LESL). As produções mais pedidas pelos alunos são resumos e informações sobre as telenovelas, biografia de cantores, audiodescrição de fotos e conteúdo de interesse geral, como saúde e história.

Objetivos

O Biblioteca Falada pretende estimular e colaborar com a inclusão social de pessoas com deficiência visual através da produção e adaptação de material na forma de texto para produtos em áudio e de audiodescrição de produções visuais, tais como filmes, novelas e vídeos. Além disso, o projeto visa complementar a formação do aluno favorecendo a prática da roteirização, locução e edição de áudio, assim como capacitando-os para audiodescrições dos mais variados tipos, desde imagens, ilustrações, fotos até teatro e cursos.

Material e métodos

Um dos principais produtos do Biblioteca Falada é a audiodescrição de personagens das novelas. A audiodescrição das personagens é realizada sempre que uma nova produção televisiva vai ao ar e objetiva dar aos alunos do LESL informações sobre características físicas e de personalidade de todos os elementos da trama.

Também é feita a produção de roteiros diversos, variando de acordo com o interesse de quem solicita a demanda. Roteiros como história da cidade, fatos desconhecidos, dúvidas sobre saúde, e biografia de artistas e personalidades famosas estão entre os mais pedidos. Nesses casos, é feito o levantamento de informação, a pesquisa sobre o tema, elaboração dos roteiros, a locução e depois a edição.

Recentemente vem sendo estudado a audiodescrição de conteúdo para redes sociais, como a descrição de fotos que são postadas em redes sociais. A descrição desse material visa inserir as pessoas com deficiência visual no ambiente digital, tornando o conteúdo postados nas mídias sociais acessível e de qualidade.

O estudo está sendo feito através de livros teóricos, de exercícios práticos, palestras e workshops com profissionais externos e internos. Tal estudo visa apurar como fazer a produção de materiais com qualidade e melhor atender às necessidades de quem procura esse tipo de conteúdo.

As formas corretas de descrever fotos pessoais estão sendo discutidas e aplicadas nas produções do Biblioteca Falada, inclusive levando em consideração formas de adaptar o texto de maneira que a leitura seja favorável para a locução e de fácil interpretação para o ouvinte.

Depois da produção de cada roteiro contamos com todo o trabalho de edição e sonoplastia, inserindo efeitos sonoros, backgrounds, cortes, etc.

Após finalizados, os áudios são disponibilizados de três formas: gravados em CDs e entregues em mãos; encaminhados via e-mail aos alunos do LESL e publicados no site do projeto.

Considerações Finais

Ao se realizar as produções citadas, são exercitadas três tarefas básicas da produção em mídia sonora: o roteiro, a locução e a edição. Tais conhecimentos são essenciais na formação dos alunos participantes do projeto, a maioria deles dos cursos de Jornalismo e Radialismo. Além disso, a experiência contribui para a sensibilização quanto às demandas das pessoas com deficiência visual e a conscientização sobre a necessidade de produções acessíveis.

Referências

ORTRIWANO, G. S. A informação no rádio. São Paulo, Summus, 1986.

LOPEZ VIGIL, J. I. Manual urgente para radialistas apaixonados. São Paulo, Paulinas, 2003.

ROSSI, Mariana. Pesquisa: 83% das mulheres assistem novelas no Brasil. Guilherme Barros - IstoÉ Dinheiro. 2012. Disponível em: <<http://guilhermearros.istoedinheiro.com.br/2012/11/02/pesquisa-83-das-mulheres-assistem-novelas-no-brasil/>>. Acesso em jul. 2015

PRODUÇÃO AUDIOVISUAL ACESSÍVEL: A TEMÁTICA DA INCLUSÃO NAS GRADES CURRICULARES DA COMUNICAÇÃO

Lucinéa Marcelino Villela

Palavras-chave: áudio descrição; comunicação; legendagem para surdos e ensurdecidos; tradução audiovisual.

O trabalho visa apresentar alguns resultados da pesquisa de Pós-Doutorado em Tradução Audiovisual (Universitat Autònoma de Barcelona) realizado no primeiro semestre de 2016. Um dos focos do projeto foi investigar a possibilidade de integrar duas áreas de conhecimento: Acessibilidade Audiovisual e Comunicação, mais especificamente propor que ao longo da formação de graduandos em Rádio e TV e Jornalismo (FAAC/UNESP) haja uma apresentação formal da relevância dos recursos já utilizados no Brasil para incluir pessoas com deficiência visual e auditiva aos diversos conteúdos audiovisuais (jornalísticos, culturais e de entretenimento).

Na nossa perspectiva, os recursos de acessibilidade devem ser elaborados por profissionais que possuam habilidades técnicas e teóricas advindas das áreas de Tradução e Produção Audiovisual, Cinema etc. Para corroborar com nossa hipótese, estudamos bibliografia de teóricos nas áreas de Tradução Audiovisual e de Produção de Cinema com enfoque em acessibilidade. Também foram realizadas entrevistas com dois pesquisadores espanhóis muito atuantes nas duas áreas (Anna Matamala e Pablo Romero-Fresco).

Segundo Frederic Chaume (2004:9), o texto audiovisual é construído semiótico composto por vários códigos significantes que operam simultaneamente na produção do significado. Tal definição vai ao encontro de nossa perspectiva de que todo produto audiovisual deve ser entendido como um conjunto de signos linguísticos e não linguísticos, verbais e não verbais e, dessa forma, uma das tarefas do produtor de recursos acessíveis nesse contexto é a de conhecer cada um dos códigos e, conseqüentemente, estudá-los em mais de uma área de conhecimento. Dessa forma, os profissionais que trabalham com materiais que estão inseridos no contexto audiovisual, devem buscar suporte não somente na área de Estudos da Tradução/Tradução Audiovisual como também nas áreas de Cinema e Audiovisual.

Na maioria das vezes, os roteiristas e diretores não preveem a inserção de legendas, das áudio descrições e nem mesmo da LIBRAS na concepção de seus produtos audiovisuais.

Tanto Chaume (2004) quanto Romero-Fresco (2013) propõem o estudo colaborativo das duas áreas: Estudos da Tradução, Cinema & Audiovisual.

Romero-Fresco (2013:211) apresenta sua proposta de multidisciplinaridade:

Do ponto de vista da pesquisa e do ensino, a produção de cinema acessível implica em uma troca entre os Estudos de Produção Cinematográfica e a Tradução Audiovisual, na qual os docentes e alunos de Produção Cinematográfica aprendem sobre os aspectos de Tradução Audiovisual e da Acessibilidade que podem contribuir na elaboração e na recepção de (seus) próprios filmes, enquanto os docentes e alunos de Tradução Audiovisual exploram os elementos dos Estudos e da Produção Cinematográfica que podem contribuir para a teoria e a prática da tradução e da acessibilidade. (ROMERO-FRESCO, 2013, p.211. Tradução nossa)

A junção de áreas complementares como Tradução Audiovisual e Produção Cinematográfica só corroboram a ideia de que, para que seja completamente eficaz, a acessibilidade não seja realizada apenas como uma pós-produção, mas seja concebida em todas as etapas da produção.

A inclusão da pessoa com deficiência, em nossa perspectiva, abrange por um lado políticas de conscientização sobre a eficácia dos recursos de acessibilidade para que naturalmente surjam demandas

para a áudio descrição e a legendagem para surdos e ensurdecidos e, por outro lado, a busca pela formação acadêmica e capacitação técnica para que profissionais de diversas áreas atuem de forma colaborativa nessa área.

Referências Bibliográficas

CHAUME, F. Cine y Traducción. Madrid: Catedra. 2004, p.9.

ROMERO-FRESCO, P. Accessible filmmaking: Joining the dots between audiovisual translation, accessibility and filmmaking. The Journal of Specialised Translation, 2013, v. 20, p.201-223. Disponível em: http://www.jostrans.org/issue20/art_romero.pdf. Acesso em: 20/07/2016.

O CINEMA DE WALTER HUGO KHOURI E A CRÍTICA CINEMATOGRAFICA BRASILEIRA: ANÁLISE DO PERÍODO 1964-1982

Luís Geraldo Rocha

Palavras-chave: Walter Hugo Khouri; cinema brasileiro; Cinema Novo; Boca do Lixo; crítica cinematográfica.

A pesquisa tem como finalidade investigar a representação do cineasta Walter Hugo Khouri diante do panorama da cinematografia brasileira em épocas distintas, tendo como base as críticas cinematográficas publicadas em jornais de São Paulo e do Rio de Janeiro, no período entre 1964 e 1982. Este recorte temporal segue as fases elaboradas pelos críticos e pesquisadores Fernão Ramos e Luís Felipe Miranda (2000) sobre os diferentes estágios de desenvolvimento da obra do cineasta Walter Hugo Khouri. A primeira fase, segundo os autores citados, se estende dos primeiros trabalhos do diretor em meados dos anos 1950 até 1968, reconhecidamente influenciada pelo cinema europeu do pós-guerra. Entretanto, para esta pesquisa elegeu-se tão somente o período entre 1964 e 1968, notadamente a fase mais autoral de Khouri, quando se consolida seu paradigma como cineasta do existencialismo. A segunda fase, que perdura durante toda a década de 1970 se constitui pela inserção do diretor no cinema da "Boca do Lixo" e seu enveredamento pelo erotismo até final desta mesma década. A terceira e última fase, representada pelos filmes dos anos 1980, tem Walter Hugo Khouri como um cineasta de notável renovação de suas estruturas narrativas. As críticas cinematográficas, publicadas na imprensa de São Paulo e do Rio de Janeiro, representadas pelos jornais O Estado de São Paulo, Folha de São Paulo, Jornal do Brasil e O Globo, acompanharam o lançamento das obras do cineasta nesses períodos distintos e demonstram-se apropriadas para a investigação projetada, uma vez que contemplam: (1) as tendências da crítica cinematográfica situadas em cada época específica; (2) acompanham as transformações de estilo do diretor nas três décadas distintas; (3) são visões ideológicas que acenam para um alinhamento ou uma recusa do modo de atuação do cineasta em relação aos movimentos cinematográficos hegemônicos e aos atores sociais mais relevantes em cada uma das conjunturas históricas do cinema brasileiro do período. A Análise do Discurso de linha francesa servirá de base teórica para este estudo.

MOVIMENTOS SOCIAIS E ATIVISMO NA INTERNET E A PARTICIPAÇÃO POLÍTICA E SOCIAL ONLINE

*Luis Henrique Negrelli
Caroline Kraus Luvizotto*

Palavras-chave: participação; movimentos sociais; Internet.

Nos últimos anos, a onda de manifestações populares no Brasil e no mundo tem trazido o conceito de participação à tona. Entretanto, falar em participação não é somente relacioná-la a mobilizações populares, sobretudo nas ruas, pois participar vai muito além disso. Na atual era em que a sociedade vive, é inegável a relação entre participação e os meios de comunicação. Além de estes proporcionarem visibilidade a movimentos ou ações participativas, é através deles que muitas organizações se estruturam e adquirem o caráter de mobilizações e atitudes com finalidades participativas.

A Era da Informação proporcionou mudanças radicais na sociedade, seja nas formas de relacionamento, no contato social, na busca pelo conhecimento ou no padrão de vida frente à tecnologia. Com esses fatores em constante desenvolvimento, o indivíduo encontrou uma plataforma que passou a utilizar em seu dia a dia de modo cada vez mais presente e eficaz, explorando e descobrindo as inúmeras atividades que poderia exercer no ambiente virtual. A participação social e política também foram possibilitadas com o advento dos meios de comunicação, sobretudo com a Internet, e, além disso, passou a contar com novas estruturas e aprimoramento.

O objetivo desta pesquisa é explorar o universo da participação popular com enfoque nos movimentos sociais que utilizam a Internet como ferramenta participativa, interativa e de organização e estruturação. Portanto, a intenção desse estudo é compreender como esses movimentos sociais e seus integrantes utilizam o meio virtual e as ferramentas da web 2.0 para promover a participação online.

Numa primeira etapa, a pesquisa objetiva detalhar os conceitos de participação e participação online e de movimento social. Também são caracterizadas e analisadas as ferramentas da internet que possibilitam a participação, etapas importantes para verificar as estratégias dos movimentos sociais e dos ativistas no ambiente online.

Gomes (2005) explica que participar via mídia digital tornou-se uma opção mais fácil para os cidadãos participarem politicamente. Além disso, o ambiente virtual proporciona uma grande carga de informações, ficando a critério do usuário escolher e filtrar aquilo que quiser e se adequar a seus interesses. Outro fator que Gomes (2005) ressalta é que na Internet é possível uma grande interatividade com a informação e interação entre os usuários, o que facilitaria a participação online. O ponto principal desse ambiente é que as camadas e vozes minoritárias da sociedade têm oportunidade de ter voz e vez, alcançando reconhecimento e fortalecimento, além de ajudar na luta de causas sociais e na quebra de preconceitos.

Castells (2013), ao propor o termo sociedade em rede, expõe que “em nossa época, as redes digitais, [...] são os veículos mais rápidos e mais autônomos [...] É por isso que os movimentos sociais em rede da era digital representam uma nova espécie em seu gênero”. O grande desafio para os movimentos sociais é dominar as ferramentas disponíveis no meio virtual e principalmente saber utilizá-las com eficiência, a fim de possibilitar uma plena comunicação.

Palavras-chave: participação; movimentos sociais; Internet.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CASTELLS, Manuel. Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013. 271 p. . Disponível em: <<http://zerohora.clicrbs.com.br>>. Acesso em: 31 jul. 2016.

GOMES, Wilson. Internet e participação política em sociedades democráticas. FAMECOS, Porto Alegre, n. 27, p. 58-78, ago. 2005.

O GÊNERO FEMININO EM CARGOS DE LIDERANÇA DENTRO DA ORGANIZAÇÃO PRIVADA E SUAS INTERFERÊNCIAS

*Luiz Francisco Ananias Junior
Carolina Vitória de Oliveira Correia*

Palavras-chave: Gênero. Organizações. Participação. Liderança. Interferências.

O presente artigo tem como objetivo discutir a participação do gênero feminino dentro das organizações privadas. Numa visão genérica, observa-se que o gênero masculino sempre foi apresentado à sociedade como imagem de poder, sempre aquele que esteve diante da gestão nas corporações, enquanto que as mulheres ocupavam-se de cargos mais rasos e com menor participação no universo corporativo. Por meio da análise de dados e de apanhado histórico, objetiva-se observar a participação e a inserção das mulheres no mercado corporativo e o seu contexto dentro das interferências organizacionais.

As últimas décadas foram anos de transformações no cenário econômico, político e tecnológico mundial; entretanto, um pouco antes disso, a Segunda Guerra Mundial foi de suma importância para a disseminação da mulher no mercado de trabalho e a reestruturação familiar, com a mulher assumindo novos papéis dentro da sociedade e do núcleo familiar e, conseqüentemente, disposta a buscar sua independência

Este estudo visa verificar a formação da mulher sócio profissional, por meio da apresentação de fatores indicados como interferências do universo social e corporativo impostas a elas o meio profissional

Observa-se que a mulher é considerada como um ser frágil e submissa desde os primórdios organizacionais, onde a produção era literalmente toda realizada por homens e as mulheres para adentrarem ao mercado de trabalho tinham de submeter a cargas mais exaustivas de produção, reflexo que ainda é visível através dos dados acima pesquisados e as diferenças salariais.

Visando diminuir a diferença entre homens e mulheres e principalmente o preconceito da mulher trabalhadora, algumas empresas realizam ações que contribuam para que as mulheres ganhem mais espaço no mercado de trabalho.

Em entrevista à ABERJE, Associação Brasileira de Comunicação Empresarial, a Ericsson, empresa, líder em tecnologia da comunicação e serviços, com mais de 40% do mercado na América Latina de serviços de telecomunicações.

São, porém, diversas as interferências que pairam sobre as mulheres dentro das organizações; como o machismo e o assédio, fatores que ganham força e significado pela persistência.

Após a apresentação de fatores que indicam o impedimento ou dificuldade da ascensão do gênero feminino a cargos da alta administração em empresas privadas é possível verificar que ainda há grande disparidade entre salários e cargos e entre o próprio posicionamento da mulher dentro da empresa. Dessa forma, identifica-se um esforço maior do gênero feminino para alcançar maiores cargos e melhor remuneração dentro do ambiente organizacional.

REFERÊNCIAS

ABERJE: Ericsson incentiva mulheres Latinoamericanas a ingressar no mundo das TICs com o "Girls in ICT Day". Disponível em: <http://www.aberje.com.br/acervo_not_ver.asp?ID_NOTICIA=10595>. Acesso em 20.01.2016.

FIEDLER, F. A theory of leadership effectiveness. New York: McGraw-Hill Book Company, 1967, p. 3.

FLEURY, Maria Tereza Leme. Gerenciando a Diversidade Cultural: Experiências de Empresas Brasileiras. RAE – FGV, São Paulo, n. 3, v. 40, p. 18-25, jul/set, 2000.

HIRIGOYEN, Marie-France. Assédio moral: a violência perversa no cotidiano. Rio de Janeiro: Brasil, 2002.

INTERTEXTUALIDADE PUBLICIDADE AUDIOVISUAL E O CINEMA NOIR.

Maéve Cristina Barnabé Talamonte

Palavras-chave: intertextualidade, narrativa, publicidade, cinema noir.

Resumo

O Cinema e a Publicidade são manifestações distintas, embora existam afinidades complexas e variadas entre ambos, há tempos, a publicidade apoia-se no cinema em suas criações, recorrendo a gêneros consagrados. Como um campo ágil em um mundo movente de imagens, de sons, de ideias que se misturam, se inter-relacionam e, portanto, no cerne das mais diversas possibilidades de uma comunicação híbrida, a publicidade é não raramente, impregnada de referências do cinema, sendo ainda, a fim a ele com a produção audiovisual. A narrativa audiovisual publicitária tem o propósito de atrair o espectador, surpreendendo - o e seduzindo - o, provocando emoções. O presente trabalho pretende mostrar a interface comunicacional presente em peças publicitárias, que, de alguma maneira, em seu conteúdo linguístico, mantém diálogos e interações com outros textos para a construção de suas narrativas. A intertextualidade entre esses meios de comunicação acaba sendo uma estratégia mercadológica persuadindo o consumidor.

Objetivos

Analisar os processos no cerne das formas de expressão (linguagem) utilizadas por peças publicitárias, que remetem ao universo do cinema policial noir. Apresentar de que maneira que a narrativa audiovisual publicitária se aproxima ao cinema noir e sua intertextualidade.

Material e Métodos

A proposta é analisar peças fílmicas publicitárias, busca-se aferir a composição imagética da narrativa televisiva publicitária com elementos cinematográficos. Para tal análise será selecionado filmes publicitários da década de 1980 que referenciam o gênero noir, feita pela marca Tigre (tubos de PVC para construção civil).

Resultados e discussões

A narrativa televisiva publicitária aproxima-se da obra cinematográfica utilizando características próprias a gêneros do cinema. A publicidade adota conceitos e técnicas cinematográficas baseando-se na construção clássica da narrativa. A publicidade através de suas narrativas audiovisuais busca captar estratégias para persuadir o consumidor, a finalidade do discurso publicitário é levar o consumidor da real necessidade do produto enunciado.

Considerações finais

A intertextualidade é um recurso muito utilizado pela publicidade. Para que a intertextualidade alcance seu objetivo e seja compreendida pelo público alvo, é necessário que este se encontre dentro do mesmo quadro referencial cultural que a publicidade foi formulada.

Despertar ou chamar a atenção e prender a atenção do leitor, fazê-lo memorizar a mensagem é aspecto essencial ou vital da mensagem e atividade publicitária. E isso é possível através do código linguístico, com os recursos que põem em evidência a mensagem.

A publicidade utiliza a criatividade para seduzir o consumidor, para entendê-la, ou ainda, para construí-la, muitas vezes é necessário conseguir "ler" o que não está escrito, entendendo as referências que a publicidade faz.

Dentre as diferentes fontes de referência, é notório o papel predominante do cinema, à frente de outras formas de expressão artística quando a interrelação é feita com a mídia televisiva. Além do apelo emocional e estético que a obra cinematográfica propicia e do fascínio exercido sobre a maioria das pessoas, é uma fonte quase inesgotável de ideias formatos e linguagens.

Referências bibliográficas

BARROS, Diana Pessoa de; FIORIN, José Luiz (Orgs.). Dialogismo, Polifonia e Intertextualidade. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1999.

BULHÕES, Marcelo. Considerações sobre a adaptação para o audiovisual: ficção noir. Signo. Santa Cruz do Sul, v. 36 n. 61, p. 64-69, jul. – dez., 2011.

COVALESKI, Rogério. Cinema, publicidade e interfaces. 1ª ed. Curitiba, PR: Maxi Editora, 2009.

FIORIN, José Luiz. Introdução ao pensamento de Bakhtin. São Paulo: Ática, 2006.

O CASO DE THE AVENGERS: OS VINGADORES E SAVE THE DAY: ÍDOLO E PODER SIMBÓLICO ATUANDO NA POLÍTICA

Maicon José de Faria Milanezi

Marina Darcie

Palavras-chave: Avengers; Heróis; Ídolos; Fãs; Comoção Pública.

Neste ano o mundo assistiu à apresentação de Lady Gaga no Oscar. Com a música 'Til it Happens to You, composta por ela para um documentário que denuncia o crescimento de casos de assédio sexual em universidades americanas, a cantora reforçou seu apoio à causa e às vítimas. Pouco antes, em 2014, a atriz Emma Watson se tornou embaixadora da Boa Vontade da ONU e seu discurso a favor da igualdade de gêneros se difundiu pelo mundo via internet e comoveu milhares de pessoas. Dessa forma, direcionou seus fãs para questões enfrentadas pelo movimento feminista e ao apoio à campanha HeForShe. Casos como esses, em que celebridades oferecem seu apoio a ações de cunho social e político, e fazem uso, assim, de sua influência para angariar fundos e construir o debate sobre causas engajadas, não são uma tendência recente. Bem como não é novidade que os ídolos são um exemplo de projeção social que detém considerável influência pública. Morin (1962) mostra que, culturalmente, a sociedade elege ídolos – heróis que sofreram diversas intervenções do mercado cultural para que se tornassem um produto comercializável – que representam e unificam os sujeitos, criando vínculos identitários entre eles. Mesmo que adaptações e generalizações tenham sido realizadas na imagem de um herói para que se torne um produto, é perceptível que a mídia tenta relacionar sua trajetória a elementos históricos de adoração com a finalidade de atrair o público e criar um vínculo entre o personagem e a sociedade. Esse trabalho demonstrará a perceptível tentativa de as celebridades se ligarem a assuntos moralmente aceitos pela massa social para congregarem maior valor simbólico à sua imagem. No cenário de rede contemporâneo, diálogos que mobilizam podem surgir de variados personagens e a fama se tornou uma mercadoria que pode ter tanta influência sobre o público quanto muitos políticos. Com a evolução do analógico para o digital e o seguinte crescimento do uso da internet, a população aprendeu a utilizar ferramentas da rede como ferramentas de participação e sua relação com os ídolos sociais foi modificada e, então, esses ídolos engajados se tornaram expoentes de luta e pressão política. O caso explorado pelo trabalho é o do recente vídeo liberado pelo comitê Save the Day, no dia 21 de setembro, que, ao apresentar o elenco do filme The Avengers: Os Vingadores, além de outros, tem como finalidade explorar a importância do voto, convocando cidadãos estadunidenses a se registrarem como eleitores e “agirem heroicamente” para mudar seu país através desta ferramenta democrática. O vídeo conta com mais de 6 milhões de visualizações em 4 dias no ar e as reações positivas e negativas, mostradas através dos botões “like” e “dislike” do Youtube, somam quase 220 000 cliques no mesmo período. Não é possível, ainda, analisar se o vídeo terá impacto nas próximas eleições dos EUA que ocorrerão em novembro ou se colaborará para que mais cidadãos votem já que, no país, o voto não é obrigatório. O objetivo primo desta análise parcial é, portanto, notar a mobilização de fãs em torno do discurso das personagens públicas presentes no vídeo e perceber que a rede possibilitou um relacionamento participativo e empenhado socialmente, que faz ponte entre virtual e real. Somando a realidade abordada por Morin (1962) ao contexto de redes conectadas atual, é defendido que ídolos sociais possuem capital simbólico sobre seu público e podem comover, sensibilizar e mobilizar um número considerável de pessoas, criando, desta forma, um movimento antes inimaginável e produzindo novas pautas de engajamento. É nítido que muitas pessoas são detentoras de discursos altamente visualizados na rede e que as celebridades usam ferramentas emergentes para se

aproximar do público e abordar assuntos de cunho engajado, criando movimentos de discussão em torno de qualquer quadro que solicitarem atenção.

Referencias Bibliográficas

MORIN, Edgar. Cultura de massas no século XX: Espírito do tempo - Neurose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1962.

COMUNICA EDUCAÇÃO: UMA PROPOSTA DE FORMAÇÃO EM COMPETÊNCIAS COMUNICACIONAIS.

*Manuela Sanches
Marina Malzov Foltran
Bruna Fioravanti Wackerha
Vitor Preto*

Palavras-chave: Educação; Comunicação; Relações Públicas.

1. O presente artigo apresenta o projeto de extensão Comunica Educação da Unesp Bauru, o qual é voltado à formação de competências comunicacionais dentro do ambiente corporativo por meio do ensino a distância através de uma plataforma digital. Difunde-se pela articulação entre a comunicação e a educação, trabalhada por alunos de Relações Públicas, voltada para organizações diferenciadas, e demais interessados da comunidade. Evidencia-se o papel do profissional de comunicação, na função de formar o público interno não apenas quanto a disseminação de informações, mas na construção de um conhecimento específico que ajude na comunicação da organização.

2. O objetivo deste trabalho é apresentar o projeto de extensão Comunica Educação e sua proposta de formação do público interno de organizações quanto a competências comunicacionais a serem desenvolvidas no ambiente organizacional no qual estão inseridos. Além disso, queremos com ele apresentar nossa nova temática de curso, voltada a compreender e mediar a diversidade social dentro das organizações.

3. Os métodos utilizados para elaboração do conteúdo apresentado em formato de curso são compostos de pesquisa sobre temas atuais de interesse dos profissionais de diversas organizações, a fim de alimentar a plataforma digital utilizada, buscando atualização constante e capacitação profissional diferenciada e ampla.

Dessa forma, ocorre delimitação da temática e busca por fontes de informação confiáveis que norteiam os cursos desenvolvidos. Sendo assim, para que esse novo tema seja realizado será elaborado pesquisa bibliográfica pautada em sugestões de professores atualizados quanto a temática, e além disso, será realizada entrevistas com profissionais especializados sobre, com o objetivo de trazer conteúdo de qualidade e de fácil entendimento. Posterior a isso, como todo conteúdo produzido até então, o material de linguagem multimidiática será produzido e postado na plataforma online do projeto. Seguido de divulgação do material pela sua mídia digital o Facebook.

4. Após pesquisas e análises realizadas, defende-se que com cursos a distância, organizações de qualquer porte podem capacitar o público interno a fim de prover melhorias na cultura organizacional e na produtividade da organização. Percebe-se também que esses são válidos não só para os profissionais de comunicação nas organizações, mas dos indivíduos da comunidade em geral. Preza-se por conseguir transmitir informação de qualidade de maneira aberta, para todos que buscam entender mais sobre temáticas voltadas a área da comunicação, de forma a capacitar profissionais de diversas organizações. Com essa nova temática, buscamos principalmente mostrar como mediar a diversidade social dentro do ambiente organizacional, mostrando seus valores e princípios, e prezando por diminuir preconceitos e divergências no ambiente de trabalho.

5. Diante da proposta do projeto, temos que é preciso permitir um acesso democrático a plataforma de ensino gratuita e também fazer com que os profissionais percebam o quão necessário é se capacitar para melhorias no ambiente organizacional. As temáticas abordadas prezam pela melhoria das competências comunicacionais, trabalhando com conteúdo atualizado.

Ressalta-se aqui o trabalho de pesquisa desenvolvido pelo projeto no segundo semestre do ano de 2016, o qual busca trabalhar com temáticas que envolvem a diversidade social dentro das organizações. O projeto de pesquisa está sendo elaborado e o resultado será publicado em formato de curso na plataforma online.

Ademais, apenas reforça-se que através de cursos profissionalizantes as organizações poderão contar com profissionais interessados, atualizados e dinâmicos. E que para os alunos cabe o benefício de acesso a conteúdo úteis e aplicáveis dentro de sua área, que vão desde marketing social até gerenciamento de crise, adequados a qualquer área de atuação. No geral, se soma bem estar social, ganho de conhecimento e gestão socialmente responsável.

AS TICS NO CONTEXTO ESCOLAR: JOGOS EDUCATIVOS FAVORECENDO O PROCESSO ENSINO-APRENDIZAGEM

*Márcia Regina Corrêa Negrim
Carla Negrim Fernandes de Paiva*

Palavras-chave: Palavras – chave: educação – tecnologia - jogos

1) RESUMO

Considerando novos paradigmas educacionais em consonância com uma sociedade cada vez mais informatizada e atenta às mudanças tecnológicas que vem ocorrendo, buscaremos através desse estudo demonstrar a importância e a necessidade de atrelar ao contexto escolar as novas tecnologias e seus benefícios enquanto suporte pedagógico.

2) OBJETIVOS

Objetivo geral: estabelecer uma relação dialógica entre educação e tecnologia.

Objetivos específicos: analisar game educativo; fundamentar a importância das TICs no processo ensino-aprendizagem.

3) MATERIAL E MÉTODOS

Neste estudo utilizou-se a pesquisa bibliográfica e a análise de um game educativo voltado à alfabetização enquanto recurso pedagógico.

4) RESULTADOS E DISCUSSÕES

Diante de uma sociedade cada vez mais sedenta de tecnologias inovadoras, a necessidade de viabilizar o uso das mesmas nas diversas esferas sociais adquiriu um status de urgência (GIROTO, POKER, OMOTE, 2012).

Dentro dessa perspectiva, o ambiente educacional deve priorizar ações nesse sentido, pois levando em consideração que não é o único mas o principal espaço de formação acadêmica do indivíduo ao longo de sua vida, há que se considerar que o mesmo deve proporcionar ao indivíduo conteúdos compatíveis com aquilo que a sociedade espera.

Dessa forma, segundo Galvão Filho (2002), a utilização de games educativos pelos profissionais da educação só vem colaborar para que o processo ensino-aprendizagem possa estar em sintonia com as novas perspectivas.

Além disso, é sabido que a introdução de jogos torna a aprendizagem mais prazerosa, visto o aspecto lúdico favorecer sobremaneira uma aprendizagem mais significativa (DEMO, 2009).

Neste caso, ressaltando o caráter educativo e para exemplificar, foi escolhido um jogo da plataforma Escola Games, disponível no site Escola Games, chamado Sopa de Letrinhas, voltado a crianças em processo de alfabetização. Trata-se de um jogo que traz pistas para que o jogador possa construir a palavra sugerida. Após iniciar o jogo, a criança recebe cinco pistas, uma por vez, para construir a palavra correta, clicando sobre as letrinhas que acredita que formarão a palavra. Ao final das cinco palavras, há um espaço de diversão que estimula a coordenação motora da criança, o que é imprescindível nessa fase escolar.

Sendo assim, a tecnologia é um recurso que pode e deve ser usado por educadores que buscam uma educação de qualidade, aprimorando suas técnicas e incorporando ao ambiente escolar novas possibilidades de aprendizagem.

5) CONSIDERAÇÕES FINAIS

Levando em conta a questão dos recursos didáticos disponíveis e que podem ser utilizados para a construção de uma educação pautada em critérios qualitativos, a tecnologia é um recurso em potencial cujo uso vem crescendo. Todavia, essa situação requer certas considerações para que realmente torne-se, de fato, algo positivo no processo ensino-aprendizagem, tais como: docentes preparados,

laboratórios de informática em condições de funcionamento e, sobretudo, a contextualização e a interdisciplinaridade presentes nas situações de aprendizagem.

6) REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DEMO, Pedro. Educação Hoje: "novas tecnologias, pressões e oportunidades". São Paulo: Atlas S/A, 2009.

GALVÃO FILHO, T. As novas tecnologias na escola e no mundo atual: fator de inclusão social do aluno com necessidades especiais? In: Anais do III Congresso Ibero-americano de Informática na Educação Especial. Fortaleza: MEC, 2002.

GIROTO, C. R. M.; POKER, R. B.; OMOTE, S. (Org). As tecnologias nas práticas pedagógicas inclusivas. Marília: Oficina Universitária. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2012.

Escola Games: Jogos Educativos. Disponível em: <http://www.escolagames.com.br>. Acesso em 11 de julho de 2016.

EXPERIÊNCIA CINEMA

*Márcio Luiz de Sá Júnior
Regilene Aparecida Sarzi Ribeiro*

Palavras-chave: historia do cinema; artes visuais; experiencia cinema; efeito cinema e artes visuais

INTRODUÇÃO

O Cinema é capaz de capturar não apenas um objeto, como aquilo que o cerca. A ilusão de movimento gerada pela exibição de várias fotografias por segundo aprisiona um momento e o seu tempo de duração, condenando-o a se repetir novamente em tempo real toda vez que for exibido. Mais do que isso, o Cinema para se tornar tal qual conhecemos hoje, forjou uma linguagem própria.

Intelectuais começaram a escrever teorias que buscavam compreendê-lo através do estudo sistemático de filmes. Muitos teóricos e conceitos poderiam ser citados, mas são Hugo Munsterberg, Rudolf Arnheim, Béla Balázs, Lev Kuleshov, Vsevolod Pudovkin, Sergei Eisenstein e Dziga Vertov que constituem um recorte sintético e conciso sobre a experiência cinema que ainda em seus primórdios era contestada no campo das artes plásticas.

Rudolf Arnheim, assim como Hugo Munsterberg vindo de uma escola gestaltista de psicologia, acreditava que o cinema era um veículo e como tal, poderia ser utilizado para diversos fins, mas aquele que o valorizava era o de expressão artística, no qual o aperfeiçoamento de técnicas para torna-lo cada vez mais realista, reduzia seu potencial.

OBJETIVOS

A partir deste recorte e abordagem teórica, a pesquisa visa descrever um panorama histórico composto por filmes de vários países que nos permitirão assemelhar a tecnologia, artistas e principais técnicas empregadas com o conteúdo produzido atualmente. O intuito é tecer novas relações entre o cinema e a tecnologia como arte experimental por meio das técnicas empregadas e com isso promover a História do Cinema como a História da Técnica Audiovisual articuladas às Artes Visuais.

MATERIAL E MÉTODOS

Levantamento bibliográfico. Coleta de dados e de material iconográfico e videográfico.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Como destaca Arlindo Machado (1997, pg. 12) “não há texto de história do cinema que se desacerte todo na hora de estabelecer uma data de nascimento, um limite que possa servir de marco para dizer: aqui começa o cinema”, o resultado desta pesquisa apresenta uma série de filmes enfocando técnicas que foram reproduzidas posteriormente a eles como por exemplo, “A Kiss in the tunnel” (George Albert Smith, 1899), “Suspense” (Lois Weber, 1913), “A Carruagem Fantasma” (Victor Sjöström, 1921) entre outros, construindo assim um panorama minucioso que permite assimilações ao período contemporâneo e ao território nacional por meio do filme “Limite” (Mário Peixoto, 1931).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa diz respeito ao primeiro capítulo de um projeto de iniciação científica aprovado em abril de 2016, “Do Cinema Expandido à Videoinstalações: um Panorama Nacional”, cujos objetivos são realizar uma revisão bibliográfica sobre o cinema expandido e o efeito cinema para construir um panorama histórico e descrever como e quando surgem as videoinstalações e as relações entre cinema e artes visuais na arte contemporânea brasileira.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

A HISTÓRIA do Cinema - Uma Odisseia - 1ª Parte (1895 A 1969). Direção: Mark Cousins. Estados Unidos. Cannes Distribuidora, 2011. NTSC, 5 DVDS (490 min).

- ANDREW, J. Dudley. As Principais Teorias do Cinema: uma introdução. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002
- BERNARDET, Jean-Claude. O que é Cinema? Editora Braziliense, São Paulo, 2004.
- EISENSTEIN, Sergei. O Sentido do filme. Rio de Janeiro – Jorge Zahar Ed., 2002
- DUBOIS, Philippe. Um efeito cinema na arte contemporânea. In: Costa, L. C. da (org.). Dispositivos de registro na arte contemporânea. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2009. p.179-216.
- MACHADO, Arlindo. Pré-Cinemas & Pós-Cinemas. Campinas, SP: Papirus, 1997.
- MACHADO, Arlindo. Visionários. Audiovisual na América Latina. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. p.09-21.
- MASCARELLO, Fernando (org.). História do cinema mundial. Campinas, SP: Papirus, 2006.
- XAVIER, Ismail. A Experiência Cinema: antologia. Rio de Janeiro: Edição Geral: Embrafilme, 1983

A DUALIDADE CIÊNCIA E ARTE NA FOTOGRAFIA

Marco Antonio João Fernandes Junior
João José Caluzi

Palavras-chave: Ciência; Arte; Fotografia

1-Breve descrição da pesquisa

O domínio das técnicas e o surgimento de novas tecnologias marcam a história da humanidade em diversos campos do conhecimento. Isso remete os primórdios das imagens desde o simples carimbar de mãos pintadas com sangue em paredes de cavernas como soprar pó colorido sobre as mãos e obter um resultado diferente. Entretanto, a produção imagética na medida em que o homem ousou desvendar a natureza e se impor socialmente denotou intenções diversas, assim como as múltiplas interpretações que as imagens oportunizam.

A técnica e o meio adotado para se produzir imagens comprometem a interpretação e sua aceitação enquanto arte, como é o caso da fotografia que ainda desperta a dúvida: é uma Ciência ou Arte?

Embora tenha sido inventada no século XIX, a fotografia possui um percurso bastante extenso na história permitindo que diversos profissionais contribuíssem para seu aprimoramento. Partindo disso, a pesquisa apresenta possíveis convergências artísticas e científicas na técnica e no discurso fotográfico.

2- Objetivos

Promover uma reflexão sobre a produção fotográfica dialogando concepções científicas e artísticas.

3- Material e Métodos

A pesquisa foi fomentada a partir de estudos bibliográficos tendo como principais expoentes Zamboni (2001), Muzardo (2010), Fabris (1998) e Kuhn (2011).

4- Resultados e Discussões

Em partes, as dúvidas que emergem da ambiguidade da fotografia transitar entre a ciência e a arte foi sua consideração como "arte mecânica", onde o resultado obtido inicialmente deriva da combinação do conhecimento físico da luz e da sensibilidade dos haletos de prata na química, transformados em imagens pelo simples apertar de um botão. Contudo, aparentemente a incorporação de conhecimentos e ferramentas científicas pela arte parece mais clara atualmente, Zamboni (2001), explicita que grande parte das inovações tecnológicas não foram criadas com finalidades artísticas, mas incorporadas por ela como é o caso da fotografia. Outra aproximação da fotografia com a ciência é o status da primeira como "cópia do real", e da segunda como "verdade", muita disseminada e questionada no âmbito acadêmico.

5- Considerações Finais

A transitoriedade fotográfica entre a arte e a ciência denota não apenas aspectos técnicos necessários na obtenção da imagem como também conotam juízos de valores pouco questionados, onde a fotografia enquanto linguagem pode ser interpretada como testemunho da realidade. Conforme esclarece Muzardo (2010) A evolução tecnológica influencia tanto a maneira de se realizar as fotografias quanto às dimensões sociais das ciências implicadas na construção do conhecimento.

6- Referências

FABRIS, Annateresa. (org.) Fotografia: usos e funções no século XIX. São Paulo: USP, 1998.

MUZARDO, Fabiane. Fotografia: Arte ou Ciência? Domínios da Imagem. n.7. 2010. Disponível em: <http://goo.gl/aesEgc> Acesso em: 23 jun. 2016.

KUHN, Thomas. S. A estrutura das revoluções científicas. Trad. Beatriz Vianna Boeira e Nelson Boeira. São Paulo: Perspectiva, 2011.

ZAMBONI, Silvio. A Pesquisa em Arte: um paralelo entre arte e ciência. 2ªed. Campinas, SP: Autores Associados, 2001.

DESIGN GRÁFICO INCLUSIVO: PARÂMETROS PARA DESENVOLVIMENTO DE OBJETOS DE APRENDIZAGEM INFANTIS

*Marcos Airton Morasco Junior
Cassia Leticia Carrara Domiciano*

Palavras-chave: Design gráfico inclusivo, Objeto de Aprendizagem, Acessibilidade web

1. Introdução

Os Objetos de Aprendizagem (OAs) têm se apresentado como tendência, abrangendo o uso de tecnologias da informação, porém os exemplares existentes atualmente apresentam carência quanto à inclusão social e digital.

Em 2014, iniciamos pesquisas sobre os OAs e o Design Gráfico Inclusivo, desenvolvemos nosso primeiro objeto com foco inclusivo, "Os Poetas Especiais". Participamos do grupo de pesquisa "Design Gráfico Inclusivo: visão, audição e linguagem" e pretendemos dar continuidade à pesquisa iniciada, aprofundando-nos na teoria e na prática projetual aplicada, a fim de gerar conhecimentos para a área.

Quanto às ferramentas de aprendizagem infantil, o uso de atividades que estimulam o pensamento garantem maior envolvimento das crianças. Assim, FANTACHOLI (2013) afirma que brincar é uma importante forma de comunicação, em que a criança, tenha ela alguma necessidade educacional especial (NEE) ou não, tem sua imaginação estimulada, auxiliando a aprendizagem, a construção da reflexão, da autonomia e da criatividade. A produção de um OA como mudança do paradigma educacional encontra-se na exploração de suas possibilidades, pois são significativos auxiliares do processo de aprendizagem.

2. Objetivos

Além da inclusão digital, o desenvolvimento de projetos de design cada vez mais inclusivos, mostra que é possível a inserção dos OAs no cotidiano escolar. Os métodos de ensino-aprendizagem utilizados atualmente, em plataforma digital, são inclusivos? São eficientes para um perfil amplo de crianças? Como melhorá-los por meio do design gráfico? Assim, este projeto tem o objetivo de contribuir na elaboração de novos parâmetros para o desenvolvimento de plataformas de ensino que atendam a população com distúrbios da comunicação, aprendizagem e percepção, buscando inovações para o processo de ensino-aprendizagem, bem como seus métodos.

3. Materiais e métodos

Por meio de pesquisas bibliográficas nas áreas do design gráfico inclusivo, acessibilidade web e educação infantil, OAs serão apresentados a usuários com e sem NEE. A observação de campo norteará a definição de parâmetros aplicáveis a projetos futuros que visem a inclusão de um maior número de usuários possível.

A investigação científica embasa-se em 7 fases de desenvolvimento:

Pesquisa teórica; técnica ; referencial; de campo; observação dos resultados; conclusões e geração de parâmetros projetuais; realização de produto final.

Os procedimentos ocorrerão nas clínicas da FOB-USP e em escolas dispostas à aplicação, mediante autorização dos responsáveis. Após a explicitação da metodologia da atividade, o indivíduo utilizará os objetos e, será submetido às entrevistas, gerando os resultados finais.

4. Resultados, considerações e desdobramentos

Segundo PIAGET (1984), a faixa etária de 5 a 9 anos corresponde ao "Estágio das operações concretas", em que a criança remodela o seu pensamento, adquire a capacidade de realizar ações mais complexas. Assim, o público alvo inclui crianças de 6 a 10 anos. Com investigação sobre o desenvolvimento infantil e o design instrucional, destacam-se também, estudos de cada deficiência que acomete crianças em idade

escolar, suas características e limitações: os distúrbios da visão, da comunicação e da aprendizagem. O design e seu desenvolvimento em produtos inclusivos, assim como o levantamento de possibilidades de ferramentas inovadoras em acessibilidade, também foram explorados.

Salienta-se que pesquisas a respeito do tema devem ser cada vez mais recorrentes e assertivas a fim de colocar a tecnologia a serviço do usuário.

5. Referências

FANTACHOLI, F. N. Crianças com Necessidades Educacionais Especiais na Educação Infantil: Uma Perspectiva Histórico-Cultural. Maringá, 2013.

PIAGET, J. INHELDER, B. A imagem mental na criança. Porto, 1984.

A FICÇÃO CIENTÍFICA: ESTÍMULO PARA A CULTURA CIENTÍFICA.

*Maria Lara Baldi
Thiers Gomes da Silva*

Palavras-chave: Divulgação científica; Rádio; Ficção científica; Ouvinte.

A divulgação científica, além de ser propagada por meios de comunicação, também pode ser estimulada pela ficção científica, porém com o objetivo fundamental de provocar uma reflexão, podendo até incentivar uma efetiva consciência de cidadania no ouvinte. Logo, é importante a ocorrência planejada da divulgação científica porque a constante evolução / transformação da sociedade não ocorre plenamente no âmbito coletivo e, desse modo, alguns cidadãos, sentem-se excluídos por não ter as devidas condições para assimilar ou acompanhar o “progresso”.

Objetivos

Quanto aos objetivos desta pesquisa pretende-se contribuir com a proliferação da cultura científica, por meio da transmissão de programas radiofônicos que estimulem a cultura científica através das obras de ficção científica, logo a cultura científica através da ficção científica, transmitida pelo rádio, pode contribuir com informações úteis relativas ao motivo e às consequências das mudanças na sociedade.

Materiais e Métodos

Para operacionalizar as atividades que envolvem a produção desta pesquisa, os seguintes procedimentos metodológicos foram realizados conforme princípios e técnicas de Gil (2002, 2009), Marconi e Lakatos (2013), Michel (2005), Yin (2010) e Bardin (2009), que são descritos a seguir. Os prováveis ouvintes de rádio, que receberam este questionário, foram, primeiramente, motivados a se envolver com o assunto, isso com a finalidade de responder todas as questões, garantir uma cooperação participativa no trabalho minimizando a incidência do erro nas respostas.

Resultados e discussões

A divulgação científica por de programas radiofônicos pode ocorrer através da ficção científica, porém com o objetivo fundamental de provocar uma reflexão, podendo até incentivar uma efetiva consciência de cidadania na audiência. As atividades da proposta desta pesquisa são desenvolvidas para contribuir com os procedimentos de ensino aprendizagem. É proposta implícita neste trabalho viabilizar o amplo aprimoramento da formação conceitual e a habilidade técnica da graduanda coautora desta pesquisa.

Considerações finais

As obras de ficção científica, ao proporem os possíveis, ou então, os prováveis desdobramentos sociais como consequência dos avanços científicos, podem funcionar como incentivo a real cultura científica, além de servir de fonte de divulgação de descobertas e do devir das ciências. A proliferação da cultura científica, por meio da transmissão de programas radiofônicos sobre a ficção científica, pode induzir a sociedade a refletir sobre situações ou futuras consequências que possam interferir direta ou indiretamente no cotidiano social.

Referências Bibliográficas

- AMARAL, Adriana. Espectros da ficção científica – a herança sobrenatural do gótico no cyberpunk. BOCC – Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Niterói – RJ, 2008.
- ANDERY, Maria Amália et al. Para compreender a ciência – uma perspectiva histórica. 10ª ed. Rio de Janeiro: Espaço Tempo; São Paulo: EDUC, 2001.
- BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. Rio de Janeiro, RJ: Edições 70, 2009.
- GIL, Antônio Carlos. Estudos de caso - Fundamentação científica - Subsídios para coleta e análise de dados - Como redigir o relatório. São Paulo, SP: Atlas Editora. 2009.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Metodologia Científica. São Paulo, SP: Atlas Editora. 2015.

LUPETTI, Marcélia. Planejamento de comunicação. São Paulo: Futura, 2000.

MCLEISH, Robert. Produção de rádio – uma guia abrangente de produção radiofônica. São Paulo: Summus, 2001.

MICHEL, Maria Helena. Metodologia da pesquisa em ciências sociais: um guia prático para acompanhamento da disciplina e elaboração de trabalhos monográficos. São Paulo, SP: Atlas. 2005.

YIN, Roberto K. Estudo de Caso, Planejamento e Métodos. Rio de Janeiro, RJ: 2010.

OS DISCURSOS DA SAMARCO MINERAÇÃO PARA SUSTENTAR SUA REPUTAÇÃO

*Mariana Carareto Alves
Roseane Andrelo*

Palavras-chave: Reputação. Comunicação. Discursos. Crise. Samarco Mineração.

A comunicação é um dos fatores fundamentais para a formação, manutenção e sustentação da reputação organizacional. A reputação é o resultado dos comportamentos de uma organização, ao longo de anos, interpretados por seus públicos estratégicos e a comunicação permite construir relacionamentos com eles para dialogar sobre os princípios, processos e comportamentos organizacionais. Essa relação reflete em bons resultados por formar laços de confiança entre organizações e públicos. Dentre outros fatores, os laços são uma vantagem para a organização durante uma crise, pois, por ser um momento de inconsistência na relação com a sociedade e seus públicos, a reputação forte dá credibilidade em relação aos princípios e comportamentos, o que é importante para gerir e reverter o conflito e não causar impactos na performance a curto e longo prazo. A comunicação exerce um importante papel nesse momento por transmitir os diversos discursos organizacionais que visam esclarecer, informar e ser transparente em diversos meios e para diversos públicos. Destaca-se que a presença no ambiente on-line é fundamental para garantir esse processo, pois nele as informações são construídas por qualquer usuário e compartilhadas como uma verdade para inúmeras pessoas e o canal virtual oficial da organização ajuda a evitar informações erradas e garantir diálogo para esclarecimentos e transparência. Considerando esse cenário, foi realizada uma pesquisa para verificar como os discursos de uma crise são desenvolvidos no ambiente on-line pela organização para sustentar sua reputação. Em busca desse objetivo, desenvolveu-se uma análise de conteúdo a partir da categorização de notícias publicadas no site da Samarco Mineração sobre o acidente com sua barragem em Mariana (MG) em novembro de 2015. Foram analisadas 96 notícias durante os três primeiros meses de crise para verificar as principais temáticas e assuntos abordados. A análise apontou cinco temáticas utilizadas pela Samarco para se comunicar, são elas: temática social, abordada em 45 notícias com assuntos relacionados à população e o apoio as necessidades básicas; temática ambiental, verificada em 22 notícias que trataram sobre a degradação, os impactos ambientais e as soluções e ações desenvolvidas; temática organizacional, presente em 20 notícias com o objetivo de divulgar as ações que estão sendo realizadas a partir da construção de sentidos positivos sobre a organização; temática econômica, abordada em 5 notícias relacionadas à economia local e à atividade da Samarco; e, temática política, 4 notícias que informaram sobre o relacionamento com o governo e demais órgãos públicos. Os dados coletados apontam possíveis estratégias da Samarco para comunicar assuntos sensíveis que trouxeram impactos para a sociedade. Em relação à sustentação da reputação, a forma como eles foram desenvolvidos no período analisado pode refletir positivamente para a organização, porém, para essa comprovação, é fundamental uma análise profunda e a longo prazo da situação vivida pela mineradora. Apesar disso, constata-se que, se a organização tiver atitudes éticas e transparentes em seus discursos e no comportamento diário, o resultado para o futuro será benéfico para sua performance e permanência no mercado.

Referências

- COOMBS, W. T. *Ongoing Crisis Communication*. 4ª ed. Estados Unidos: Sage Publications, 2014.
- FOMBRUN, Charles J.; RIEL, Cees B.M.Van. *Fame & Fortune: how successful companies build winning reputations*. Upper Saddle River: Prentice Hall, 2004.
- VAN RIEL, C. B. M; FOMBRUN, C. J. *Essentials of Corporate Communication*. Inglaterra: Routledge, 2007.

VILAÇA, W. P. T. Estudo sobre comunicação organizacional em empresas: discurso para públicos ou diálogo com stakeholders? In: ORGANICOM. Ano 5, nº 09, p. 101-117. São Paulo: Gestcorp – ECA – USP, 2008.

VILLAFANE, J. La gestión de los intangibles empresariales. In: Comunicação e Sociedade. Vol. 8, p. 101-113. Braga, Portugal: CECS, Universidade do Minho, 2005.

CULTURA MIDIATIZADA E EDUCOMUNICAÇÃO: NOVOS PRESSUPOSTOS PARA A FORMAÇÃO DE "PROSSUMIDORES"

Mariana Ferreira Lopes

Palavras-chave: Educomunicação; Cultura Midiatizada; Audiências; Prossumidores

A midiatização da sociedade consiste em um processo interacional de referência que se debruça na “[...] na teoria de que a sociedade constrói a realidade social através de processos interacionais pelos quais os indivíduos e grupos e setores da sociedade se relacionam” (BRAGA, 2012, p.39). Ao proporcionar novas formas dos sujeitos serem e estarem no mundo, tal processo acaba também por gerar mudanças no status das audiências em sua relação com o universo comunicativo.

José Luiz Braga (2012) discute a questão da circulação de sentidos em um contexto midiatizado e seu consequente fluxo adiante. Tais fundamentos advêm das reflexões dos pressupostos de estudos de comunicação sobre papel do receptor. Se antes a circulação era entendida com base na total correspondência entre o que era emitido e aquilo que era apreendido, hoje já é instituída no campo comunicacional a atividade das audiências. Desta forma, o autor nos convida a pensar a noção de circulação a partir de uma visão mais ampliada, na qual se reconhecem a produção de sentido, bem como os desvios que se produzem na apropriação de significados. Assim, estabelece-se que a recepção não se restringe à relação direta dos sujeitos com a mensagem, mas se alarga e passa abranger outros espaços e formas.

A prerrogativa de tal fluxo adiante se conjuga com as discussões realizadas por Guillermo Orozco-Gómez. O autor defende a ampliação do tempo/espaço da recepção ao sustentar que se trata de um processo anterior e posterior ao contato imediato entre audiência e mídia e que se intensifica neste novo cenário ao qual Orozco-Gómez (2014, p.58) denomina de mediação comunicacional contemporânea “[...], então, entendida sinteticamente como essa passagem de ser audiências caracterizadas por atividades de recepção a fim de tornar-se audiências definidas pelas características de criação, produção e emissão”. Ou seja, trata-se, agora, do que o autor denomina de “prossumidores”.

Assim sendo, o presente trabalho objetiva a reflexão sobre as novas funções para o campo que emerge da interdisciplinaridade entre Comunicação e Educação, a Educomunicação, tendo em vista o novo papel das audiências em um contexto de cultura midiatizada. Partimos do desafio lançado por Orozco-Gómez, para quem as ações de educação para a comunicação já não devem mais centrar-se na formação de receptores críticos, pois “os novos participantes na comunicação têm de aprender a ser comunicadores. E isso é um desafio complexo, político, cultural e sócio-econômico, mas que começa com a comunicação e a educação” (OROZCO GÓMEZ, 2014, p.33).

A revisão de literatura em torno da Cultura midiatizada, do papel das audiências e da Educomunicação nos aponta para a necessidade de ações e reflexões sobre a relação entre Comunicação e Educação fortalecerem a atividade do receptor. Ismar de Oliveira Soares nos explica que parte das práticas de educação para a comunicação na América Latina se filiam ao seu recém-sistematizado protocolo mediático. Em suas palavras (2014, p.18), “o foco desta vertente não é a mídia, em si, mas o processo comunicativo” e que tem como base “a luta do Movimento Social pela universalização do direito à comunicação trabalhando para garantir a todos os sujeitos sociais, pela educação o ‘acesso a palavra’ tradicionalmente negado aos mais pobres e excluídos”.

Referências Bibliográficas

BRAGA, J. Circuito versus campos sociais. In: JANOTTI JUNIOR, J.; MATTOS, M.; JACKS, N. (orgs). Mediação & Midiatização. Salvador: EDUFBA; Brasília, Compós, 2012, p. 31-52.

OROZCO GÓMEZ, G. Recepção midiática, aprendizagens e cidadania. São Paulo: Paulinas, 2014.

SOARES, I. O. Educomunicação e educação midiática: vertentes históricas de aproximação entre comunicação e educação. In: Comunicação e Educação, São Paulo, v. 19, n. 2, 2014, p. 15-26.

CONTEÚDOS TELEVISIVOS EM PLATAFORMAS DIGITAIS: UMA ANÁLISE DA PARTICIPAÇÃO DOS PÚBLICOS NA FANPAGE DA TV UNESP

Mariane Frascareli Lelis

Palavras-chave: Convergência; Digitalização; Cultura da participação; Redes sociais; TV Unesp.

(1) Breve descrição da pesquisa

Pretende-se identificar o grau de participação dos espectadores da TV Unesp por meio da fanpage da emissora a partir de um levantamento de dados que aponta o número de envolvimento (curtidas e compartilhamentos) dos públicos nas categorias macro de programas da emissora.

(2) Objetivos

Refletir sobre a temática da participação/interação dos públicos de conteúdos televisivos diante do fenômeno da convergência que vem promovendo transformações culturais.

(3) Material e métodos

A metodologia utilizada será a de pesquisa bibliográfica, referente às temáticas de cultura da convergência, convergência midiática, estudos sobre televisão e cultura da participação. Também será utilizada a pesquisa documental por meio de um relatório elaborado pela própria emissora com o intuito de identificar alguns pontos estratégicos para análise e reflexão.

(4) Resultados e discussões

A televisão é o veículo de comunicação de massa mais representativo no Brasil e, tradicionalmente, o modelo de comunicação universal. Porém, com o surgimento do sistema digital de televisão as mudanças não se limitaram apenas ao desenvolvimento tecnológico, mas também à ascensão da interatividade com o público televisivo. As novas plataformas de mídias digitais permitiram com que a cultura participativa se disseminasse, pois “o público, que ganhou poder com as novas tecnologias e vem ocupando um espaço na intersecção entre os velhos e os novos meios de comunicação, está exigindo o direito de participar intimamente da cultura” (JENKINS, 2009, p. 53). Segundo Machado Filho e Ferreira (2012), a TV Unesp coloca em prática um potencial de cidadania ao se dirigir aos seus públicos sem qualquer tipo de vínculo comercial e político, além também de possuir transmissão simultânea de sua programação via internet. Com o conhecimento sobre a implantação do projeto multiplataforma, foi selecionada a amostra desta pesquisa a partir de um levantamento de dados feito com base no envolvimento dos internautas/fãs dos programas da TV Unesp nas plataformas digitais da emissora. O levantamento foi feito pela própria emissora considerando as últimas dez publicações de cada programa, tendo como data limite o dia 14 de dezembro de 2015. Trata-se de uma média do envolvimento (curtidas e compartilhamentos) das publicações de cada programa.

(5) Considerações finais

Integrar as mídias públicas às novas plataformas digitais, gerando resultados positivos quanto à participação/interação dos internautas/fãs é uma ação que demanda planejamento, estudo e estratégia por parte dos produtores e idealizadores dos conteúdos veiculados. As análises apontaram a necessidade de pensar nas estratégias que a cultura da convergência possibilita ao aliar televisão e internet. Um exemplo básico comparativo de duas ações feitas em publicações na fanpage da TV Unesp já aponta alguns indicativos do que pode ser feito enquanto diferenciação de postagens para maior participação dos fãs.

(6) Referências bibliográficas

ANGELUCI, A. C. B. Características e habilidades no ambiente digital: a cultura participativa sob os aportes de Jenkins e Murray. In: Comunicação & Inovação, PPGCOM/USCS, v. 15, n. 29 (51-60) jul-dez 2014. Disponível em: <<http://migre.me/ueGMV>> Acesso em: 20 nov. 2015.

JENKINS, H. Cultura da Convergência. São Paulo: Editora Aleph, 2009.

MACHADO, A. A televisão levada a sério. 2. ed. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2001.

MACHADO FILHO, F.; FERREIRA, M. F. TV pública e TV privada no Brasil: caminhos opostos na migração digital. In: XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2012, Fortaleza. Anais eletrônicos. Fortaleza: Intercom, 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-1176-1.pdf>> Acesso em: 07 jan. 2016.

PERASSI, R.; GIGLIO, K. A televisão em transição: olhar sobre o processo de convergência digital da mídia. In: Revista Alceu. Rio de Janeiro, v. 14, n. 28, p. 102-116, jan./jun. 2014.

COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO: DISCUSSÕES DE UM ESTUDO EM ANDAMENTO

Mariany Granato

Palavras-chave: Conectivismo; Fenômenos comunicacionais; Educação

A interface entre os estudos de comunicação e educação é fonte rica em estudos, pois estão presentes na maioria das relações humanas e são fatores inerentes à sobrevivência. Este resumo expandido pretende explorar brevemente questões teóricas sobre os fenômenos comunicacionais e sua influência na educação a partir do conectivismo. Tendo em vista a afirmação de que as novas formas de interação digital ampliam a divulgação de informações em rede, assim como as possibilidades de transmissão de conteúdo educativo para o público interessado.

Com a crescente globalização, as tecnologias de comunicação e informação têm ganhado espaço no compartilhamento de informações e conhecimento por meio da utilização de suas ferramentas. Vistas como recursos tecnológicos integrados entre si, proporcionam, por meio de softwares e hardwares, automação e comunicação dos processos de pesquisa científica, por exemplo, como no ensino e aprendizagem.

Para Siemens (2005) até alguns anos atrás, os aprendizes, após completarem os estudos regularmente, seguiriam uma carreira até o fim da vida, no momento em que o desenvolvimento de informação e conhecimento eram considerados lentos. No entanto, na contemporaneidade, esses princípios fundamentais foram alterados, pois o conhecimento tem sido acelerado em alta frequência, por dar a possibilidade de ter contato com diferentes campos de conhecimento durante a vida; considerar a aprendizagem informal, de diversas maneiras, como aspecto significativo em nosso processo de aprendizagem; entender o conhecimento como processo contínuo, por toda a vida, dentre outros pontos.

A crítica do autor, relacionada ao processo de aprendizagem é de que as teorias desta área estão focadas somente no processo e esquecem-se do que se é aprendido. Assim, o conectivismo relaciona-se com o entendimento de que as decisões são baseadas em fundamentos alterados rapidamente enquanto as novas informações são adquiridas.

Objetivos: discutir o conectivismo perante processos de ensino aprendizagem à luz das teorias de estudiosos da área.

Material e métodos: para o desenvolvimento deste resumo utilizou-se a metodologia de levantamento bibliográfico.

Discussão e considerações

Os estudos e interfaces entre as áreas do conhecimento da educação e comunicação são consideradas inesgotáveis, para Kenski (2008), pois, entre outros motivos, são exigidos em todos os campos de relação humana. Com a possibilidade de relacionar as tecnologias digitais neste processo, pretende-se compreender em que medida influenciam os processos educativos.

Sabe-se que as novas formas de interação digital favorecem a ampla divulgação de informações e cooperação em rede, permitindo a existência de propostas e projetos colaborativos online, por exemplo, impulsionando a transmissão do saber para diversos públicos.

Ainda pra Kenski (2008), o excesso de informação permite o estabelecimento de novos mediadores, podendo ser considerados educadores, quando vistos na orientação e não direção do processo de construção do grupo e, ao mesmo tempo, comunicadores sob o viés da produção de diálogo e intercomunicação entre os envolvidos no debate.

Pretende-se, portanto, aprofundar os estudos no sentido de entender a relação real entre o conectivismo e suas possibilidades de atuação na educação como teoria estabelecida.

Referências bibliográficas

KENSKI, V. M. Educação e comunicação: interconexões e convergências. Revista Educação Social, Campinas, v. 29, n.104 – Especial, p.647 – 665. Disponível em <
<http://www.scielo.br/pdf/es/v29n104/a0229104.pdf>>

SIEMENS, G. Connectivism: a learning theory for the digital age. (2005) Disponível em <
http://www.itdl.org/Journal/Jan_05/article01.htm>

Zapata, M. (2011) ¿Es el "conectivismo" una teoría? ¿Lo es del aprendizaje? [en línea. Disponível em <
<http://blogcued.blogspot.com.es/2011/09/es-el-conec-tivismo-una-teoria-lo-es-del.html> [consulta 2012, 09 de diciembre>

MÍDIA E FÃ PASSIONAL: UM OLHAR SOBRE A COBERTURA DO CASO ANA HICKMANN

*Marina Darcie
Maria Cristina Gobbi*

Palavras-chave: Mídia; Cobertura Midiática; Ídolo; Fã.

São fãs aqueles que acompanham a vida de alguns artistas ou determinados conteúdos com diferentes níveis de envolvimento. O que caracteriza a atividade de fã é "(...) o alto investimento de sensibilidade em relação tanto à imagem quanto à obra do ídolo" (MONTEIRO, 2005, p.3). A autora afirma que os estudos desenvolvidos no contexto pós II Guerra Mundial mostravam um receptor passivo no processo comunicativo e, por conta disso, a construção de ídolos era quase sempre resultado da publicidade na perspectiva da "transformação da arte em mercadoria" (p.2). Isso fez com que o processo de projeção desses, nos moldes da sociedade, fosse tratado pela ótica "(...) da alienação e padronização" (p.2). A consequente atenção que se tinha para a figura do fã não era dedicada a compreender os processos sócio-comunicativos que estavam presentes na sua relação com um ídolo. Bandeira (2009, p.9) mostra que os fãs foram considerados pela academia – e talvez continue sendo pelo mercado e sociedade – como pessoas "(...) que investem tempo e energia excessivos em torno de seus objetos de idolatria e são tão emocionalmente envolvidas com eles que seriam incapazes de separar realidade e fantasia".

A midiaticização por trás da relação ídolo-fã reflete no comportamento social e um exemplo recente desta realidade foi a cobertura jornalística sobre o atentado de um fã contra a apresentadora Ana Hickmann, no dia 21 de maio de 2016 e a comoção social gerada a partir do episódio. Através de levantamento bibliográfico, coleta e análise qualitativa de reportagens publicadas entre os dias 21 de maio e 10 de junho em sites (dez reportagens e cinco portais de notícias), esse trabalho problematizou as relações sócio-midiáticas na construção do imaginário coletivo sobre a imagem do fã. Das reportagens coletadas, concluiu-se que, no geral, a imagem perpetuada foi de "aberração" – termo estampado no título da matéria do portal G1 publicada dia 22 de maio. Em todas as matérias investigadas, o fã é considerado perigoso.

Na bibliografia levantada, muitas vezes, o fã foi relacionado a desvios mentais e descontrole. Suas atividades estão quase sempre ligadas à tietagem ou a comportamentos agressivos. Quatro de dez matérias reproduzem isso ao comparar este caso a outros semelhantes na história, como o assassinato do cantor John Lennon ou o atentado a Jodie Foster, além de mencionar outros artistas que receberam ameaças de fãs, como Justin Bieber e MileyCyrus.

Finalmente, é necessário reforçar que esse tipo de cobertura, feita por diversos portais, é bem aceita socialmente e provoca grande comoção coletiva. Por exemplo, uma das reportagens analisadas, publicada no dia seguinte ao ocorrido sob o título "Audiência: entrevista exclusiva com Ana Hickmann dá liderança isolada ao Domingo Espetacular" mostra a repercussão geral do caso em todo país, especialmente considerando que a televisão ocupa, informações amplamente divulgados, mais de 90% dos lares (de acordo com os dados da matéria, uma entrevista com a celebridade, veiculada no dia do atentado pela Rede Record, teria alcançado 22 pontos de audiência). Soma-se a esse contexto a quantidade de hashtags que agrupavam mensagens de solidariedade à Ana Hickmann e sua família nas redes sociais e o repúdio coletivo ao ato do agressor através de diversos canais da internet.

Referências

Audiência: entrevista exclusiva com Ana Hickmann dá liderança isolada ao Domingo Espetacular. Disponível em <http://cabinecultural.com/2016/05/23/audiencia-entrevista-exclusiva-com-ana-hickmann-da-lideranca-isolada-ao-domingo-espetacular/> Acesso jun/2016.

BANDEIRA, A. C. "Don'ttell me what I can't do!": as práticas de consumo e participação dos fãs de Lost. Disponível em <http://repositorio.pucrs.br/dspace/handle/10923/2152> Acesso mar/2016.

MONTEIRO, T. J. L. Entre patologia e a celebração: a questão do fã em uma perspectiva histórica. XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação/Uerj, 2005.

LABORATÓRIO AUDIOVISUAL: CURTA-METRAGEM INTERATIVO

*Mateus Filippini Caetano de Mello
Sillas Carlos dos Santos
Leandro da Silva Freitas
Antonio Francisco Magnoni*

Palavras-chave: Experimentação; interatividade; audiovisual

O Laboratório Audiovisual é um grupo de estudos dos bolsistas e voluntários do Programa Interdisciplinar de Educação Tutorial de Rádio e TV (PET-RTV), e tem como objetivo ser uma plataforma de experimentação das mais diversas linguagens audiovisuais, de forma a capacitar os integrantes sobre as tendências do mercado audiovisual, assim como, oferecer embasamento teórico e explorar novas possibilidades criativas e profissionais.

Neste trabalho apresentamos estudos em relação ao atual projeto do grupo: Um curta-metragem interativo, que tem como propósito abordar de forma bem humorada e crítica assuntos como política e sexualidade, estabelecendo como aporte teórico questões relativas à produção multimídia, interatividade, destacando a relação das novas mídias com a produção audiovisual contemporânea em seu cenário de convergência.

Busca-se, nesta pesquisa, aplicar a teoria aprendida através dos grupos de discussão à prática da realização do produto audiovisual. O trabalho é desenvolvido em duas partes, sendo a primeira o embasamento teórico e a segunda, a aplicação prática.

Primeiramente, discutiu-se conceitos sobre interatividade, narrativa transmídia e cultura da convergência, além de ser feito o levantamento de produções já existentes deste mesmo formato. Neste período também houveram encontros semanais que tinham como objetivo familiarizar os integrantes dos projetos que não eram estudantes do curso de Rádio e Tv com os aspectos da produção audiovisual tais como edição, roteiro, direção de arte, som e fotografia. Os encontros aconteceram duas vezes por semana durante aproximadamente um semestre. Um destes encontros era dedicado ao estudo da teoria sobre interatividade, transmídia e outros aspectos do atual contexto da produção audiovisual, enquanto o outro era espaço de troca de experiências e apresentação dos aspectos da produção audiovisual citados.

Atualmente, o projeto encontra-se na sua segunda fase. Nesta, a equipe se dividiu em diferentes áreas do audiovisual para roteirizar e produzir o curta interativo. Em cada uma destas áreas, designou-se ao menos um estudante do curso de Rádio e Tv com o objetivo de auxiliar os demais integrantes.

O atual trabalho tem sido gratificante ao proporcionar aos membros do PET-RTV a oportunidade de explorar as novas possibilidades de produção audiovisual no atual contexto de advento das novas mídias. Neste momento do projeto, após sua roteirização, podem-se perceber as relevantes diferenças da produção de um curta interativo para um curta metragem tradicional, assim como sua capacidade de entreter e informar o espectador de forma eficaz e diferente de uma produção tradicional.

Pretende-se agora, finalizar o curta e veicula-lo no YouTube, aproveitando-se das possibilidades oferecidas pela plataforma, sendo que o formato será justamente para um curta interativo, em que o espectador decide de qual jeito a personagem deve agir.

Referências bibliográficas

LEMOS, L.M.P. Produção Transmídia e Ficção Televisiva Ibero-Americana. Comunicação & Educação, São Paulo, v. 20, n. 1, p. 155-159, Maio 2015. ISSN 2316-9125. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/90225/96724>>. Acesso em: 23 de julho de 2016.

MARQUES, J.A; CARDOSO; C.M. Interatividade: conceitos e aplicações. XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Recife. Setembro 2011. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-2407-1.pdf>> . Acesso em 23 de julho de 2016.

OLIVEIRA, T. Arquitetura de uma narrativa transmídia: Análise do jogo de realidade alternada Zona Incerta. Revista Mediação, Belo Horizonte, v. 15, n. 16, p. 1-20, Janeiro 2013. ISSN 2179-9571. Disponível em: <<http://www.fumec.br/revistas/mediacao/article/view/1440/pdf>> . Acesso em: 23 de julho de 2016

ZANI, R. Cinema e narrativas: uma incursão em suas características clássicas e modernas. Conexão-Comunicação e Cultura. Caxias do Sul: UCS, v. 8, n. 15, 2009.

UNA: A PAUTA FEMINISTA NO JORNALISMO DE REVISTA

*Mayara Crepaldi Chaves
Vitor Reghine Manfio*

Palavras-chave: Jornalismo especializado; Revista UNA; Técnicas jornalísticas; Feminismo.

1 Breve descrição da pesquisa

Este trabalho apresenta uma produção jornalística que alia duas características do meio revista: uma linguagem próxima dos interesses dos leitores e as técnicas jornalísticas em um produto especializado, que envolvem apuração e pauta – focos desta pesquisa – e, posteriormente, a seleção de fontes, as entrevistas, a redação e a edição. A partir desses conceitos, foi elaborada a revista digital “UNA”, em edição experimental, que visa explorar temáticas feministas – ainda pouco recorrentes – com um aprofundamento jornalístico de qualidade.

2 Objetivos

A pesquisa tem como objetivos:

- a) exercitar a técnica jornalística de planejamento de pauta;
- b) apreender como as questões feministas podem ser abordadas pelo jornalismo de revista em um produto especializado.

3 Material e métodos

O presente projeto se iniciou por meio da apuração das temáticas feministas que eram disponibilizadas e das que não tinham espaço nos veículos já existentes, principalmente, na Internet. Segundo Scalzo (2003), um bom material jornalístico requer um maior número de informações disponíveis.

Após a computação dessas informações, pôde-se avançar no processo de elaboração das pautas. Medina (2008) indica, com base nas leis do alemão Otto Groth, que existem quatro princípios que proporcionam um olhar diferenciado: atualidade, periodicidade, universalidade e difusão.

A partir desses conceitos, definiu-se cinco editorias (S.O.S., Relacionamento, Comportamento, Cotidiano e Sexo) e três seções (Direitos Já!, Una-se e #EssaSouEu). Por ser uma edição experimental, elaborou-se oito pautas, que são, respectivamente, sobre depressão pós-parto, relacionamentos abusivos, publicidade sexista, machismo na Língua Portuguesa, educação sexual, licenças maternidade e paternidade e revenge porn, apresentação do movimento feminista na visão de uma leitora e a essência da beleza feminina.

4 Resultados e discussões

Apesar de já explorados em outros veículos, os assuntos escolhidos ainda são uma realidade para muitas mulheres. Por isso, para Viezzer (1989), dissertar sobre o feminismo é fundamental para que os seres humanos não se diferenciem física ou intelectualmente perante os gêneros.

Assim, no processo de construção das reportagens, entrou-se em contato com pessoas que assimilassem ou seguissem essa filosofia de vida. Ao total, foram utilizadas 24 fontes, o que demonstra a pluralidade de conceitos.

Posteriormente, no momento das entrevistas, tornou-se crucial compreender esta técnica, a fim de estabelecer a relação repórter-fonte-receptor. Dessa maneira, a fonte tem a oportunidade de passar toda a experiência sobre determinado assunto. (MEDINA, 2008).

No decorrer da redação das reportagens, houve um embasamento no feminismo e no empoderamento da mulher perante a cultura patriarcal que ainda se faz presente na sociedade.

5 Considerações finais

A elaboração deste trabalho se resume em uma palavra: desafiador. Isso porque abordar as pautas feministas no jornalismo de revista aliado com o universo digital é uma prática não muito comum no

cenário atual, já que as produções que seguem essa linha editorial não apresentam, a nosso ver, um aprofundamento jornalístico de qualidade. Dessa forma, acredita-se que a “UNA” demonstra possibilidades de abordagens para temáticas feministas com uma linguagem e enfoque adequados aos interesses dessas mulheres, ao mesmo tempo em que contribui para desmitificar o feminismo e apresentar visões críticas de especialistas e experiências das fontes-personagens sobre temas do cotidiano. É um desafio para os jornalistas essa abordagem e também é necessário que haja espaços para esse debate. A revista “UNA” pode ser um desses espaços em meio digital.

6 Referências bibliográficas

MEDINA, Cremilda de Araújo. Entrevista: o diálogo possível. São Paulo: Ática, 2008.

SCALZO, Marília. Jornalismo de Revista. São Paulo: Editora Contexto, 2003.

VIEZZER, Moema. O problema não está na mulher. São Paulo: Cortez, 1989.

DESAFIOS À ÉTICA JORNALÍSTICA: A ARTICULAÇÃO DE CONTEÚDOS ENTRE OS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO E AS REDES SOCIAIS DIGITAIS

Mayra Fernanda Ferreira

Palavras-chave: Jornalismo; Ética; Veículos de comunicação; Redes sociais digitais.

A sociedade em rede (CASTELLS, 2002) traz ressignificações para a produção de notícias e para a profissão jornalista. Na defesa de que esse profissional ainda é o mediador das informações que atualmente estão disponíveis on-line, Bucci (2006) aponta os desafios ao jornalismo na mídia digital: buscar informação, agregar valor à informação e relativizar a informação e contar com a participação do público. Tais desafios se avolumam diante do conceito de prosumer (TOFFLER, 1980), uma vez que as funções de produtor e consumidor se mesclam, já que ocorre um certo empoderamento do público diante das ferramentas de comunicação. Dentro dessa perspectiva, observa-se a articulação entre pautas e reportagens, veiculadas nos meios tradicionais, como rádio, TV e impresso, e conteúdos publicados em redes sociais digitais. Seja por meio da repercussão de assuntos, publicizados pelos usuários da rede ou pela crítica e, até mesmo, correção de conteúdos veiculados, percebe-se uma complementariedade entre os meios, sem que isso represente um planejamento noticioso. Desse fato, emergem os desafios de manter a missão jornalística de compromisso com a verdade e com o interesse público (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003), sem ignorar o potencial crítico e de produção de conteúdo desse público das redes.

A partir da observação de algumas notícias que tiveram sua origem ou sua continuidade de abordagem nas mídias digitais, é possível suscitar alguns questionamentos, tais como: as redações dos veículos tradicionais estão preparadas para um volume informacional que chega de diversas fontes? Qual o impacto na apuração e na edição jornalísticas? Como assegurar o direito à informação e à liberdade de expressão, independente do meio? Para problematizar essas questões, apresentamos o estudo de um caso de uma reportagem veiculada pelo telejornal “Bom Dia Brasil” sobre o programa Ciência Sem Fronteiras, em 11 de maio de 2015, na qual uma das fontes, logo após a exibição, questionou a edição de sua entrevista, a qual dava uma conotação equivocada sobre o programa do governo e da conduta da estudante entrevistada. Esse questionamento foi postado em seu perfil no Facebook e gerou um engajamento, no sentido de curtidas e compartilhamentos. Devido ao alcance da postagem da estudante e a repercussão da mesma tanto em relação ao programa quanto ao telejornal, a edição do jornalístico na mesma semana fez uma retratação.

Embora seja um exemplo que envolva questões pertinentes ao exercício jornalístico como a ética profissional e o direito de resposta, e que merecem um olhar atencioso e crítico, torna-se necessário compreender como a manifestação em uma rede social digital promove um debate sobre o jornalismo e seus conteúdos, bem como garante a expressividade em um espaço que se propõe livre, democrático e interativo (CASTELLS, 2002). Desse modo, as opiniões que circulam em rede colocam em xeque a credibilidade jornalística, de veículos de comunicação, seus produtos e jornalistas. A função de mediador da informação que cabe ao jornalista, assim como a busca pela verdade com isenção, torna-se alvo de questionamentos públicos e pertinentes a fim de repensarmos a função social do jornalismo e seu posicionamento ético, sem negligenciar as opiniões que circulam on-line sobre as notícias e temas potencialmente noticiáveis.

Referências

BUCCI, Eugênio. O papel da mídia na sociedade digital. Jornalismo Sitiado. v. 2. Curadoria: Eugênio Bucci e Sidnei Basile. São Paulo: Fundação Padre Anchieta/ Log On Editora Multimídia LTDA/ CPFL Campinas. 2006. 1 DVD (207 min), NTSC, color, fullscreen.

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede – A era da informação: economia, sociedade e cultura. Volume 1, 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. Os elementos do Jornalismo. Tradução: Wladir Dupont. São Paulo: Geração editorial, 2003.

TOFFLER, Alvin. A terceira onda. Tradução: João Távora. 16. ed. Rio de Janeiro: Record, 1980.

O CAMPO AUDIOVISUAL E SEUS CONSAGRADOS: O CASO DE PRODUÇÃO CULTURAL NO BRASIL

Michelle Moreira Braz

Palavras-chave: Produção cultural no Brasil; produtores audiovisuais; campo audiovisual.

Produção cultural no Brasil é um produto multimídia que compila uma série de entrevistas de produtores, gestores, mecenas e realizadores atuantes em diversos campos de promoção à cultura brasileira. Por meio do corpus, procuramos investigar como 13 agentes do campo audiovisual - no caso, já consagrados - se posicionam dentro do microcosmo. Para a concretização deste estudo foram utilizados os conceitos de habitus, campo, *illusio*, sistema de crenças e tomadas de posição arquitetadas pelo vigoroso trabalho de Pierre Bourdieu, assim como outras pesquisas de Sociologia da Cultura.

Das 101 entrevistas presentes na primeira etapa do projeto Produção cultural no Brasil, os organizadores da empreitada classificam 13 entrevistas voltados ao campo audiovisual. Os 13 participantes entrevistados correspondem aos mais diversos agentes dentro do campo: desde um catering que trabalhou em filmes da Xuxa (Sergipe), passando pelo ex-diretor da Embrafilme e secretário de cultura de São Paulo (Carlos Augusto Calil) até agente da indústria cultural (Luiz Carlos Barreto) ou mais “eruditos” (Cao Guimarães, que se intitula “cineasta experimental”).

De acordo com Teixeira Coelho (2004), na obra *Dicionário de Cultura*, o produtor cultural é caracterizado como “agente cultural e intermediário cultural”. Cabe, assim, para este profissional a “administração das artes e da cultura criando as condições para que outros criem ou inventem seus próprios fins culturais. Atua mais junto ao público do que próximo ao produtor cultural. Ou seja, faz a ponte entre a produção cultural e seus possíveis públicos”. Já o pesquisador Marcondes Filho (2006) define o produtor como “a embreagem entre o criador primeiro e o público alvo”, isto é, um intermediário entre o campo de produção e o campo de difusão.

Como nos respaldou Pierre Bourdieu, além dos pesquisadores como Sergio Miceli e Hermano Thiry-Cherques, para o desvendamento da articulação social de um campo é necessário o exercício contínuo e intenso sobre a vertebração interna entre os jogos de solidariedade e conflitos dentro do microcosmo, ademais das relações de interdependência que tal campo possui com outros.

Dentre os resultados obtidos pela pesquisa, todos os agentes investigados em nosso corpus insistem – em distintas perspectivas – que o Brasil precisa rever, “mudar regras” e afrouxar a burocracia no campo audiovisual, bem como nos demais campos da cultura. Entretanto, não há um consenso entre os entrevistados de qual é o papel do patrocinador e do patrocínio, uns até o intitulam de “mal necessário”.

Sobre as particularidades da profissão, muitos agentes acreditam que o produtor necessita de uma relação de cumplicidade, além de entendimento estético, para ser um “bom produtor” em audiovisual. Fatores como “tato social”, “empreendedorismo” e capacidade de gestão são outras características elencadas. Os entrevistados também identificam melhorias significativas nas últimas décadas com relação à profissionalização do campo, além das facilidades tecnológicas. Nesta seara, e especificamente sobre a formação, muitos agentes defendem a criação de cursos de capacitação e/ou universidades com cursos de graduação, o que poderia favorecer a cadeia produtiva brasileira em bens culturais.

A FOTOGRAFIA NOS QUADRINHOS: DIÁLOGOS IMAGÉTICOS

Monique dos Santos Nascimento

Palavras-chave: quadrinhos; fotografia; narrativa

Cagnin (2014) elenca os elementos constituintes das histórias em quadrinhos como sendo as imagens ou figuras e o texto, apresentado na forma de balão, legenda e onomatopeia. Essas imagens ou figuras, entretanto, são comumente vistas apenas como desenhos ou ilustrações. De fato, o autor assinala que alguns quadrinistas e leitores têm resistência em aceitar a fotonovela como história em quadrinhos por exemplo. Groensteen (2015) analisa que o próprio termo *bande dessinée* (banda desenhada – denominação das histórias em quadrinhos no francês) – induz a uma percepção restritiva de que a imagem será necessariamente um desenho, parecendo eliminar, à primeira vista, recursos fotográficos, tipográficos ou mesmo a pintura. Para o autor francês, no entanto, a condição necessária, se não a única, para se falar sobre quadrinhos é o que ele chama de solidariedade icônica, ou seja, a conexão que uma pluralidade de imagens mantém umas com as outras. A partir disso, entendendo que a fotografia é um recurso possível e já utilizado em diversas histórias em quadrinhos, utilizaremos os conceitos de Paim (2013) sobre o diálogo entre quadrinhos e fotografia. O autor define três formas de perceber a relação entre a fotografia e a narrativa: a temática, a estilística e a técnica. A temática, como o nome indica, diz respeito às obras em que a fotografia ou o fotógrafo são tema principal ou coadjuvante. A estilística se refere a narrativas que se apropriam de elementos da técnica fotográfica e a partir desses elementos criam uma técnica narrativa correspondente. O autor afirma que essa relação tem critérios de avaliação subjetiva geralmente, pois uma técnica ao ser transposta em linguagem tende a perder a relação com a linguagem original e começa a funcionar de forma integrada à nova linguagem da qual passa a pertencer. O último tipo de relação é aquele que compreende a fotografia como recurso técnico, utilizando-a como parte das estratégias narrativas, isto é, inserida em meio ao texto. Utilizaremos essas categorias aplicadas às histórias em quadrinhos para observar de que forma as fotografias dialogam no contexto dessa arte sequencial, seja na estética ou na narrativa, e os efeitos produzidos a partir disso. Para tal, o pensamento de Barthes (1984) sobre a fotografia como referência e as contribuições de Sontag (2014) na área serão abordados.

Referências Bibliográficas

- BARTHES, Roland. *A câmara clara: nota sobre a fotografia*. Trad: Júlio Castañon Guimarães. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- CAGNIN, A. L. *Os Quadrinhos: um estudo abrangente da arte sequencial: linguagem e semiótica*. São Paulo: Criativo, 2014.
- GROENSTEEN, T. *O Sistema dos Quadrinhos*. Trad. Érico Assis. Nova Iguaçu, RJ: Marsupial Editora, 2015
- PAIM, A. M. *A fotografia na história em quadrinhos*. Revista Letrônica, Porto Alegre, jan/jun 2013. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/letronica/article/viewArticle/13391>>.
- SONTAG, S. *Sobre Fotografia*. Trad: Rubens Figueiredo. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

A ESTRUTURAÇÃO MIDIATIZADA DA PERVERSÃO: CASO AYLAN KURDI

Muriel Emídio Pessoa do Amaral

Palavras-chave: Comunicação; Mdiatização; Perversão; Reverberação

Essa pesquisa analisa a relação existente entre a midiatização e o fomento de perversões nas práticas comunicacionais. Para isso, é importante reconhecer a perversão como um discurso social, não limitando-se em apenas acreditar que o fomento das perversões é renitente às construções imagéticas e verbais, mas há participação dos interlocutores na formação de sentido para a circulação e reformulação de conteúdos perversos. Como objeto empírico, essa pesquisa se apropria das imagens do menino sírio Aylan Kurdi, morto em 2015 num naufrágio após sair da Síria rumo à Europa. As fotografias que retratam Aylan reverberam em mundialmente expondo a espetacularização da morte, a fragilidade do sistema político que não contempla os indivíduos enquanto atores sociais participantes do espaço social e a formação de estruturas da comunicação para o fomento de perversões.

Para a psicanálise, as perversões são estruturas do psiquismo elaboradas a partir do desejo de gozo para além do recalque, ou seja, é a construção que busca o prazer de tal forma que não reconhece as relações de poder. No campo social, a psicanálise reconheceu as perversões pela ausência de alteridade e pela compreensão do outro como instrumento para o gozo e usufruto, uma intenção presente na comunicação.

O primeiro momento de estruturação da perversão é a espetacularização da morte e a exposição hostil de uma figura frágil. As imagens de Aylan morto foram travestidas de denúncia social acerca das atrocidades que a Síria enfrenta, todavia limitaram-se à geração de olhares especulares sobre a desgraça e o infortúnio alheio. A construção imagética dessas fotografias atende apenas à manutenção da exposição da morte enquanto um discurso persistente nas atividades do fotojornalismo, o que naturaliza e desenvolve o descumprimento de práticas políticas pela comunicação.

Sendo uma estrutura, há a participação dos interlocutores para o fomento da perversão. Além da construção imagética, a perversão se encontra na apropriação dos conteúdos, desenvolvendo outros conteúdos a partir da leitura dos interlocutores. Com isso, há a manutenção dos signos perversos que podem estar camuflados em representações romanceadas do acontecimento, como aconteceu com a produção e circulação de ilustrações, desenhos e memes em redes sociais e também com a manutenção do estereótipo do oriental como sendo nocivo e impertinente ao mundo ocidental, uma representação feita pelo jornal Charlie Hebdo.

Bibliografia

Arendt, H. (1983). *A condição humana*. Rio de Janeiro: Forense-Universitária.

Arendt, H. (1990). *A revolução*. São Paulo: Ática.

Barthes, R. (2011). *A câmara clara: notas sobre fotografia*. 3ªed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.

Bleichmar, H. (1984). *Introdução ao estudo das perversões: teoria do Épido em Freud e Lacan*. Porto Alegre: Artes Médicas.

Braga, J. L. (2012). Circuitos versus campos sociais. Em J. Janotti Junior & M. A. Mattos & N. Jacks, (Eds.), *Mediações & midiatização* (p.31-52). Salvador/Brasília: Eufba/ Compós.

Debord, G. (1997). *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto.

Freud, S. (1996). *Um caso de histeria, Três ensaios sobre sexualidade e outros trabalhos (1901-1905)*. Rio de Janeiro: Imago.

Foucault, M. (1988). *História da sexualidade I: a vontade de saber*. Rio de Janeiro: Edições Graal.

Fry, K. A. (2010). *Compreender Hannah Arendt*. Petrópolis: Vozes, 2010.

- Roudinesco, E. (2008). A parte obscura de nós mesmos: uma história dos perversos. Rio de Janeiro: Zahar.
- Sontag, S. (2003). Diante da dor dos outros. São Paulo: Companhia das Letras.
- Soulages, F. (2010). Estética de la fotografía. Buenos Aires: la marca.
- Szpacenkopf, M. I. O. (2011). Perversão social e reconhecimento na atualidade. Rio de Janeiro: Garamond.
- Szpacenkopf, M. I. O. (2002). Um espaço para a instituição e para a transgressão. En C.A. Plastino. Transgressões (pp. 35-42). Rio de Janeiro: Contracapa.
- Visentini P. F. (2015). O caótico século XXI. Rio de Janeiro: Alta Books.

O ESPETÁCULO FUTEBOLÍSTICO EM PROL DA DISSEMINAÇÃO DE CAUSAS SOCIAIS

*Natália dos Santos Gonzales
Caroline Kraus Luvizotto*

Palavras-chave: futebol; causas sociais; espetacularização; terceiro setor.

O esporte possui um papel importante no país e pode ser debatido por meio de diversas abordagens, principalmente em relação à apropriação do esporte enquanto um fenômeno social. O futebol, dentre as modalidades esportivas, é o que tem tido mais atenção no Brasil.

Este trabalho retomou aspectos que contribuem para compreender o significado social do futebol enquanto um fenômeno histórico, social e cultural. A partir disso, discutiu a espetacularização deste esporte e dos ídolos que nele estão presentes. Diante dessa reflexão, o estudo sugere se valer da paixão pelo futebol e pelos ídolos deste esporte a fim de potencializar ações de cunho social promovidas por organizações do terceiro setor. Como forma de ilustrar tal problemática, o trabalho retoma uma campanha de 2012/2013, intitulada “Doe um gol pelo pré-natal”, da Fundação Abrinq.

A campanha esteve no ar de dezembro de 2012 a abril de 2013. Teve como principal objetivo lembrar todas as grávidas a fazerem o pré-natal buscando reduzir o índice de mortalidade infantil e materna até 2015. A iniciativa vai além do break comercial porque busca o engajamento dos jogadores de futebol e da imprensa. A campanha consistia em os jogadores comemorarem seus gols com a bola debaixo da camisa imitando uma grávida; o gesto seria um recado para que as gestantes lembrem de fazer o pré-natal. Para subsidiar a divulgação da campanha foram produzidos um filme para a TV e anúncios impressos. Buscando a redução das 127 mortes diárias de crianças com até 5 anos de idade, o objetivo foi conscientizar a população sobre a importância do pré-natal, já que 70% destas mortes ocorrem por causas consideradas evitáveis.

Diante desse dado, a ideia de promover o direito ao pré-natal por meio do esporte mais atuante no país permitiu um alcance maior sobre o tema, algo inalcançável pela organização se não tivesse o apoio dos jogadores e clubes envolvidos.

Diante deste levantamento, foi possível estabelecer uma relação de uma área pouco conhecida pela população – o terceiro setor –, ainda mais quando comparada ao espetáculo do futebol. Muitas causas e ações de determinadas organizações do terceiro setor são pouco conhecidas e debatidas pela sociedade. Com isso, acredita-se que este trabalho demonstrou a força do futebol aliada com a necessidade de disseminação das causas em prol de uma sociedade mais justa e ciente de seus direitos. Pode-se concluir que o futebol e seus jogadores possuem um alto potencial de participarem e promoverem campanhas que potencialize determinadas causas em prol daqueles que vivem em vulnerabilidade social no Brasil.

Referências

CUCHE, D. A noção de cultura nas ciências sociais. Bauru, SP: Edusc, 1999.

COSTA, S. R. M. Nação, comunidade imaginada pela mídia?

O futebol-espetáculo e as identidades nacionais. In: III ENECULT – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura. 2007. Disponível em: <http://www.cult.ufba.br/enecult2007/SergioRobertoMendoncaCosta.pdf> costa 2007

DA MATTA, Roberto et. al. O universo do Futebol: esporte e sociedade brasileira. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.

GASTALDO, Édison Luis. Considerações sobre “o país do futebol”: mídia e copa do mundo no Brasil. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 15, Salvador. Portcom. Disponível em: Acesso em: 20 jul. 2006

PERUZZO, Cecilia Maria Krohling. Comunicação nos movimentos populares. Petropolis: Vozes, 1998.

ROWE, David. No gain, no game? Media and Sport. In: CURRAN, James; GUREVITH, Michael (orgs.). Mass media and society. 3 ed. London: Arnold, 2000.

SCHNEIDER, J. Discursos simbólicos e símbolos discursivos: considerações sobre a etnografia da identidade nacional. Mana, Rio de Janeiro, v. 10, n. 1, 2004.

POLÍTICA E RELIGIÃO NO JORNALISMO DO INTERIOR: O “DIÁRIO DE NOTÍCIAS” EM RIBEIRÃO PRETO DE 1960

Nayara Kobori

Palavras-chave: Jornalismo; Interior; Religião; Igreja; Política.

O presente trabalho tem o intuito apresentar como questões referentes à Política e Religião apareciam no “Diário de Notícias”, jornal de Ribeirão Preto, interior do estado de São Paulo, nos anos de 1961 a 1963. O recorte faz parte de uma pesquisa mais ampla chamada “A voz da Igreja no “Diário de Notícias”: Ribeirão Preto – 1961-1967”, projeto de Pós-Graduação em Comunicação Midiática da FAAC-UNESP, sob orientação do Prof. Dr. Maximiliano Martin Vicente. Nosso objetivo é descrever a opinião do jornal, bem como compreender a atuação política do jornalismo no município, através da análise dos editoriais. Para empreender a análise, utilizamos como referencial metodológico a Hermenêutica em Profundidade de Thompson (1998), aliada à Análise de Conteúdo de Bardin (2009).

O “Diário de Notícias” (DN) foi fundado em 1928, por Juvenal de Sá e, desde então, passou pelas mãos de vários dirigentes. Em 1940, foi adquirido pela Arquidiocese da Igreja Católica de Ribeirão Preto, que permaneceu no comando até meados dos anos de 1980, quando o matutino deixou de circular (SANT’ANA, 2010). O jornal chegou a alcançar o terceiro lugar no número de circulações na região, demonstrando a representatividade do diário, bem como a força da Igreja Católica. Além do DN, o “Diário da Manhã” e o “A Cidade” também compunham o cenário do jornalismo na urbe, se destacando na modernização da empresa jornalística, e seguindo os modelos praticados pela imprensa da capital paulista e carioca (ARAÚJO & GERALDO, 2006).

Segundo Carneiro Júnior (2002), no final dos anos de 1950 e início dos anos de 1960, o DN seguia uma linha política orientada pelos princípios da Ação Católica (AC). Muito mais do que um periódico religioso, ele propunha engajamento social e político, organizando trabalhos com os setores rurais de Ribeirão Preto. Em 1961 a 1962, o Pe. Angélico Sândalo Bernardino estava à frente da direção do DN, sendo que os editoriais eram escritos pelo religioso. A folha tinha um posicionamento incisivo contra o comunismo, mas também se portava contra o capitalismo liberal. Além disso, tinha grande preocupação com o homem do campo, em seguir os princípios da Doutrina Social Cristã e da Encíclica “Mater et Magistra”. Em 1963, o matutino passou para a coordenação do Pe. Celso Ibson Sylos, que além de diretor do jornal, também era líder da “Frente Agrária”, movimento que buscava dialogar com os trabalhadores assalariados da zona rural, para adesão das reformas agrárias e adesão ao método de ensino de Paulo Freire.

O DN representava um segmento progressista da Igreja Católica local, que lutava em prol da transformação social, principalmente, nos setores rurais da sociedade. A preocupação do Pe. Celso Ibson Sylos com os segmentos explorados pelo capitalismo e marginalizados pela ideologia dominante denota a aproximação do padre, e também do jornal, com a Doutrina Social Cristã e a Teologia da Libertação. Esta última, nascida na América Latina, postula os princípios de uma religião voltada para nosso ambiente geográfico latino, permeado de desigualdades e problemas típicos, oriundas de nossa construção histórica.

Referências Bibliográficas

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.

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

- CARNEIRO JÚNIOR, M. Sociedade e Política em Ribeirão Preto: estratégias de dominação (1960-1964).
Dissertação (Mestrado em História) UNESP, Franca: 2002.
- SANT'ANA. A. M. Imprensa, Educação e Sociedade no interior paulista: Ribeirão Preto (1948-1959).
Dissertação (Mestrado em Educação Escolar) UNESP, Araraquara: 2010.
- THOMPSON, J. B. Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis: Vozes, 1998.

O DINHEIRO É A RAIZ DE TODOS OS MALES – INFLUENCIA DA MÍDIA SOBRE MUDANÇA DE PARTICIPAÇÃO POLÍTICA ENTRE OS PENTECOSTAIS BRASILEIROS.

Otávio Barduzzi Rodrigues da Costa

Palavras-chave: mídia, pentecostalismo, política, sociologia.

No início abordagem de pesquisa em humanidades entre pentecostais no Brasil demonstraram um elemento típico: a repugnância e o distanciamento intencional da vida política. O início dessas descobertas é apareceu na pesquisa do clássico sobre pentecostalismo Francisco Rolim Catarxo, ele conclui que, pentecostais até 1985 tinha uma aversão específica para a associação união política e religião, que incluía uma espécie de funcionamento da matriz inicial pentecostal brasileira e certo ascetismo intramundano. A razão, dada em sua pesquisa entre fieis e pastores é a mesma: política é coisa do mundo ou o demônio.

Acontece que a partir dos anos 90 vemos uma abordagem inversa. Hoje pentecostais são incorporados à estratégia em uma tarefa para forçar determinadas posições políticas. A alegação colossal e entusiasmo acadêmico para últimos anos é por causa da inserção política dos pentecostais que estão progressivamente como uma potência política no cenário brasileiro.

O ponto deste trabalho é chamar a atenção para a exploração na ciência humana política que levou pentecostais a esta alteração do seu ethos político. Entre as causas que serão inspecionadas irá apontar: o impacto da mídia, a teologia da prosperidade e a entrada de uma auto-negação intramundana para uma mundanidade exacerbada. As bases hipotéticas são particularmente os pensamentos e exploração Rolim Catarxo, Ricardo Mariano e outros pesquisadores de peso.

Chega se à conclusão de que a mídia e a teologia da prosperidade, aliada a um empreendimento midiático Pentecostal chamado década de colheita causou uma exigência de representação política que terminou em uma mudança de ethos repugnância Pentecostal para a busca de poder constante.

Referencias Bibliográficas

MARIANO, R. Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil. São Paulo, SP: Loyola. 1999.

MUNIZ DE SOUZA, Beatriz; MARTINO, Luís Mauro Sá, Sociologia da religião e mudança social-Católicos, protestantes e novos movimentos religiosos no Brasil, São Paulo – SP Paulus. 2004

PIERATT, Alan B. O evangelho da prosperidade: análise e resposta. São Paulo: Edições Vida Nova, 1993.

PRANDI, C.; GIOVANNI Filoramo – As ciências das religiões, Paulus 1999

ROLIM CARTAXO, Francisco. (1987) O Que É Pentecostalismo, Editora Brasilense, São Paulo, SP,.

ROMEIRO, Paulo. Super Crentes. O Evangelho segundo Kenneth Hagin, Valnice Milhomens e os Profetas da Prosperidade. São Paulo: Mundo Cristão, 1995.

SANTOS CORREA, Marina Aparecida Oliveira dos, . Análise dos ministérios da igreja assembleia de Deus e a sua lógica de funcionamento, Tese de doutorado em ciências da Religião, PUC-SP, orientador, Dr. João Décio Passos. data da defesa. 11/abr/2012.

SANCHIS, Pierre. . Religiões, Religião... Alguns Problemas do Sincretismo no Campo Religioso Brasileiro, in Pierre Sanchis (org.). Fiéis & Cidadãos – Percursos de Sincretismo no Brasil. Rio de Janeiro, Eduerj. 2001

SOUZA, Bertone de Oliveira. Uma perspectiva histórica sobre construções de identidades religiosas: A Assembleia de Deus em Imperatriz, MA. Maranhão: Ética Editora, 2011.

VÍDEO-DOCUMENTÁRIO TRANSMÍDIA SOBRE A ASSOCIAÇÃO FERROVIÁRIA DE ESPORTES: DUAS DÉCADAS

Paulo Henrique Ribeiro Cardozo

Marcos Américo

Palavras-chave: Palavras-chave: Vídeo-documentário; Transmídia; Ferroviária; Infotretenimento; Edutretenimento.

O trabalho consiste na produção de um vídeo-documentário transmídia sobre a Associação Ferroviária de Esportes de Araraquara, entre 1996 a 2016. O objetivo geral é criar o vídeo-documentário transmídia que conte a história dos 20 anos em que o Ferroviária perseguiu e conquistou o acesso à principal divisão do futebol de São Paulo. Já os objetivos específicos são permitir que os usuários, fãs ou não da AFE, possam contribuir com material para o vídeo-documentário, disponibilizando fotos, vídeos e outros elementos que sejam importantes para o registro histórico, por meio de acesso à plataforma Interlude que será usada para realização do trabalho. A construção do registro histórico se encaminha por meio de dois personagens, um locutor esportivo veterano, José Roberto Fernandes, que acompanhou a trajetória da equipe desde os anos 1970, e um estudante de 16 anos de idade, João Segura, que nunca tinha assistido como participante da principal divisão do futebol paulista antes de 2016. A conquista, obtida em abril de 2015 causou euforia na cidade de cerca de 220 mil habitantes, que aguardou com ansiedade a volta dos jogos com grandes clubes do estado de São Paulo no início de 2016. A escolha da Ferroviária como objeto de pesquisa se deu fundamentalmente em função das origens do autor, nascido em Araraquara há 48 anos, além do fato de este ter acompanhado a trajetória do clube, desde os áureos tempos de glória na disputa de campeonatos paulista e brasileiro, até a derrocada à série B do torneio estadual, passando pela virada na gestão com a criação clube-empresa em 2003 e finalmente, a conquista do campeonato paulista da série B em 2015 e o consequente acesso à série A do paulistão em 2016. O trabalho busca oferecer à equipe e ao poder público municipal um material histórico sobre os 20 anos em que a agremiação buscou acesso à divisão especial do futebol de São Paulo. A estratégia é usar uma linguagem que dialogue também com os jovens, já que o vídeo-documentário transmídia será produzido em diversas plataformas que podem informar e entreter a nova audiência. A utilização da linguagem transmidiática e a evolução de multiplicidade de plataformas que se apresenta atualmente pode facilitar o acesso a todos, sobretudo aos jovens que se entretém de várias maneiras, se valendo de TV, quadrinhos, internet, games, cada uma das plataformas contando uma história completa, mas que privilegie o todo a ser mais amplamente explorado, o que, em última análise, resulta na convergência das mídias. (JENKINS, 2006).

Bibliografia:

AMÉRICO, M. TV Digital: Propostas para Desenvolvimento de Conteúdos em Animação para o Ensino de Ciências: Tese de Doutorado em Educação para a Ciência. Faculdade de Ciências, UNESP, Bauru, 2010. <disponível em <http://books.scielo.org/id/htnbt/pdf/caldeira-9788579830419-13.pdf>>. Acesso em 05 mai. 2016

BRIGGS A. & BURKE P. Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet. 2ª edição. Rio de Janeiro. Zahar, 2006.

CASTELLS, M., FERNÁNDEZ-ARDÈVOL, M., QIU, J., SEY, A. Comunicación móvil y sociedad, una perspectiva global (2a ed. atualizada). Barcelona: Ariel, 2007

ILLERA, R., & CASTELLS, M. Usos educativos de la narrativa transmedia. La Carta Ancestral. Universidade de Barcelona. 2012.

JENKINS H. Convergence culture. New York: New York University, 2006.

LEVINSON, P. New new media. Nueva York: Pinguin, 2012.

MCLUHAN M. Os meios de comunicação como extensões do homem. 15. reimpr. São Paulo: Cultrix, 2007

WALLDÉN, S.; SORONEN, A. "Edutainment. From Television and Computers to Digital Television". University of Tampere Hypermedia Laboratory. Disponível em: < <http://www.uta.fi/hyper/julkaisut/b/fitv03b.pdf> >. Acesso em 15 06 2016.

O INDIE VERSUS MAINSTREAM NA PRODUÇÃO DE JOGOS DIGITAIS

*Pedro Santoro Zambon
Ana Heloiza Vitta Pessotto
Caio José Ribeiro Chagas*

Palavras-chave: Jogos Digitais; independente; mainstream

Na complexidade de uma cadeia produtiva do setor de jogos digitais, as etapas de desenvolvimento, publicação e distribuição são permeadas pela disputa entre a liberdade artística da criação de um produto cultural e criativo, com os processos de racionalização mercadológica que influem para o pragmatismo do consumo. É nesta tensão que este trabalho propõe refletir a estrutura de produção independente de jogos digitais como meio para emergência de mecânicas e narrativas inovadoras. Elaborando uma reflexão teórica que perpassa os conceitos de racionalização discutidos por Tschang (2007) e pensando a ambiência da economia da cultura discutida por Zallo (2007), são observadas as características derivadas da criação simbólica e sua influência no processo produtivo dos jogos digitais. O objetivo central é refletir o papel do desenvolvedor independente em promover a inovação e criatividade na indústria. Esta observação é relevante a medida que o cenário brasileiro de desenvolvimento de jogos digitais, ainda emergente, é constituído majoritariamente por empresas do mesmo perfil, com baixo faturamento e pequeno número de funcionários.

O que se observou desta relação é que, trabalhando segundo os protocolos do paradigma produtivista - o paradigma dominante que supõe-se ser o de maior eficiência e lucratividade - não somente as decisões práticas, mas as próprias visualizações criativas, eram pautadas pelas necessidades econômicas da empresa, levando à desprotagonização do produto em si e gerando uma inversão de causalidade, onde uma noção racionalizada de um pretensão pragmatismo se torna mais importante que a qualidade da obra em si. Segundo essa noção, o produto é bom porque vende bem, ao invés de vender bem por ser bom. Essa noção permeia toda a cadeia de produção, indo além das pequenas decisões de game design, influenciando fortemente a premissa central dos produtos.

Ao tentar produzir bons jogos, o indie mira a si mesmo, e quando atinge o seu centro, atinge o centro de seus semelhantes, resultando em uma obra com grande impacto emocional. Ao buscar na sua própria experiência como jogador as respostas para cada dilema criativo, e no próprio desejo a forma - nunca fórmula - e o significado simbólico de cada novo produto, o indie lida com um público que conhece muito bem, gerando mecânicas e aplicações inovadoras, que posteriormente sofrem esvaziamento simbólico em tentativas de racionalização e replicação pelo mainstream.

Para preencher a lacuna da dificuldade de financiamento nas produtoras independentes, sem que elas precisem se curvar às necessidades de racionalização das publicadoras mainstream, as políticas públicas surgem como iniciativas necessárias para superação desta dificuldade inicial. "Portanto, está sujeito a legislação, além de serem protegidos e terem uma presença pública significativa, menos na produção como também nas condições da sua existência" (ZALLO, 2007).

Finalmente, é destacado que é justamente esta liberdade em relação ao investimento que dá aos estúdios independentes uma posição de destaque na busca pela inovação, evidenciando ainda mais a necessidade destas políticas públicas de incentivo como essenciais para o setor, que além de prover uma segurança de investimento maior, também irá colaborar para que - diante desta segurança - a criatividade se destaque na produção dos jogos.

Referências Bibliográficas

LIPKIN, L. Examining Indie's Independence: The Meaning of 'Indie' Games, the Politics of Production, and Mainstream Cooptation in: Loading..., vol. 7, no 11, 2013.

TSCHANG, F. T. Balancing the Tensions Between Rationalization and Creativity in the Video Games Industry in: *Organ. Sci.*, vol. 18, no 6, p. 989–1005, 2007.

ZALLO, R. La economía de la cultura (y de la comunicación) como objeto de estudio in: *Zer-Rev. Estud. Comun.*, vol. 12, no 22, p. 215–234, 2007.

INCLUSÃO DIGITAL: UM ENSAIO SOBRE A INICIATIVA VOLUNTÁRIA DO ROTARY INTERNATIONAL PARA O ACESSO, USO E APROPRIAÇÃO DAS NOVAS TECNOLOGIAS.

*Peterson de Santis Silva
Francisco Machado Filho*

Palavras-chave: Inclusão Digital; Sociedade da Informação; Iniciativa Voluntária; Rotary International.

O século XXI apresenta um momento produtivo e tecnológico que é diferente da era industrial e de eras anteriores, justamente por conta da configuração e das necessidades da sociedade atual. Essa nova configuração ocorre também devido ao cenário de convergência, que se acentuou nas últimas décadas e que se dá, inicialmente, no cérebro das pessoas, e posteriormente acaba sendo transportada para as tecnologias e suportes de comunicação. No que tange a história midiática da atualidade, um dos fenômenos centrais deste cenário (também de convergência crescente) é a internet, que permitiu a ampliação do compartilhamento de conteúdo em escala e velocidade jamais vistos até então, culminando talvez em uma nova sociedade da informação: mais veloz, mais volumosa em termos de conteúdo e mais efêmera. Todas essas características de reconfiguração da possível nova sociedade da informação estão intimamente ligadas com três transformações: tecnológica (softwares, redes, banda larga, etc.); estrutura institucional e organizacional da comunicação (meios, mercado, audiência, conglomerados, etc.); dimensão cultural do processo de transformação multinível da comunicação (cultura global/múltiplas identidades culturais x ascensão do individualismo e comunicalismo como modelos culturais opostos/poderosos). Todavia, mesmo com a considerável amplitude e velocidade dessas transformações, é importante observar que a sociedade da informação não está plenamente estabelecida em todas as civilizações dos quatro cantos do mundo. A inclusão digital, que permite a participação nesta nova sociedade da informação, ainda não é plena, está em desenvolvimento e possui desafios, como por exemplo a necessidade de políticas públicas, de educação para o uso das tecnologias e de iniciativas voluntárias, entre outros. A relação entre tecnologia e sociedade de informação se dá em três etapas: acesso, relacionado a infraestrutura para contato a tecnologia; uso, relacionado ao desenvolvimento de competências e habilidades para o manuseio instrumental da tecnologia; apropriação, relacionado as modificações que o objeto tecnológico causa sobre o usuário. A partir do desafio das iniciativas voluntárias para a inclusão digital, e considerando as três etapas da relação entre tecnologia e sociedade da informação, o presente ensaio tem por objetivo apresentar um estudo acerca de um projeto de inclusão digital realizado pelo Rotary International nas Ilhas Fiji. O Rotary é uma organização internacional de profissionais e pessoas de negócios, líderes em suas áreas de atuação, que prestam serviços humanitários, fomentam elevado padrão de ética em todas as profissões e ajudam a estabelecer a paz e a boa vontade no mundo. Para realização deste estudo foram usadas pesquisas bibliográficas e documentais que permitiram compreender, ao final do ensaio, que o caso do Rotary International exemplifica um projeto bem-sucedido de como as três etapas da relação tecnologia e sociedade podem ser desenvolvidas. Proporcionar o acesso, o uso e apropriação das tecnologias de comunicação digital é, provavelmente, um dos possíveis caminhos para uma nova sociedade da informação mais democrática e igualitária.

O ESPAÇO CIBERNÉTICO E O NOVO CONSUMIDOR: O CASE FIAT LIVE STORE

Phillipe Halley Martins Pereira

Maria Cristina Gobbi

Palavras-chave: Convergência, Fiat Live Store, Espaço Cibernético, Inteligência Coletiva.

A evolução dos meios de comunicação, bem como a oferta e disponibilidade de acesso as diferentes plataformas midiáticas possibilitaram uma abundância de canais informacionais ao homem contemporâneo. Esse processo evolutivo, presente desde o final da década de 1980 e potencializado com o advento da internet e das mídias digitais, apresenta uma condução dos sentidos do usuário: olhar, percepção, assimilação e consumo midiático. Tais percepções apontam uma alteração no comportamento, a medida em que os receptores dos processos de comunicação são “levados” a procurar informações em diferentes fontes que, por sua vez, têm características próprias; então verificam-se condições para a interatividade e participação do indivíduo com o meio, essa conexão entre informações ocorre (JENKINS, 2009).

Uma direção comum de contato com os meios de comunicação, remete a uma sociedade vivendo, participando e atuando em uma convergência de inter-relações midiáticas, culturais e de consumo de informação. Esse quadro implica numa transformação no espaço virtual (ciberespaço) que se concretiza no espaço real (espaço urbano, por exemplo). Nesse trabalho, o case Fiat Live Store - projeto conjunto com a AgênciaClick Isobar (atual Isobar Brasil) - representa uma coalizão dos dois espaços, oferecendo indícios para a configuração de um novo modelo de negócios. Uma vez transformada a relação entre receptores e meios de comunicação, o mundo é construído com base no potencial coletivo em todas suas variações, inclusive no imaginário coletivo.

A proposta de discussão é a busca pela capacidade de percepção de conhecimento do público, observando os critérios de cobertura, frequência, continuidade, impacto e interatividade em relação aos bens culturais, artísticos e publicitários de consumo. Para tal, o estudo está fundamentado em indicadores da convergência cultural e inteligência coletiva, considerando ferramentas online, distribuição e penetração das mensagens e informações, por meio das diversas plataformas digitais.

O ambiente de convergência vivenciado atualmente, com o acesso multiplataformas de informações, aponta uma transformação no consumo destes e de outros produtos, serviços e conteúdos midiáticos, enraizada no relacionamento entre os indivíduos, capaz de não só transformar produtos de empresas e marcas, mas criar outras possibilidades de serviços e produtos, bem como de comunicação e interação coletiva. Essa construção de uma base de conhecimento sólido, fundamentado na participação e engajamento coletivos e ocorrendo por meio das plataformas midiáticas, reforça o pensamento de Lévy (1999), que ao interagir com o mundo virtual, os usuários o exploram e o atualizam em tempo real, ao mesmo instante em que suas interações são enriquecidas coletivamente, em que o mundo virtual passa a torna-se um vetor conjunto de inteligência e criação coletiva.

A maior propagação da informação pelas plataformas midiáticas e sua penetração no modo de vida e consumo da sociedade, revela uma configuração nos preceitos de absorção e consumo das pessoas. Estas apresentam novas escolhas, não somente baseadas em dados técnicos e valores monetários. O processo decisório parte do princípio das reações e colaboração coletivas e do capital emocional, todos acontecendo e se modificando na aldeia global da esfera informatizada.

Referências bibliográficas

GOMES, M.; LONDERO, R. R.; NASCIMENTO, M. A. do. McLuhan e neuromancer: aldeia global e outros conceitos no imaginário cyberpunk. FAMECOS. Porto Alegre, nº 38, p. 111-117. Quadrimestral, abril. 2009.

LEVY, P. Cibercultura. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1999.

LIVE STORE FIAT. Disponível em: <<http://http://livestore.fiat.com.br/>>, acessado em 19/06/2016.

JENKINS, H. Cultura da Convergência. 2ª edição. São Paulo: Aleph, 2009.

POTENCIALIDADES E LIMITES DA MÍDIA ALTERNATIVA NA COBERTURA DE MOVIMENTOS SOCIAIS

Priscila Santana Caldeira

Palavras-chave: Mídia alternativa; Movimentos sociais; Massacre do Centro Cívico

(1) Breve descrição da pesquisa

Esta pesquisa pretende trazer reflexões acerca das potencialidades e dos limites da mídia alternativa como espaço para manifestação de grupos marginalizados da sociedade, movimentos sociais e seus atores. A fim de oferecer instrumentos para discussão, pode-se exemplificar com um episódio marcante no cenário brasileiro: o movimento grevista de servidores e professores da rede estadual de ensino do estado do Paraná.

(2) Objetivos

Busca-se compreender em que medida a mídia alternativa se configura como democrática, utilizando a comunicação de forma plural, preocupada com a emancipação do ser humano e o desenvolvimento social.

(3) Material e métodos

Será utilizado o método do enquadramento, pois permite a identificação do significado que foi atribuído à repressão do movimento social.

(4) Resultados e discussões

A concentração da propriedade dos meios de comunicação mostra-se um entrave à abertura de espaço para as ações coletivas, fruto da atuação de movimentos sociais. Devido a uma omissão de temas e ao vínculo com grupos políticos provenientes de uma elite econômica, a mídia tradicional tende a privilegiar o poder e o modelo neoliberal.

Atuando no contraponto a essa tendência está a mídia alternativa, cuja origem remete a movimentos antiglobalização, como o Fórum Social Mundial. Seu objetivo é formar uma consciência política por meio do esforço coletivo na reivindicação de direitos e questionamento do status quo. A ampliação da possibilidade de mobilização é citada por Malerba (2008, p. 152-153, grifo do autor):

[...] os meios de comunicação comunitários surgem como uma possibilidade de que novos sentidos sejam agenciados nas esferas de negociação do poder: indivíduos historicamente excluídos do processo comunicacional têm a chance de que suas demandas passem a circular na sociedade através de suas próprias enunciações. Além dessa possibilidade de antes se representarem que serem representados, alguns veículos de comunicação comunitários têm desempenhado um importante papel de mobilizar indivíduos em torno de demandas sociais locais coletivamente reconhecidas.

A facilidade dos aparatos tecnológicos permite que haja uma potencialização do debate promovido por esses grupos, pois as práticas colaborativas reduzem o custo do alcance dessa mídia. Além disso, a distribuição revela a eficácia na influência dos discursos e ações contestadores da hegemonia.

(5) Considerações finais

A relação entre a mídia alternativa e movimentos sociais se mostra dialética e interdependente, à medida que a existência dessa mídia se justifica a partir das demandas e lutas por direitos de grupos da sociedade civil e dos movimentos sociais, e estes, por sua vez, conseguem potencializar suas reivindicações quando há abertura na agenda midiática.

As possibilidades de influência na pauta dos veículos da grande mídia, bem como na disseminação de conteúdo via web auxiliam no cumprimento do papel de debate dos ideais participativos.

O movimento grevista dos professores e servidores públicos do Paraná, na medida em que foi reprimido com violência pelo aparato estatal gerou visibilidade ao episódio que feriu mais de 200 manifestantes –

enquanto ocorria o “Massacre do Centro Cívico” os deputados aprovavam as mudanças na Paraná Previdência.

O uso das tecnologias é a primeira semelhança das mobilizações paranaenses com os movimentos sociais da primeira metade desta década. Textos, imagens, vídeos – muitos deles produzidos por telefones celulares dos ativistas, durante as manifestações foram amplamente usados não só pela direção sindical institucionalizada, como também pelos ativistas.

(6) Referências Bibliográficas

MALERBA, J. P. A comunicação comunitária no limite. In. PAIVA, R. e SANTOS, C. H. R. (Org). Comunidade e Contra-hegemonia: rotas de comunicação alternativa. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

GRINBERG, Máximo Simpson. A comunicação alternativa na América Latina. Petrópolis: Vozes, 1987.

ARTE E CULTURA AUSTRO-HÚNGARA: O FIGURINO DO FILME 'O GRANDE HOTEL BUDAPESTE'

Raíssa Struziatto Bonilla

Ana Bia Andrade

Palavras-chave: Moda, Figurino, 'O Grande Hotel Budapeste'.

INTRODUÇÃO

Parte-se do princípio de que o figurino é aspecto fundamental em alguns meios audiovisuais. Pode ser compreendido como uma linguagem não-verbal que complementa a narrativa. A proposição é a de explicitar as relações dialógicas entre as influências da arte e cultura do antigo Império Austro-Húngaro e o figurino do filme *O Grande Hotel Budapeste*, localizado na fictícia República Zubrowka, parte do antigo Império.

OBJETIVOS

A pesquisa trata da importância de questões artísticas e culturais no desenvolvimento do figurino das personagens do filme, das relações com a construção da narrativa e impactos junto ao espectador.

MATERIAIS E MÉTODOS

As ferramentas e instrumentos metodológicos são diversos e vinculados aos objetivos. Propõem-se leitura e sistematização de referenciais teóricos, coleta de dados imagéticos, iconográficos e também arquitetônicos. O filme será referência principal ao longo do processo de pesquisa, e análises específicas são básicas a fim de validar resultados. Trata-se de equivalência entre referenciais teóricos e práticos.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

O consagrado Grande Hotel Budapeste, República Zubrowka, se situa no Leste Europeu Teutônico, no período anterior as duas 'Grandes Guerras'. A história do Império Austro-húngaro se 'mistura' com a história dos Habsburgo, família à frente do Império Multinacional (HOBSBAWM, 1997. p.15). Desse modo, no filme, notam-se traços da arte e cultura austro-húngara e de elementos políticos marcantes, como forma de definir paralelos entre o histórico-real e o fictício.

Considerando que o figurino é um dos primeiros elementos a serem oferecidos aos olhos do público (VIANA e PEREIRA, 2015. p.11), investigam-se inspirações da época utilizadas pela figurinista Milena Canonero. A título de exemplo: fotografias de August Sander, pinturas de Gustav Klimt, Tamara Lempicka, George Grosz, e textos de Stefan Zweig. Essas retratam os costumes do Império, e memórias em meio ao cenário pré-Guerras.

Destaca-se o personagem Inspetor Henckels, cujos trajes militares, fabricados em tecidos pesados e cores sóbrias, são réplicas dos uniformes do antigo Império. O figurino de Henckels sugere uma contraposição entre o mundo luxuoso do qual o Hotel faz parte, e o cenário de guerra e violência que está por vir.

Madame D. é uma das inúmeras hóspedes do Hotel que desfruta dos privilégios de sua posição social. Pertence à Casa Princesca Thurn e Taxis, nobreza alemã. Seu amante, M. Gustave H. faz menção direta ao artista Gustav Klimt, enquanto Madame D. é a personificação metafórica da protagonista das obras de Klimt. Os trajes, pintados a mão, em cores como o dourado e o vermelho, junto com ornamentos nas roupas remetem à fase dourada de Klimt e os tecidos pesados e caros, ressaltam a nobreza.

Conclui-se, portanto, que são diversos os aspectos que convergem para um resultado final no qual os trajes de cena integram à narrativa. Assim, o traje de cena constitui aspecto fundamental no filme *O Grande Hotel Budapeste*, no qual questões estéticas, formais, visuais e narrativas assumem igual importância no conjunto da obra.

REFERÊNCIAS

HOBBSAWM, Eric. A Era das Revoluções. Rio de Janeiro: Travessa, 2014.

NERET, Gilles. Klimt. Colônia: Taschen, 2007.

SANCHEZ, José Luis. Grandes Civilizações do Passado - Áustria e Seu Último Imperador. Rio de Janeiro: Folio, 2007.

Stefan Zweig e o Mundo de Ontem: Elementos de Sobrevivência. Disponível em: <<https://jornaldaimagem.wordpress.com/2012/05/16/stefan-zweig-e-o-mundo-de-ontem-elementos-de-sobrevivencia/> Acesso em: 27/03/2016.

VIANA, Fausto e PEREIRA, Dalmir. Figurino e Cenografia para Iniciantes. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015.

ZOLLER SEITZ, Matt. Wes Anderson Collection - The Grand Hotel Budapest. Nova Iorque: Abrams, 2015.

ZWEIG, Stefan. O mundo que eu vi. Rio de Janeiro: Record, 1999.

OS CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE E A CONCORRÊNCIA NA COBERTURA DO ESTADO DE S. PAULO SOBRE O CANAL RECORD NEWS

Renan Milanez Vieira

Palavras-chave: Jornalismo; Newsmaking; Direito à Comunicação; O Estado de S. Paulo; Record News.

O presente texto corresponde a um relato de pesquisa de mestrado* que teve como objetivo analisar a cobertura realizada por O Estado de S. Paulo sobre a Record News, identificando o que foi notícia a fim de buscar indícios que demonstrassem de que forma um veículo midiático cobre outro. Como parte do referencial teórico, foram utilizadas as obras de Traquina (2012, 2013), Rodrigo Alsina (2009), Wolf (2012), Napolitano (2009, 2012) e Lima (2004, 2011) para traçar um panorama acerca das Teorias do Jornalismo, delimitar uma concepção sobre o que é o acontecimento, relacionando essas ideias com os princípios do Newsmaking, além de abordar as diretrizes do Estado para a Comunicação e as características econômicas que marcam esse campo. A metodologia escolhida para cumprir ao que foi estipulado foi a Análise de Conteúdo, de acordo com Bardin (2011). O corpus de análise é composto por 132 matérias, as quais foram consultadas por meio do acervo on-line do jornal. A delimitação temporal aplicada compreende o período de 2007 a 2014. Por hipótese, considerou-se que fatores decorrentes das relações midiáticas influenciaram essa cobertura, fazendo com que conflitos ocasionados por conta do lançamento de uma emissora especializada em jornalismo fossem amplamente divulgados enquanto que outras abordagens de interesse público não receberam o devido tratamento, como por exemplo a contribuição da Record News ao promover a segmentação na modalidade aberta de radiodifusão. Os resultados alcançados comprovaram a hipótese formulada, o que leva a considerar que explorar a competição entre os meios de comunicação seja um elemento considerado pelos jornalistas como atrativo, capaz de chamar a atenção do público. Ao mesmo tempo, para as organizações equivale a uma maneira de expor indiretamente críticas sobre os adversários. Fora isso, durante o período analisado não se encontrou menções diretas a temas referentes à democratização das Comunicações, assim como não houve uma preocupação exercida pelo veículo impresso em consultar a opinião do Estado e da sociedade diante de tudo aquilo que foi reportado.

*A pesquisa "Os valores-notícia na cobertura do O Estado de S. Paulo sobre a Record News: diversidade, relações midiáticas e concorrência" foi realizada junto ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP de Bauru, SP. Orientação: Prof. Dr. Carlo José Napolitano.

Referências

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

LIMA, Venício. Artur de. Regulação das comunicações: história, poder e direitos. São Paulo: Paulus, 2011.

LIMA, Venício. A. de. Mídia: teoria e política. 2. ed. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004.

NAPOLITANO, Carlo José. Direito fundamental à comunicação. In: VICENTE, Maximiliano Martin (org.) Comunicação e Cidadania. Bauru: EDUSC, 2009. p 9-26.

NAPOLITANO, Carlo José. A regulação constitucional da Comunicação Social e a efetivação de suas normas. Revista ALCEU, Rio de Janeiro, v. 12, n. 24, p.204-215, 2012. Disponível em: <http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/Artigo%2015_24.pdf>. Acesso em: 22 maio 2015.

RODRIGO ALSINA, Miquel. A construção da notícia. Tradução: Jacob A. Pierce. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009. (Coleção Clássicos da Comunicação Social)

TRAQUINA, Nelson. Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são. 3. ed. rev. Florianópolis: Insular, 2012. V. 1

TRAQUINA, Nelson. Teorias do Jornalismo: A tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional. 3. ed. rev. Florianópolis: Insular, 2013. V.2.

WOLF, Mauro. Teorias das comunicações de massa. Tradução: Karina Jannini. 6. ed. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2012.

JOGOS OLÍMPICOS E PARALÍMPICOS RIO 2016: LEGADO OU ESTRATÉGIA DE MARKETING

Roberta Ferreira Brondani

José Carlos Marques

Palavras-chave: Jogos Olímpicos; Legado; Marketing; Sustentabilidade

1) Breve descrição da pesquisa:

O tema sustentabilidade começou a ser incorporado na organização dos Jogos Olímpicos na década de 90 e até 2006 apenas questões relativas ao meio ambiente faziam parte do planejamento. A partir de 2010 aspectos mais amplos de sustentabilidade começaram a ser incorporados nos projetos. O Comitê dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016 tem usado, no site oficial, os conceitos de sustentabilidade, transparência e legado, afirmando que os projetos que estão sendo implantados na cidade do Rio de Janeiro proporcionarão mudanças positivas para as pessoas e para o país, e que os investimentos realizados ficarão de herança para toda a população. Sabe-se que as ações de sustentabilidade têm sido muito usadas por organizações para transmitir uma imagem socialmente responsável e, muitas vezes, isso não passa de uma estratégia de marketing. Sendo assim, é importante verificar até que ponto a sustentabilidade foi colocada em prática nos jogos Rio 2016 e o que realmente ficou de legado para a sociedade.

2) Objetivos

O objetivo desta pesquisa é analisar o discurso oficial do Comitê Olímpico em relação às ações de sustentabilidade, fazendo um comparativo do que foi prometido, o que foi entregue e o que ficou de legado.

3) Material e Métodos

Como metodologia será utilizada a pesquisa bibliográfica, a Análise de Conteúdo, a Análise do Discurso e uma pesquisa de campo, que será aplicada em 2018.

4) Resultados e Discussões

Após a análise do site oficial Rio 2016 verificou-se que os conceitos de Sustentabilidade são apresentados através do item denominado Legado. Ao acessar esta página é possível conhecer as atividades que estão sendo realizadas nas áreas de Educação, Transparência, Suprimentos, Cultura, Voluntários, Sustentabilidade e Locais de Treinamentos Pré-jogos. Cada uma destas páginas traz informações mais específicas sobre cada tema. No Portal de Sustentabilidade os assuntos estão divididos em três pilares: Planeta, Pessoas e Prosperidade. No pilar "Planeta" encontram-se informações referentes à Eficiência, Emissões de Carbono e Resíduos que buscam "entregar Jogos de baixo impacto, reduzindo, ao máximo, a pressão sobre recursos materiais e energéticos, sem comprometer a qualidade do evento." No pilar "Pessoas" estão informações sobre diversidade e inclusão, acessibilidade e conhecimento para "promover Jogos para todos." O Pilar "Prosperidade" aborda os temas Fornecedores, Gestão da Sustentabilidade e Diálogo e visa "promover Jogos prósperos, impulsionando a formação de uma cadeia de fornecedores qualificada".

5) Considerações Finais

Com base na análise realizada identificou-se que o Comitê Olímpico estruturou suas ações dentro do conceito do tripé da sustentabilidade, priorizando ações nas áreas: social, ambiental e econômica. Em cada uma destas áreas foram apresentados os projetos que estão sendo desenvolvidos, ou foram idealizados, para que a sustentabilidade dos jogos fosse atingida. Ainda é prematuro analisar se o que foi prometido realmente foi entregue, pois algumas destas ações ainda estão em andamento e só serão finalizadas após a realização dos jogos Paralímpicos, que ocorrerão em setembro deste ano.

6) Referências bibliográficas

BARBIERI, José Carlos. CAJAZEIRA, Jorge Emanuel Reis. Responsabilidade social e empresarial e empresa sustentável: da teoria à prática. São Paulo: Saraiva, 2010.

DIAS, Reinaldo. Gestão ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade - 1. ed. – 5. Reimpr. São Paulo: Atlas, 2009. 196 p.

KOTLER, Philip. KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing – A Bíblia do Marketing. São Paulo: Pearson Prentice Hall. 2006. 12ª edição. 750 p.

PEREIRA, Adriana Camargo. SILVA, Gibson Zucca da. CARBONARI, Maria Elisa Ehrhardt. Sustentabilidade, responsabilidade social e meio ambiente. São Paulo: Saraiva, 2011. 216 p.

RIO 2016, Portal de Sustentabilidade. Disponível em <https://www.rio2016.com/sustentabilidade/nossa-proposta/#pilar-planeta>. Acesso em 21 jun 2016.

CURSINHO GRATUITO PRINCIPIA: 10 ANOS DE UMA INICIATIVA DE INCLUSÃO SOCIAL EM BAURU (SP)

Rodrigo Vick Molina

Juliano Ferreira de Sousa

Profa. Dra. Maria do Carmo Jampaulo Plácido Palhaci

Palavras-chave: Cursinho Principia; Pré-vestibular; Gratuito; UNESP; Inclusão

1. Breve descrição do projeto de extensão universitária;

As universidades públicas são espaços importantes no processo de inclusão social, para o exercício da verdadeira cidadania (CASTRO, 2005). Os Cursinhos pré-vestibulares Gratuitos vêm possibilitando que a distância entre as universidades públicas e os alunos e ex-alunos oriundos de escolas públicas diminua. Surgido há 10 anos, o Cursinho Pré-Vestibular Gratuito Principia é coordenado pela Profa. Dra. Maria do Carmo Jampaulo Plácido Palhaci, pertencente ao Departamento de Artes e Representação Gráfica (FAAC/Unesp Bauru), em parceria com a vice-diretoria da mesma instituição.

2. Objetivos;

O Cursinho Principia é um projeto ligado a Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, da UNESP de Bauru (SP) em parceria com a Pró-Reitoria de Extensão Universitária da UNESP que visa, principalmente, a inclusão social de alunos de baixa renda, possibilitando a aproximação deste público ao Ensino Superior. Nota-se que este espaço cidadão tem como objetivo aprovações nos mais diversos tipos de processos seletivos, porém também é prioridade a ampliação do repertório acadêmico-cultural dos alunos.

3. Material e métodos;

Atualmente, contamos com uma equipe de 20 graduandos, quatro alunos de Mestrado Acadêmico, um de Doutorado, além de dois graduados pela UNESP Bauru, que exercem funções de organização, coordenação de áreas e, principalmente, de docência. Temos quatro turmas de 65 alunos nas salas 85 e 86 do Campus da UNESP de Bauru, sendo duas vespertinas e duas noturnas (totalizando 260 vagas gratuitas por ano). Ambos os períodos têm seis aulas expositivo-participativas de todas as disciplinas curriculares do Ensino Médio, de segunda a sexta-feira, com aulas extras interdisciplinares de Atualidades aos sábados. As aulas mesclam recursos tradicionais, como o material didático próprio feito pela Reitoria da UNESP, com os recursos multimídia. A seleção dos alunos sempre acontece no mês de Janeiro e, nos últimos anos, contou com aproximadamente 800 inscritos. A seleção dos alunos do cursinho é feita por meio de prova simples (que mede apenas conhecimentos básicos).

4. Resultados e discussões;

Temos assistido, nos últimos anos, um crescimento no número de aprovados e um fortalecimento de nosso projeto. Temos conseguido aproximar os alunos oriundos das escolas públicas, em sua grande maioria de baixa renda, do Ensino Superior, possibilitando a ascensão e melhoria da qualidade de vida. É válido frisar, também, que a grande maioria das aprovações são em universidades públicas, como comprovam os dados de 2015. No último ano, tivemos mais de 200 aprovações em diversos espaços.

5. Considerações finais;

A coordenação considera totalmente satisfatórios os resultados atingidos, comprovando que o projeto cada vez mais consegue seu objetivo de possibilitar um ambiente de ensino inclusivo que transforme os objetivos de nossos alunos em realidade.

6. Referências bibliográficas

CASTRO, C. A. Cursinhos alternativos e populares: movimentos territoriais de luta pelo acesso ao ensino público superior no Brasil. Dissertação de Mestrado. Faculdade de Ciências e Tecnologia. Unesp Presidente Prudente/SP. Presidente Prudente, 2005.

PALHACI, M.C.J.P. A et al. Cursinho Principia: a qualidade de ensino que gera aprovações crescentes nos Vestibulares. Pôster. 3º Fórum de Extensão Universitária. UNESP Bauru/SP. Bauru, 2013.

ESTUDO SOBRE PADRÃO DE DOBRAS EM UMA BOLSA-ORIGAMI SUSTENTÁVEL

Samanta Aline Teixeira

Milton Koji Nakata

Palavras-chave: Origami; Design; Sustentabilidade; Bolsa.

Resumo

A presente pesquisa busca investigar o origami como práxis criativa e aplicá-lo em um estudo de dobras e reaproveitamento de materiais para o protótipo de uma bolsa-origami sustentável.

Introdução

O origami tem permeado uma série de inovações em milhares de áreas do conhecimento e tecnologia no mundo todo (LANG, 2009; LANG; IVERSON; YIM, 2011). A prática das dobraduras paira tanto sob a discussão e exploração estética, quanto em aplicações tecnológicas. Esse estudo procura incorporar a linguagem do origami, na tentativa de reaproveitar materiais usados com design e sustentabilidade.

Objetivos

O objetivo da pesquisa é entender experimentalmente a adaptação do origami em produtos através da aplicação sustentável de um padrão de dobras sobre uma bolsa.

Material e Métodos

A aplicação do padrão de dobras em uma bolsa surgiu com a intenção de adotar a linguagem do origami e revalorizar materiais que seriam descartados, criando uma estrutura dinâmica que modela o conteúdo interno da bolsa de maneira diferenciada. Em busca da sustentabilidade através da reapropriação de materiais usados, uma blusa velha foi escolhida para o protótipo. O desafio está na definição de um formato geométrico e preciso como um padrão de dobras em cima do tecido, que é maleável. Pesquisas como a de Morgan et al. (2016) e Zirbel et al. (2013) mostram que esse tipo de modelagem é possível quando se aplica algum tipo de estrutura rígida. Para formar a estrutura rígida interna da bolsa, utilizou-se papelão reaproveitado de caixas, embalagens e capas de revistas velhas.

Resultados e Discussões

Apesar da importância cada vez maior da sustentabilidade, poucos estudos se focam no reaproveitamento de roupas manufaturadas: algumas tecnologias patenteadas buscam reaproveitar a água na lavagem (DE SOUZA, 2000) e secagem de roupas (SUN; WANG; LI; 2013). A concepção da bolsa-origami surgiu da tentativa de entender experimentalmente como se dá a adaptação do origami em outros tipos de linguagens que não o papel e a arte. Ao realizar o protótipo, percebeu-se que é uma bolsa de estrutura externa simples, prática e sustentável. Viu-se que o conteúdo interno da bolsa participa da formação externa devido à modelagem adaptativa e os materiais foram reutilizados de maneira sustentável.

Considerações Finais

O presente estudo procurou incorporar a linguagem do origami de forma sustentável. Para tal propósito, acredita-se que os resultados foram interessantes. Esse estudo buscou uma contribuição para a pesquisa do origami contemporâneo em solo brasileiro.

Referências Bibliográficas

DE SOUZA, F. F. Clothes washing machine water reutilisation technique doubles efficiency, through recycling of the rinsing water to carry out the next wash. BR9901898-A, 14 jun. 1999, 07 nov. 2000.

LANG, R. J. Origami 4: Fourth International Meeting of Origami Science, Mathematics, and Education. Massachusetts: A K Peters, 2009.

LANG, R. J.; IVERSON, P.; W. YIM, M. Origami 5: Fifth International Meeting of Origami Science, Mathematics, and Education. Massachusetts: A K Peters, 2011.

MORGAN, M. R. et al. Towards developing product applications of thick origami using the offset panel technique. *Mechanical Sciences*, Alemanha, v. 7, n. 1, p. 69-77, março 2016. ISSN 2191-9151.

SUN, P.; WANG, J.; LI, X. Heat reutilizing-type clothes dryer, has protective cover layer provided with air inlet, air cylinder formed with ventilation hole, and return air channel connected with air cylinder, where rear plate is connected with air inlet. CN202744850-U, 06 jul. 2012, 20 fev. 2013.

ZIRBEL, S. A. et al. Accommodating thickness in origami-based deployable arrays. In: *Proceedings of ASME 2013 International Design Engineering Technical Conferences & Computers and Information in Engineering Conference*. Conferência... Portland: The American Society of Mechanical Engineers, 2013. (37, v. 6B). ISBN 978-0-7918-5594-2.

JOGO NO ENSINO DE MATEMÁTICA PARA O CONTEÚDO DO PLANO CARTESIANO

Samanta Bueno de Camargo Campana

Eduardo Martins Morgado

Edriano Carlos Campana

Wilson Massashiro Yonezawa

Palavras-chave: Matemática; Jogos; Ensino Tradicional; Plano Cartesiano.

1. Resumo:

As instituições de ensino público ou privadas estão sempre preocupadas em tornar o processo de ensino-aprendizagem de forma mais natural e significativa. No ensino tradicional de matemática a mecanização de fórmulas e conteúdos com repetição de exercícios são comuns nas práticas de ensino. O presente trabalho propôs uma experiência com dois grupos de alunos onde o primeiro grupo trabalhou com uma abordagem de ensino tradicional e o segundo grupo com a aprendizagem baseada em jogos.

2. Objetivo:

Verificar duas abordagens pedagógicas distintas no ensino de matemática, sobre o conteúdo de plano cartesiano.

3. Material e Métodos:

A pesquisa foi realizada em três etapas. A primeira etapa constitui-se no levantamento de dados exploratórios com a finalidade de conhecer os alunos que foram base de estudo na pesquisa, tanto em relação ao ambiente que se encontram, quanto a suas aptidões a disciplina de matemática. A segunda fase envolveu a aplicação de dois métodos de ensino para o assunto “plano cartesiano” para dois grupos distintos. Para a turma A foi utilizada aula expositiva e para a turma B o ensino baseado em jogos.

4. Resultados e discussão:

O trabalho buscou analisar conhecimentos e atitudes quanto a estratégias diferenciadas relacionadas ao ensino de matemática. O resultado é uma análise expressa por 52 alunos da rede pública do 8º ano do Ensino Fundamental, da cidade de Barra Bonita, interior de São Paulo. Os grupos foram compostos por 29 do sexo masculino e 23 do sexo feminino.

Durante o processo de desenvolvimento da pesquisa verifica-se que ao inserir jogos educacionais no ambiente escolar os alunos sentem-se mais motivados e interessados ao conteúdo abordado. Frente às atividades propostas após as duas estratégias didáticas aplicadas percebe-se que o grupo B se sobressaiu nos exercícios dos descritores da prova Brasil e Saresp, referente ao conteúdo de plano Cartesiano.

A concepção da abordagem baseada em aula expositiva parte do princípio que apenas o professor possui o saber e os alunos devem absorver todos os conhecimentos que o docente lhes proporciona (MIZUKAMI, 1986).

Prensky (2012), escreveu uma obra referencial na questão do jogo ser um componente importante para o processo de aprendizagem na escola. O autor sustenta que o jogo utilizado de forma apropriada pode ser ferramenta benéfica quando se analisa os “Nativos Digitais”. Este termo define as novas gerações que nasceram com a tecnologia inserida em seu cotidiano, e, portanto, possuem uma facilidade natural com os dispositivos eletrônicos que cada vez mais se integram ao ambiente educacional. Devido a essa nova geração devemos pensar em novos tipos de aprendizagem.

5. Consideração Final:

No trabalho, por meio da abordagem das interações entre conhecimento matemático e atitudes frente a um procedimento metodológico diferenciado, foi possível levantar indicadores de que ao se escolher uma estratégia diferenciada nas práticas diárias para o ensino de matemática, no caso o jogo

educacional, obtém-se resultados positivos. Isso prova que proporcionar ao aluno um ensino diferenciado, onde o aluno sai da condição de mero receptor e passa ser transformador no seu processo de ensino aprendizagem, criando condições desse aluno utilizar diferentes meios de transformar seu conhecimento é o caminho para uma educação de qualidade com índices positivos em relação a disciplina de matemática. Se faz necessário que novos estudos, de caráter qualitativo, aprofundem o olhar sobre essa discussão e enriqueçam o debate sobre este importante tema.

6. Referências:

BRASIL, SECRETARIA DA EDUCAÇÃO FUNDAMENTAL. Parâmetros curriculares nacionais: matemática do ensino fundamental. Brasília: MEC/SEF, 1998.

MIZUKAMI, N. G. M., Ensino: As abordagens do processo, 6ª edição, Editora Pedagógica e Universitária, 1986

PRENSKY, M. Aprendizagem baseada em jogos digitais. São Paulo: SENAC, 2012

PROTAGONISMO FEMININO NOS FILMES DE AÇÃO

*Sarah Moralejo
Daira Martins Botelho
Marina Darcie*

Palavras-chave: Comunicação; Cinema; Protagonismo Feminino.

De acordo com Bourdieu (2002), historicamente, foi reservado ao gênero feminino uma posição sociocultural de exclusão, seja pela dependência financeira em relação ao homem, seja pela falta de legitimação da mulher enquanto agente importante na dinâmica social criada e mantida durante muito tempo. Para o autor, ainda, a subordinação feminina era imprescindível para a manutenção de seu status quo da figura social masculina enquanto líder e provedor, ocupando as figuras de mãe e dona de casa, refletindo os interesses pré-estabelecidos pelos homens. Com o aumento ao acesso à educação, e conseqüente maior acesso ao mercado de trabalho e maior independência, é possível observar que a representatividade feminina na sociedade tem mudado nas últimas décadas. As mulheres têm conseguido adentrar espaços anteriormente ocupados somente por homens, e como isso se deu na produção cinematográfica é o tema deste trabalho.

Na indústria cinematográfica em geral, as mulheres também tiveram ingresso tardio, tanto como personagens principais, quanto profissionais envolvidas na produção das obras. Dentre os vários papéis hoje desempenhados pelas mulheres no cinema – como pode ser visto no relatório de pesquisa Gender bias without borders: an investigation of female characters in popular films across 11 countries, publicado em 2015 – para esta pesquisa optou-se pela verificação da inserção de mulheres enquanto protagonistas em filmes blockbusters que foram indicados ao Oscar e são classificados pelo site IMBD como o gênero “ação”. Justifica-se a escolha pelo fato de que os filmes classificados dessa forma reforçaram, durante a maior parte da história do cinema, o ideal de que somente homens se envolvem com a temática, respondendo aos ideais de masculinidade como violência e a responsabilidade de salvar algo – o dia, a família, a mocinha, o mundo, etc.

O objetivo da pesquisa foi a criação de uma linha histórica, feita em uma pesquisa exploratória, que apresenta o caráter cronológico de aparição das protagonistas femininas do cinema de massa, a fim de mostrar a inserção da mulher em papéis tidos como tipicamente masculinos. Para tanto, partiu-se das produções indicadas desde 1929, ano de criação da premiação do Oscar, para buscar a presença de protagonistas femininas nos filmes de perfil determinado. Como hipótese teórica, coloca-se que, ao longo das décadas, o aparecimento de mulheres nos filmes simula uma curva ascendente (com algumas quedas mas, ainda assim, com volume total de produções maiores que anteriormente) que traz protagonistas que saem de um universo estereotipado e apresentam narrativas de heroínas com maior enfoque na trajetória e, até mesmo, nos dramas pessoais das personagens.

Referências

BOUDIEU, Pierre. A dominação masculina. Trad. Maria Helena Kühner. 2 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

SMITH, Stacy L.; CHOUETI, Marc; PIEPER, Katherine. Gender bias without borders: an investigation of female characters in popular films across 11 countries. 2015. Disponível em: <<http://seejane.org/wp-content/uploads/gender-bias-without-borders-executive-summary.pdf>>. Acesso em julho de 2016.

A COMUNICAÇÃO NAS INSTITUIÇÕES DE TRANSPARÊNCIA, CONTROLE E PARTICIPAÇÃO SOCIAL: UMA ANÁLISE SOB A ÓTICA DA LITERACIA PARA AS MÍDIAS

Sheila Luana Sales Abrantes

Palavras-chave: Cidadania1. Comunicação2. Educação3. Media literacy4. Participação5.

Introdução-Compreendemos que existem habilidades essenciais que devem ser transmitidas e instruídas para os receptores de conteúdo. Deste modo, temas como cidadania, Media Literacy, participação e controle social precisam fazer parte do contexto das diretrizes educacionais brasileiras, pois com a inserção das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC's), que são ferramentas facilitadoras para introduzir os jovens na vida política do país ativamente.

Objetivos e Metodologia-O estudo baseia-se e se dispõe a fazer um levantamento teórico sobre comunicação cidadã, Media Literacy, participação social, acesso à informação e uma análise prática da comunicação institucional publicada na internet, especificamente o site social Facebook de como a sociedade brasileira, em questão os educadores, podem colaborar para que os jovens sejam incentivados para participarem da vida político-social brasileira.

Resultados e Discussões-Para contextualização da pesquisa destacamos Media Literacy que para Martino e Menezes (2012, p.12), a "Media Literacy [é vista] como competência para ação e reflexão do ambiente midiático [...] midiaticizado – a partir da construção de relações com seu modo de ser específico". O ambiente escolar é campo fértil para inserir e buscar levantar reflexões sobre os conteúdos midiáticos publicados, pois a mídia exerce o papel de socialização e instrumentalização da cidadania, é através desses conteúdos que a sociedade recebe comunicações dos atos governamentais, desta forma, é relevante que a comunidade empodere-se para desenvolver habilidades para discernir a produção midiática e os meios de informação.

Dessa forma, então realizou-se uma análise prática da comunicação institucional publicada na internet, especificamente o site social Facebook, de um órgão governamental e outra não-governamental, tendo como objeto a Controladoria Geral da União-CGU (governamental) e a Amarribo Brasil (não-governamental), as quais buscam dar visibilidade midiática sobre a perspectiva de uma comunicação pública voltada para as ações que incentivem a participação social, controle da corrupção e acesso à informação pública, que são de interesse público, que venha subsidiar a autonomia participativa e leitura das publicações midiáticas.

Ao analisar as imagens postadas pela CGU, pode-se notar que há uma intencionalidade no discurso em incentivar o cidadão a participar da política nacional, por meio de ferramentas digitais que têm a função de divulgar e exercer controle social frente às decisões e destino do orçamento público.

Ao averiguar as imagens postadas pela Amarribo Brasil, nota-se um trato comunicacional diferenciado da CGU. As imagens selecionadas são fotografias de situações reais que são em decorrência do alto índice de corrupção no país, sendo assim, apontando para o retrato cotidiano do cidadão que sofre em consequência da má administração pública dos recursos financeiros, revelando que devido à corrupção existe muita desigualdade e exclusão social.

Considerações Finais-Neste sentido, percebemos que há meios para que o cidadão passivo absorva conhecimento sobre a linguagem da comunicação, tendo o educador como condutor na construção de saberes, para incentivar os jovens em idade escolar a refletirem sobre produção midiática, assim, avançando para o patamar de ativo, tendo capacidade para realizar julgamento e análises referentes às informações acessadas.

Assim conclui-se, que a sociedade é atingida por diversas formas de comunicação midiática, mas somente por meio do conhecimento em educação em mídia, pode-se perceber suas finalidades e ter

discernimento para compreender os objetivos das mídias, principalmente para aquelas que têm cunho expositivo de transparência e controle de ações governamentais.

Referências

MARTINO, L.;MENEZES, J.E. Media Literacy: competências midiáticas para uma sociedade midiaticizada. Líbero, São Paulo, 2012.

PUBLICIDADE QUE CONSUME A INFÂNCIA: O DESPERDÍCIO DE VALORES DURADOUROS POR PRAZERES INSTANTÂNEOS

Solange Luiz

Zildo Gallo

Daltro Cella

Palavras-chave: Público Infantil; Consumismo; Publicidade; Mídia; Televisão.

O consumismo infantil assumido pela mídia televisiva na evolução do comportamento da criança têm gerado muita discussão e debates. A partir dos anos 1990 os meios de comunicação social, principalmente a televisão, tornaram-se os maiores propulsores do consumismo. A publicidade televisiva passou a construir o objeto como valor de desejo. As empresas passaram a explorar e investir nesse público, descumprindo regras e normas contra o abuso de publicidade comercial direcionada ao consumo. Assistindo a uma média de cinco horas diárias de televisão, as crianças são alvo de uma infinidade de peças publicitárias. É comum que a publicidade de produtos e serviços utilize-se de recursos de fantasia, animação, personagens licenciados, músicas infantis, dentre outros recursos atrativos aos pequenos. O objetivo deste trabalho foi investigar o consumo infantil como decorrência da publicidade televisiva destinada a esse público, bem como suas implicações sociais e culturais que acarretam no desenvolvimento do consumidor infantil compulsivo. A pesquisa teórica permitiu um embasamento e compreensão do tema por meio de referências e levantamentos de fontes secundárias. Optou-se por trabalhar com a pesquisa qualitativa, por meio de estudo exploratório, questionário semiestruturado e entrevista em profundidade. O processo de coleta de dados realizou-se em três etapas: a primeira contou com a distribuição de questionário às mães ou responsáveis com filhos de cinco a seis anos, de ambos os sexos, em duas escolas (uma pública e outra privada) da cidade de Araraquara/SP. Em seguida, foram entrevistadas as crianças. E na terceira etapa buscou-se a opinião de um profissional da área da educação. Os dados obtidos nesta pesquisa corroboram que o televisor é um item indispensável nos lares e que pais ou responsáveis não controlam o tempo de TV de seus filhos. Isso sugere que a influência da publicidade televisiva sobre as crianças torna-as reféns do consumo, e estas expressam cada vez mais desejos e suas vontades com as compras de produtos. A maioria das crianças entrevistadas diz prestar a atenção à publicidade televisiva quando esta mostra o personagem preferido e afirmam pedir à mãe para comprar o produto anunciado. Apoiada na premissa de que a necessidade por novos produtos traz a felicidade, a criança vê-se na ânsia de ter sempre o último brinquedo lançado. Um processo que cria um vício e coloca-a em busca constante pelo produto anunciado, almejando uma felicidade que nunca virá. A mídia televisiva, juntamente com a publicidade, além de ditar as regras de quais itens devem ser consumidos, também tem contribuído para criar a infância do consumo, reconfigurando comportamentos, modo de vida e de subjetividade na sociedade contemporânea. Hoje é visível a necessidade do "ter"; as crianças disputam quem tem mais brinquedos de última geração. Dessa forma, as crianças, ainda em pleno desenvolvimento, sofrem cada vez mais cedo com as graves consequências relacionadas ao excesso do consumismo inconsequente. Cabe a sociedade protegê-las legalmente dos bombardeios publicitários que as convida a tornarem-se adultas antes do tempo, como também prepará-la para que seja uma cidadã consciente e responsável, que saiba refletir e questionar sobre a imensa quantidade de informações e imposições que tanto a mídia televisão quanto a publicidade impõem-lhe constantemente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABARCA G. S. O poder da TV no mundo da criança e do adolescente. 3 ed. São Paulo: Paulus, 2004.

ARIÈS, P. História social da criança e da família. 2ª ed. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 2006.

BAUMAN, Z. Vida para consumo: A transformação das pessoas em mercadoria. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Ed. Jorge Zahar, 2008.

SANTOS, M. A. Sociedade do Consumo - criança e propaganda, uma relação que dá peso. Porto Alegre: Edipucrs, 2009.

VYGOTSKY, L. S. A formação social da mente. São Paulo: Martins Fontes, 1991.

AS CRÔNICAS DE GUERRA DOS CORRESPONDENTES RUBEM BRAGA E JOEL SILVEIRA: ANÁLISE DOS ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DA NARRATIVA

*Tamiris Tinti Volcean
Arlindo Rebechi Junior*

Palavras-chave: crônica de guerra; gêneros do discurso; dialogismo; Rubem Braga; Joel Silveira

1. Introdução

A crônica especializada de guerra, enquanto gênero discursivo híbrido, intersecção entre a linguagem jornalística e a linguagem literária, ganha destaque nos periódicos nacionais durante as duas guerras mundiais. Quando delimitamos o nosso objeto de pesquisa à crônica de guerra, pode-se dizer que tratamos de uma crônica especializada, uma vez que os cronistas correspondentes trabalham com assuntos relacionados à Segunda Guerra Mundial, aos pracinhas brasileiros e às situações enfrentadas no front.

2. Objetivo

Promover um estudo comparativo entre o uso dos elementos constitutivos da narrativa nas crônicas publicadas originalmente nos jornais durante o período da Segunda Guerra, posteriormente compiladas nas publicações Crônicas da Guerra na Itália (1996) e Histórias de Pracinhas (1945).

3. Material e Métodos

Para a produção desse recorte da pesquisa de Iniciação Científica, utilizou-se os seguintes caminhos metodológicos: (1) pesquisa bibliográfica para aprofundamento no campo teórico e metodológico da investigação, além do recenseamento da fortuna crítica, geral e específica, de Rubem Braga e Joel Silveira. (2) pesquisa documental, que será realizada a partir do acompanhamento das crônicas originais publicadas nos jornais Diário Carioca e Diário da Noite, componente do grupo Diários Associados nos anos 1944 e 1945.

4. Resultados e Discussões

De acordo com as análises baseadas na pesquisa bibliográfica e na pesquisa documental, Joel Silveira mostra-se um cronista mais sincronizado com os relógios. Durante suas narrativas, há predominância da cena, enquanto figura de duração temporal. Ou seja, o discurso corresponde, aproximadamente, ao tempo dos acontecimentos, o que pode ser afirmado pela exatidão de horários ou dias transcorridos entre uma ação e outra.

Rubem Braga, em contrapartida, não faz uso constante de advérbios de tempo e demarcações temporais, portanto a utilização de tempo físico e da sucessão de acontecimentos não é tão evidente quanto nas crônicas de Silveira.

Tratando-se do espaço, nas crônicas de Silveira o elemento ocupa lugar de destaque e é apresentado com informações objetivas e bem delimitadas. Enquanto o correspondente do Diário da Noite dedica-se a trabalhar o espaço com mais afinco, investindo em longas explanações sobre estratégias bélicas quantitativas, pouco sabemos sobre posições exatas ou descrições detalhadas das situações narradas por Rubem Braga.

Braga protagoniza suas narrativas com informações sobre o cotidiano dos pracinhas, suas ações e sensações humanas, descritas a partir de discurso direto ou indireto livre. A falta de advérbios temporais e espaciais fazem com que a atenção do leitor seja direcionada para as pessoas que praticam ou sentem as ações presentes na crônica.

5. Considerações Finais

A preferência pela ênfase espacial em Joel Silveira, assim como a propensão de Rubem Braga pela personagem, demarca as divergências e, acima de tudo, a identidade narrativa de cada correspondente.

Enquanto o primeiro apresenta uma visão analítica dos fatos, Braga fornece ao leitor proximidade emocional com as situações vivenciadas pelos pracinhas da FEB. A partir da contraposição de crônicas, é, portanto, possível evidenciar características pessoais a partir do ponto de vista narrativo de cada autor, ou seja, há divergências e convergências entre os elementos da estrutura narrativa, como a construção do personagem e a questão temporal, presentes nos textos dos correspondentes em questão.

6. Referências Bibliográficas

BAKHTIN, Mikhail Mikhailovich. Os gêneros do discurso. In: _____. Estética da criação verbal. São Paulo: Martins Fontes, 1979, p. 277-326.

BRAGA, Rubem. Crônicas da guerra na Itália. Rio de Janeiro: Biblioteca do Exército, 1996.

SILVEIRA, Joel. Histórias de Pracinha. Rio de Janeiro: Companhia Editôra Leitura, 1945.

O CONCEITO DE DEFICIÊNCIA NOS VEÍCULOS IMPRESSOS DA UNESP

Tatiana Olivetto Maranhão Broetto

Carlo José Napolitano

Palavras-chave: acessibilidade; deficiência; inclusão; meios de comunicação; universidade

O presente trabalho está vinculado ao 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. Desde a incorporação da Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência e seu Protocolo Facultativo, de 2006, a sociedade vivencia uma mudança interna do real conceito de deficiência. A mudança do olhar bioético para o social e político em relação ao conceito fez com que algumas medidas fossem tomadas em relação às políticas públicas, sendo que a discussão do tema ganhou espaço nos ambientes públicos, entre eles, a universidade. O entendimento de que deficiência não se resume somente a diversas lesões e doenças do corpo fez com que a elaboração de leis e uma maior atenção para políticas fossem tardias dentro do campo social (DINIZ, 2007, p.11). A Convenção também suscita a importância dos meios de comunicação e o papel cidadão da mídia. Ela deixa clara a responsabilidade que a mídia tem em retratar os portadores de deficiência de forma igualitária e de forma acessível, além de decretar que todos os meios devem fornecer seus serviços de forma abrangente e totalitária. Dessa forma, a pesquisa consiste em analisar como as mídias impressas da UNESP (Revista UNESP Ciência, Jornal UNESP, UNESP Informa e o Guia de Profissões) retratam e veiculam a questão das pessoas com deficiência. A pesquisa consiste em examinar se as mídias institucionais sabem se livrar de estereótipos, se existe lugar para os deficientes dentro das suas publicações e se o novo conceito de deficiência está sendo bem aplicado. Para cumprir os objetivos da pesquisa, está sendo utilizado o método de análise de conteúdo das publicações de janeiro a junho de 2016 dos veículos mencionados. É sabido que o espaço público da universidade tem como objetivo principal produzir conteúdos e conhecimento, além de promover a cidadania, de forma com que toda a discussão produzida tenha um impacto social dentro e fora do ambiente acadêmico. O desafio atual é fazer com que esse espaço seja realmente um lugar igualitário e que o direito à educação, premissa básica da sociedade, seja exercido por todos. E a mídia, como uma das maiores formadoras de opinião na sociedade, tem como desafio saber exercer sua função de forma inclusiva, cidadã e conscientizada. Dentro da universidade, o desafio é ainda maior, pois os veículos institucionais devem seguir os novos modelos da mídia e se adequar aos novos conceitos de deficiência, para que não haja nenhum tipo de erro e para que todos os deficientes, possam se sentir incluídos e contemplados de forma democrática. Os resultados parciais evidenciam que essa pauta cada vez mais vem à tona no ambiente universitário e é algo presente com uma certa frequência. O que falta é a prática do uso de termos corretos, que não reforcem nenhum tipo de desigualdade ou repressão e que não estereotipem ninguém. Assim, a pesquisa considera que uma comunicação de qualidade, que faz uso de conceitos científicos bem delimitados, como o atual conceito de deficiência, possibilita a efetivação dos direitos fundamentais relacionados aos deficientes e pode ajudar a superar dificuldades que impedem tal fato, combatendo preconceitos e proporcionando a inclusão.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DINIZ, D.; PEREIRA, L.B.; SANTOS, W.R. Deficiência, direitos humanos e justiça. Revista internacional de direitos humanos: SUR v. 6, n. 1, dez. 2009. Disponível em: <http://bdjur.stj.jus.br/xmlui/bitstream/handle/2011/35352/deficiencia_direitos_humanos_diniz.pdf?squence=1>. Acesso em 30 jun. 2014.

DINIZ, DEBORA. 2007. O que é deficiência. São Paulo: Editora Brasiliense.

A TRANSMISSÃO TELEVISIVA DA GINÁSTICA ARTÍSTICA

*Tatiana Zuardi Ushinohama
Leticia Passos Affini*

Palavras-chave: ginástica artística; transmissão televisiva; esporte; televisão; comunicação.

A ginástica artística de solo é uma das modalidades femininas na qual a atleta utiliza seu corpo para se expressar por meio de movimentos acrobáticos, coreografados e sincronizados com uma música, desafiando os limites da natureza, ou seja, principalmente a ação da gravidade. Essa manifestação física de destreza, de equilíbrio e de força segue, no entanto, regras esportivas que exigem sequências de elementos obrigatórios (saltos, rodantes, estrelas, giros e mortais), limitadas por uma área e por um tempo. Apreciar a performance da atleta requer analisar o movimento humano a partir de uma perspectiva que permita observar a aplicação das leis mecânicas ao movimento animado. Essa estética, associada à eficácia e à eficiência do movimento, é estudada pela biomecânica, pois se baseia no sistema cartesiano de planos e eixos para observar a interação de forças (gravidade, peso e alavancas) sobre o corpo humano. Assim, para construir o discurso televisivo, a transmissão deve se utilizar dos seguintes recursos: linguagem audiovisual, entendimento da mecânica dos movimentos e contexto e regras da modalidade.

O objetivo deste estudo é comparar as construções televisivas das apresentações de solo da ginástica artística feminina transmitidas “ao vivo” por emissoras diferentes, a fim de identificar se as posições, os movimentos e os cortes das câmeras representam adequadamente o corpo do atleta em movimento. A pesquisa utilizou a análise das estruturas representativas (CSETTI et. al., 1999) para nortear a desconstrução sintática do discurso televisivo. Selecionou-se como objeto da pesquisa a apresentação de solo da ginástica artística feminina de quatro eventos transmitidos “ao vivo” por emissoras diferentes: SporTV (brasileira), OBS (Comitê Olímpico Internacional), NBC (americana), RTP2 (portuguesa), no primeiro semestre de 2016.

Ao apresentar-se no solo, a ginasta utiliza-se das diagonais do tablado para poder pegar “impulso” e finalizar com movimentos rotacionais, na horizontal ou na vertical (mortais e piruetas). O “impulso” é a combinação de movimentos (rodante, estrela, flic-flac) realizados pela flexão e a extensão do corpo. Segundo a biomecânica, o deslocamento rotacional deve ser observado de um nível superior ou inferior à sua ação; já os gestos que envolvem a flexão e extensão do corpo, lateralmente.

Ao analisar as transmissões propostas pelas quatro emissoras de televisão, verifica-se que apenas a emissora OBS apresenta, na sua composição discursiva, os movimentos, adotando o ponto de vista “biomecânico” tanto na transmissão “ao vivo” quanto nos replays. A NBC posiciona-se em relação aos movimentos de forma adequada, com uma construção imagética diferenciada, enquadramento em Plano Conjunto e na linha do tablado, porém comete equívocos de eixo biomecânico ao editar as imagens entre as diferentes câmeras, devido à imprevisibilidade dos movimentos. A SporTV utiliza mais de seis câmeras e trabalha desde o Plano Geral ao Plano Detalhe, entretanto respeita o ponto de vista biomecânico somente com as câmeras posicionadas em um ponto superior à atleta. A RTP2 dispõe as câmeras acima e na altura da atleta e não respeita o eixo biomecânico ao realizar a edição das imagens. A partir dessas disposições, considera-se que não há modelo padrão de construção do discurso televisivo para a modalidade de ginástica artística de solo. O desrespeito ao eixo biomecânico prejudica a compreensão do movimento, dificulta a interpretação do receptor e lesa a estilística do esporte.

Referências Bibliográficas

CASETI, F.; CHIO, F. Análisis de la televisión: instrumentos, métodos y prácticas de investigación. Barcelona: Paidós, 1999.

DANCYGER, K. Técnicas de edição para cinema e vídeo: história, teoria e prática. 3º ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

HAMIL, J.; KNUTZEN, K.M. Bases Biomecânicas do Movimento Humano. 3º ed. São Paulo: Manole, 2012.

GAGE, L. D. O filme publicitário. 2º Ed. São Paulo: Atlas, 1991.

O NOVO PERCURSO NARRATIVO DO JORNALISMO DE DESACONTECIMENTOS: CONSIDERAÇÕES SOBRE A ATUAÇÃO DE ELIANE BRUM COMO COLUNISTA DE OPINIÃO

Tayane Aidar Abib

Palavras-chave: Jornalismo; Compreensão; Diálogo; Colunas de Opinião; Eliane Brum.

Desde o início de sua carreira jornalística, como repórter no jornal gaúcho Zero Hora, em 1989, Eliane Brum experimenta diferentes dinâmicas produtivas dentro do cenário noticioso. Como repórter, Brum atuou onze anos no jornal Zero Hora, de Porto Alegre, e dez anos na revista Época, em São Paulo. Desde 2010, ela trabalha como jornalista freelance, dedicando-se à escrita de colunas de opinião, inicialmente para o site da revista Época e há quase três anos para o portal brasileiro do jornal El País. Todo este percurso de trabalho tem sido acompanhado por nossa investigação. Em nível de Iniciação Científica, debruçou-se sobre o ciclo de atuação de Brum no jornalismo impresso e dedicou-se a identificar um novo critério de noticiabilidade e técnicas de reportagem específicas, definidores da prática dos Desacontecimentos: uma concepção que traduz a escolha de Eliane Brum em centrar-se na apropriação de fatos não-marcados, isto é, “fatos não imediatamente relevantes para o cânone da cultura jornalística, normalmente desconsiderados pela marcação (pauta) da grande mídia” (SODRÉ, 2009, p.76). Para tanto, sustentou-se nos estudos sobre tribo jornalística (TRAQUINA, 2008), a fim de evidenciar as divergências entre a cultura profissional e o *modus operandi* de Brum. Em nível de Mestrado, sob processo FAPESP 2015/12073-8, propôs-se a continuidade e o aprofundamento da caracterização deste novo modo de produção jornalística, agora com foco nos trabalhos de Eliane como colunista de opinião na internet – tomando como corpus de análise seus artigos para Época, reunidos no livro “A menina quebrada” (2013), e para o El País Brasil, delimitados entre os anos de 2014 e de 2015. Em última instância, concomitantemente ao interesse em lançar novos subsídios teóricos para o fazer de Brum, objetiva-se refletir, a partir de uma análise descritiva e interpretativa de suas colunas, sobre as novas configurações narrativas de seus textos. Espera-se, assim, identificar novas possibilidades de linguagem, valores e técnicas jornalísticas, de modo a fundamentar uma prática destoante da mídia tradicional.

Acredita-se, como eixo norteador de pesquisa, que as produções deste novo percurso de Brum evidenciam marcas de uma narrativa aberta ao movimento de “voltar-se-para-o-outro” (BUBER, 1982, p.56), de “compreender intersubjetivamente” (MORIN, 2002, p.95), de vincular-se “com o outro, com a pluralidade dos outros, com o mundo” (SODRÉ, 2006, p.68), pelo “afeto e o respeito pelo Outro, por mais distinto que ele seja” (MEDINA, 2006, p.63). Neste sentido, suas colunas apresentam-se como narrativas complexo-compreensivas, nos moldes do que propõe Kunsch (2010, p.17), interessadas em “pensar no quadro envolvente de multicausalidades, múltiplos anglos e perspectivas”, enfronhando-se “pelas veredas da contextualização. Dos textos e de seus contextos”.

Ao se lançar à descoberta de compreender “o que dá sentido à existência de cada um e como cada pessoa- em geral com muito pouco – reinventa sua história” (BRUM, 2013, p.197), Brum assume uma escrita que ‘tece em conjunto’ e que responde, assim, ao apelo do verbo latino *complexere* – ‘abraçar’: “o pensamento complexo é um pensamento que pratica o abraço. Ele se prolonga na ética da solidariedade” (MORIN, 2002, p.7).

Referências Bibliográficas

BRUM, Eliane. A menina quebrada e outras colunas de Eliane Brum. Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2013.

BUBER, Martin. Do diálogo e do dialógico. São Paulo: Perspectiva, 1982.

KUNSCH, Dimas A.; MARTINO, L. M. S. (Org.) . Comunicação, jornalismo e compreensão. São Paulo: Editora Plêiade, 2010.

MEDINA, Cremilda. O signo da relação: comunicação e pedagogia dos afetos. São Paulo: Paulus, 2006.

MORIN, Edgar. Os sete saberes necessários à educação do futuro. 2ª edição. São Paulo: Cortez; Brasília, DF: Unesco, 2002.

SODRÉ, Muniz. A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento. Petrópolis: Vozes, 2009.

_____. As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política. Petrópolis: Vozes, 2006.

PARTICIPAÇÃO FEMININA NA POLÍTICA BRASILEIRA: DILMA NA PRESIDÊNCIA DO BRASIL

*Thais Alves Viana
Maria Cristina Gobbi*

Palavras-chave: Mulheres; Política; Cotas;

(1) A participação das mulheres na política do Brasil vem crescendo de modo lento desde a redemocratização do país no final dos anos 1980. O Inter-Parliamentary Union (IPU) em junho de 2016 classificou o Brasil no ranking de participação das mulheres como o 153º colocado dentro de uma lista de 190 países avaliados. Ficando atrás de países como Ruanda em 1º lugar e Serra Leoa 140º. A instituição avaliou somente a ocupação para os cargos de deputadas federais. No Brasil as mulheres são apenas 9,9% dos cargos políticos (IPU, 2015). Contudo, em 2010 elegemos a primeira mulher para presidente da república, Dilma Vana Rousseff com 56,05% dos votos. A presidente está afastada de seu segundo mandato, até que o processo de impeachment seja concluído. Ela foi reeleita no final de 2014 com 51,64% (TSE, 2014).

Atualmente (2016) as mulheres ocupam 8.499 cargos políticos. Sendo 51 como deputadas federais, 115 deputadas estaduais, 5 deputadas distritais, 11 senadoras, uma governadora, 657 prefeitas, 7.654 vereadoras e uma presidente. Dessa forma, as mulheres correspondem a cerca de 13% de participação total em todos os cargos políticos do país. Os homens representam 56.212, divididos em 462 deputados federais, 920 deputados estaduais, 19 deputados distrital, 70 senadores, 26 governadores, 4.908 prefeitos e 49.780 vereadores. No momento, nenhuma mulher está à frente de alguma pasta, pois o vice-presidente, no exercício do mandato, nomeou novos ministros e afastou quatro mulheres de ministérios.

(2) Assim, para esse texto, o objetivo é o de fazer um resgate histórico da participação da mulher na política nacional. Para atender esse foco, a investigação buscará resgatar a participação e a representatividade política feminina e conhecer a legislação que trata sobre os processos eleitorais.

(3) Utilizando a pesquisa exploratória, a investigação sistematizará a participação da mulher na política. Após, a pesquisa bibliográfica e documental, a coleta de dados ocorrerá em espaços como Tribunal Superior Regional (TSE) e o Senado Federal, aliado com revisão teórica em autores como Vaz (2008), Bezerra (2004), Hollanda (2003), Thompson (2002), Saffioti (1976) etc., visando estabelecer a interface entre a participação feminina na política e as relações de representatividade.

(4) Atualmente (2016), a mulher representa 52% da população eleitora do país. No entanto, seus direitos ainda são votados e decididos pela maioria dos homens que estão no congresso (IBGE, 2015). Porém, participação feminina cresceu em 46,5% em 2014 quando comparado a 2010, de acordo com dados da Secretaria de Políticas para as Mulheres (SPM) da Presidência da República.

(5) Entre 1995 e 2009 surgiram projetos para suprir a lacuna da presença feminina na política. Mas as Leis e Emendas Constitucionais deixaram brechas que permitem que os partidos burlem as cotas definidas. Grosso modo os partidos deveriam preencher as vagas com no máximo 70% e, no mínimo 30% de cada gênero. Mas isso não ocorre, de acordo com dados preliminarmente levantados na pesquisa.

Recentemente o Senado Federal aprovou uma Proposta de Emenda à Constituição (PEC nº 98/2015) com relação a essa matéria. Apesar dessas conquistas no país, não há a cultura da igualdade e do respeito entre os gêneros em muitos setores da sociedade brasileira, ainda mais na política.

(6) Referencias Bibliográficas

Inter-Parliamentary Union. Woman in national parliaments. <<http://www.ipu.org/wmn-e/classif.htm>>
Acesso em: julho/2016

Secretaria de Políticas para as Mulheres. As mulheres nas eleições de 2014. <<http://www.spm.gov.br/sobre/publicacoes/publicacoes/2014/as-mulheres-nas-eleicoes-2014-livro.pdf>> Acesso em: julho/2016

Tribunal Superior Eleitoral. Presidente do TSE anuncia aumento de 5,17% no eleitorado brasileiro. <<http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2014/Julho/presidente-do-tse-anuncia-aumento-de-5-17-do-eleitorado-brasileiro>> Acesso em: julho/2016

"FANNY E ALEXANDER", ENTRE A REALIDADE E A FANTASIA: UMA ANÁLISE DOS ASPECTOS AUTOBIOGRÁFICOS DO FILME DE INGMAR BERGMAN

THAIS SOUSA
LILIAN MARTINS
LUELÚ DE ANDRADE

Palavras-chave: Bergman; Fanny e Alexander; adaptação; realidade; fantasia.

O presente trabalho tem como base o projeto de pesquisa de Mestrado, que será apresentado por Thais Sousa, com contribuições de Lilian Martins e Luelú Andrade, durante a disciplina "Adaptação literária para os meios audiovisuais: cinema e televisão", ministrada pelo professor Dr. Marcelo Magalhães Bulhões no primeiro semestre de 2016.

Pretende-se analisar a vida e obra do cineasta Ingmar Bergman. Conhecido por fazer um "cinema de arte", filmes com um teor existencial, autoral e biográfico.

Para entender essa ótica biográfica, o filme "Fanny e Alexander" (1982), expõe-se como um objeto profícuo para tal análise. Bergman não poupou artifícios para passar sua mensagem nessa obra que foi a e maior sucesso comercial. Assim, através de um cotejar entre as duas versões dos filmes e sua obra autobiográfica "Lanterna mágica" (2013), o trabalho indica como o cineasta apresenta sua ideia sobre a vida e, a partir de aspectos existenciais, revela aos espectadores dualismos que, no caso do cineasta, são complementares. Bergman contrapõe a realidade e a fantasia como modo de sobrevivência.

Os principais objetivos são: identificar elementos autobiográficos no filme "Fanny e Alexander", comparando a produção cinematográfica de Bergman ao livro "Lanterna Mágica" (2013); analisar em que medida o filme pode ser compreendido como uma adaptação.

O estudo utiliza uma abordagem analítica das duas versões da produção "Fanny e Alexander" (1982) comparando-o com o livro autobiográfico de Ingmar Bergman, "Lanterna Mágica" (2013). Também foram consultadas pesquisas históricas e bibliográficas.

A autorreferencia de Bergman é conhecida em suas obras. Em "Fanny e Alexander" isso se torna mais evidente e visceral. No filme, o personagem principal, Alexander, vive em um universo de histórias e imaginação, toda a família é envolvida com o teatro, o que o torna um ator de várias maneiras. Após passar pelo trauma da perda do pai, Alexander usa da fantasia, e/ou mentiras, interpretadas assim pela mãe, para fugir da dura realidade da morte. Sendo ele uma espécie de alter ego de Bergman, vemos no filme situações vivenciadas por Alexander que, como indica o livro de memórias do diretor, são relatos reais da vida do cineasta. O trecho a seguir nos evidencia:

Apaixonei-me pela jovem. Ela passou a fazer parte das minhas fantasias e eu a chamava de Esmeralda (...) contei-lhe que meus pais haviam me vendido para o Circo Schumann, que logo me levariam de casa e da escola, que seria treinado para me transformar num acrobata e que ficaria com Esmeralda. A professora considerou o assunto tão sério que escreveu uma carta a minha mãe. (BERGMAN, p.25, 2013)

Em seu livro, Bergman relata que para conseguir lidar com os castigos impostos pelo pai e pelo desprezo da mãe utilizava-se da imaginação, criava situações, personagens para "sobreviver", o mesmo levou isso para a vida adulta chegando a relatar que em certos momentos preferia viver na ilusão de suas ideias:

Era difícil distinguir entre o que eu fantasiava e o que era considerado real. Se me esforçasse, podia fazer com que a realidade se conservasse real, mas lá havia, por exemplo, fantasmas e espectros. (BERGMAN, p. 27, 2013).

Com o projeto sobre a obra de Bergman ainda em andamento, é possível concluir que o filme "Fanny e Alexander" mostra-se um objeto fecundo para identificar as questões levantadas sobre a realidade

versus a fantasia, uma das temáticas centrais na obra do diretor. No filme, foi possível identificar as marcas autorreferenciais do cineasta, Suas memórias registradas em "Lanterna Mágica" estão presentes e sugerem a adaptação da obra memorialística para o cinema.

Referências

BERGMAN, Ingmar. Lanterna Mágica. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

STAM, Robert. A Literatura Através do Cinema. Realismo, magia e a arte da adaptação. Tradução de Marie-Anne Kremer e Gláucia Renate Gonçalves. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008.

TEMÁTICAS DA CULTURA DE PAZ NAS FOTOS VENCEDORAS DO WORLD PRESS 2016

*Thales Valeriani Graña Diniz
Agnes Sofia Guimarães Cruz*

Palavras-chave: Cultura de Paz; Fotografia; Word Press 2016; Representações

RESUMO

As fotografias que representam os fatos sociais não são frutos do acaso, há uma série de fatores culturais e ideológicos que influenciam na sua construção, além da produção de sentido que, não obstante, pode ser desejada e intencional. Neste sentido, o presente artigo visa analisar quais as temáticas da Cultura de Paz que foram representadas no World Press 2016, a distinção de fotojornalismo mais respeitada do mundo, criada em 1955 pela organização independente World Press Photo.

OBJETIVOS

- Objetivo Geral: analisar como o jornalismo para a paz, no caso o fotojornalismo, aborda temáticas da cultura de paz na mais reconhecida premiação de fotografias do mundo;
- Objetivos Específicos:
 - Mensurar quais temáticas são mais presentes;

MATERIAIS E MÉTODOS

Ao todo são 45 fotografias separadas em oito categorias. Elas foram analisadas à luz das temáticas da cultura de paz vaticinadas por autores da área tais como questões de gênero, meio ambiente, violência cultural e estrutural e outras.

RESULTADO E DISCUSSÕES

Constatou-se que as fotografias premiadas abordam temas presentes no debate público, mas numa perspectiva original e que, em certa medida, conseguem sensibilizar a opinião pública acerca de determinado assunto, como exemplo pode-se citar a fotografia que ganhou a distinção de melhor do ano, na qual um bebê é passado por baixo de uma cerca de arame farpado pelo seu pai que está tentando entrar na Europa, fugindo da guerra na Síria.

Houve um recorte de temas abordados na Cultura de Paz, tal seleção baseou-se em grandes categorias que incluem temáticas específicas, por exemplo, a questão de gênero que lida com a ética do cuidado, patriarcado e igualdade de gênero. É importante destacar que a violência estrutural e a cultural perpassam todas estas temáticas.

Temas da cultura de paz mais abordados no World Press 2016

Categorias

Temáticas da Cultura de Paz Presentes

Nº de Fotografias Analisadas

Notícias Locais

Refugiados, Infante juvenis, Meio Ambiente

06

Esportes

Meio Ambiente

06

Pessoas

Gênero, Meio Ambiente, Infante juvenis, Refugiados

06

Natureza

Meio Ambiente

06

Série Fotográfica

Gênero, Ética do Cuidado

3

Notícias Gerais

Minoria religiosa, refugiados, Infante juvenil, Meio Ambiental

06

Cotidiano

Meio Ambiente, Gênero, Minorias: deficientes visuais e religiosa

06

Questões Contemporâneas

Meio Ambiente, Gênero, Questão Racial e Infante juvenil

06

Fonte: autoria própria

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise não analisou os aspectos técnicos e constitutivos das imagens, ateu-se as temáticas representadas segundo a Cultura de Paz. Mas, em relação aos temas, pode-se se dizer que eles vão ao encontro dos valores abordados pela Cultura de Paz, não somente por abordarem a violência direta, estrutural e cultura nas suas mais diferentes expressões, mas também por não promovê-las de forma sensacionalista, mostrando as contradições, complexidades e urgências de assuntos presentes no debate público, tais como a crise de refugiados na Europa, problemas ambientais e questões de gênero, presentes em todas as oito categorias da premiação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARTHES, R. A Câmara Clara: nota sobre a fotografia. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980

GALTUNG, Johan. Violencia cultural. Violencia cultural. Gernika-Lumo: Gernika Gogoratuz, 2003

GOEBEL MC DERMOTT, Anthony. Ecologismo de los Pobres y Marginalidad Social: vehículos de complementariedad y puentes dialógicos

SHINAR, Dov. Mídia democrática e jornalismo voltado para a paz. Mídia democrática e jornalismo voltado para a paz. Líbero, ano XI, n. 21, 2008, p. 39-48

KUHNEN, T. A. A ética do cuidado como teoria feminista. Anais do III Simpósio Gênero e Políticas Públicas, Universidade Estadual de Londrina, 27 a 29 de maio de 2014. Disponível em: http://www.uel.br/eventos/gpp/pages/arquivos/GT10_T%C3%A2nia%20Aparecida%20Kuhnen.pdf

Acesso em: 10 jan. 2016

WORD PRESS 2016, W. P. P. Disponível em <<http://www.worldpressphoto.org/collection/photo/2016>>

Acesso em: 25 jun 2016

O JORNALISMO INDEPENDENTE NAS MÍDIAS SOCIAIS: REFLEXÕES A PARTIR DA ATUAÇÃO DOS “JORNALISTAS LIVRES”

Valquíria de Cássia Tavares

Palavras-chave: Jornalismo. Jornalismo Independente. Mídia Digital. Estratégias de Mídia Social. Jornalistas Livres

Breve descrição da pesquisa: O rápido desenvolvimento tecnológico surpreende, na medida em que encontra na informação e comunicação um intenso vínculo. Esse cenário de constantes transformações tecnológicas, principalmente com o advento da internet, tem alterado as rotinas de produção em produtos comunicacionais (SOUSA, 2013). Com o uso crescente das redes sociais digitais, os profissionais do jornalismo ganharam força desenvolvendo linguagens e formatos específicos para diversos conteúdos e passaram a contar com mais estrutura para atuar de forma independente aos meios de comunicação instituídos no mercado convencional (SILVA; EMERIM, 2015). Segundo Ferrari (2010) com as redes sociais o público não precisa seguir o fluxo imposto. Seguindo essa lógica, “[...] o jornalismo alternativo e independente desta estrutura mercadológica e comercial desenvolve linguagens e formatos específicos.” e, também propõe “[...] novos modelos de organização de negócio, próprios da lógica da web, como a produção colaborativa e o financiamento coletivo.” (SILVA; EMERIM, 2015, p. 76). Pensando nesse cenário e sua influência na produção e difusão de conteúdo, a pesquisa adota como objeto de estudo a atuação da rede “Jornalistas Livres” nas mídias sociais. Objetivos: Motivada pela hipótese de que a internet possa estar influenciando fundamentos básicos do jornalismo, nosso objetivo é compreender, sistematizar e apontar as estratégias de mídia social que o profissional com formação jornalística, atuante na mídia independente estabelece em sua rotina jornalística, interferindo na linguagem, formato e conteúdos noticiosos. Material e métodos: A pesquisa tem abordagem qualitativa de caráter descritivo. O método será a pesquisa de campo com o universo voltado para a atuação da rede “Jornalistas Livres” em Belo Horizonte-MG. A escolha se deu por se tratar de um grupo que conseguiu relevante visibilidade nas redes sociais. O instrumento escolhido para coletar os dados é a entrevista em profundidade. Até o momento dois tem sido os momentos da pesquisa: um refere-se às questões de natureza bibliográfica para aprofundar conceitos, buscar contribuições teóricas sobre a temática da pesquisa e estabelecer familiarização acerca dos assuntos abordados. (MARCONI; LAKATOS, 2001); outro na produção de instrumentais relativos à metodologia do campo investigado, o conhecimento da rede “Jornalistas Livres” e sua atuação na construção de um jornalismo independente, bem como na compreensão de como se dá a sua produção jornalística no cenário da web e da mídia social. Resultados e discussões: Os resultados e as discussões são parciais tendo em vista que a atualização constante dessas plataformas e a resignificação do trabalho jornalístico representam uma mudança no processo de produção e recepção de notícias, o que contribui e muito para o crescimento do jornalismo independente da mesma forma que possibilita a pluralidade de vozes no exercício de cidadania também pelo jornalismo. Considerações finais: Esta pesquisa é de relevância tendo em vista o cenário da mídia digital e a presença de práticas jornalísticas nesse ambiente informacional e em rede. Observar criticamente a atuação em mídias sociais de uma rede de jornalistas independentes abre perspectivas para a Comunicação e para os produtores e público de notícias.

Referências bibliográficas

FERRARI, P. A força da mídia social. São Paulo: Factash, 2010.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. Metodologia do Trabalho Científico. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

SILVA, M. R.; EMERIM, C. Configurações do Jornalismo Alternativo na Internet: um estudo sobre a Mídia NINJA e a Agência Pública. In: JORNADA DISCENTE, 5., 2015, Florianópolis. Caderno de Resumos... Florianópolis: UFSC, 2015. p. 76-78.

SOUSA, M. C. E. A dinâmica da notícia nas redes sociais da internet. 2013. 286 f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) - Centro de Comunicação e Expressão, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2013.

ACESSIBILIDADE E INCLUSÃO: A COMUNICAÇÃO SOCIAL FAVORECENDO A EFETIVAÇÃO DE DIREITOS DAS PESSOAS COM DEFICIÊNCIA.

Victor Dantas de Maio Martinez

Carlo José Napolitano

Palavras-chave: acessibilidade; inclusão; políticas públicas; universidade.

Trata-se o presente trabalho de relato parcial de pesquisa cujo objetivo geral é analisar as políticas públicas de acessibilidade e inclusão em uma instituição de ensino superior (IES) pública paulista. Entender se o Câmpus lida adequadamente com as pessoas com deficiência em termos de acessibilidade (arquitetônica, pedagógica, atitudinal, metodológica e instrumental) e inclusão (ingresso e permanência) é um relevante tema que permeia discussões sobre a universidade, direito à educação e sociedade. A pesquisa de iniciação científica faz parte do projeto em rede "Acessibilidade no ensino superior: da análise das políticas públicas educacionais ao desenvolvimento de mídias instrumentais sobre deficiência e inclusão", financiado pelo OBEDUC/CAPES.

Unindo técnicas da Comunicação à teoria do Direito, os objetivos específicos da atual fase da pesquisa envolvem compreender como a IES lida com temáticas de acessibilidade e inclusão, pela postura adotada por suas diretorias; levantar quais ações afirmativas são praticadas no âmbito de cada diretoria, já que as ações afirmativas são manifestações das políticas públicas endógenas à universidade; e averiguar a adequação dessas ações em relação à acessibilidade e à inclusão.

A metodologia utilizada foi a realização de entrevistas com as diretorias do Câmpus, por meio de um questionário semiestruturado entregue mediante ofício. Assim, os questionários foram entregues pessoalmente a dezesseis diretorias da universidade. Como resultados, metade das respostas obtidas foi considerada satisfatória, enquanto as oito restantes foram consideradas insatisfatórias por serem insuficientes (diretorias que não contemplaram de qualquer modo a acessibilidade ou a inclusão em seus respectivos âmbitos na resposta) ou inadequadas (diretorias que alegaram não ter como competência lidar com acessibilidade ou inclusão/diretorias que repassaram as incumbências a outras diretorias).

A principal conclusão desta etapa da pesquisa foi a de que a IES, apesar de ter promovido avanços, é prejudicada pela postura de algumas de suas diretorias, na tentativa de ser acessível e inclusiva. As delicadas temáticas abordadas requerem maior zelo por parte de alguns administradores da universidade investigada, para que as políticas públicas de acessibilidade e inclusão possam se desenvolver e se aperfeiçoar, tendo por base os quatro papéis que o direito cumpre nas políticas públicas (como fins; meios; arranjos; e facilitador de participação), além do Estatuto da Pessoa com Deficiência como lei orientadora dessas políticas.

Referências

BUCCI, M. P. D. O conceito de política pública em direito. In: BUCCI, Maria Paula Dallari (Org.). Políticas públicas: reflexões sobre o conceito jurídico. São Paulo: Saraiva, 2006, p. 1-47. Disponível em: <<http://disciplinas.stoa.usp.br/mod/resource/view.php?id=121906>>. Acesso em: 27 jun. 2016.

COUTINHO, D. R. O direito nas políticas públicas. In: MARQUES, Eduardo; FARIA, Carlos Aurélio Pimenta de (Orgs.). Política pública como campo multidisciplinar. São Paulo: Unesp; Rio de Janeiro: Fiocruz, 2013. Disponível em: <http://www.cebrap.org.br/v2/files/upload/biblioteca_virtual/item_766/14_05_12_16O_direito_nas_politicas_publicas_FINAL.pdf>. Acesso em: 27 jun. 2016.

ANÁLISE DOS RECURSOS DE ACESSIBILIDADE PRESENTES NO SITE DA UNESP CAMPUS MARÍLIA.

Vinícius Laureto de Oliveira

Lucinéa Marcelino Villela

Palavras-chave: Acessibilidade, internet, audiovisual, análise de navegabilidade.

RESUMO

A seguinte proposta de apresentação é referente à análise dos recursos de acessibilidade empregados na página web do campus de Marília da UNESP e faz parte do projeto em rede "Acessibilidade no Ensino Superior" (OBDEDUC- CAPES, Projeto n. 8224 - Edital n. 49/2012), mais especificamente do subprojeto "Recursos de tradução audiovisual aplicados na área de educação e acessibilidade".

O site do campus da UNESP de Marília é o primeiro da universidade a adotar o recurso de acessibilidade de ampliação e redução da fonte utilizada nos textos auxiliando o usuário com deficiência visual.

O objetivo desse trabalho é a avaliação dessa tecnologia, assim como a navegabilidade do site com softwares leitores de tela, almejando uma melhor experiência do usuário com deficiência visual. A realização da análise foi feita nos três navegadores mais utilizados do mercado no sistema operacional Windows e em dispositivos móveis com o sistema Android com o TalkBack ativo. Foi avaliada a quantidade de vezes que os textos eram ampliados para o usuário e a localização dos botões que realizam essa modificação, além da navegabilidade no site com os textos ampliados.

Outra avaliação realizada foi a navegação na página com um software leitor de tela instalado. O recurso de leitura de tela trabalha de forma híbrida com o texto impresso na tela e tags do código de programação, que oferecem a possibilidade de descrição de uma imagem ou execução de um áudio automaticamente. Nos dispositivos móveis, o recurso do TalkBack, presente no Android, realiza um trabalho parecido com o leitor de tela comum, lendo os textos sobre o qual o dedo do usuário está posto.

O emprego dessa tecnologia de acessibilidade é pioneiro na universidade, mas ainda precisa ser melhorado. Diversos textos do conteúdo do site e os menus laterais não sofrem modificações com os botões ou têm apenas seus espaçamentos alterados. Além disso, o posicionamento dos botões pode se tornar confuso, com tamanhos muito reduzidos e ao lado de um botão de tamanho igual que envia o usuário para fora do site. Os testes com o software leitor de tela também indicam quais melhorias podem ser feitas. O software consegue identificar os textos, no entanto, ele pula as imagens. Nem todas as imagens alocadas no conteúdo do site possuem descrições que o software possa reconhecer, fundamental para a plena experiência a todos os usuários. A navegação mobile também indica problemas. O site não possui versão para navegadores móveis, deixando difícil a experiência para todos os usuários. Com o TalkBack ligado, o zoom na página que é dado pelo movimento de pinça dos dedos muitas vezes é impossibilitado.

Diversas modificações devem ser feitas ainda para tornar a página acessível a todos os usuários, tornando esses recursos válidos também a pessoas que não possuem deficiência visual melhorando suas experiências de navegação com a página.

REFERÊNCIAS

CARTILHA W3C DE ACESSIBILIDADE WEB. Disponível em <
[http://www.w3c.br/pub/Materiais/PublicacoesW3C/cartilhaw3cbr-
> Acesso em 17/04/16](http://www.w3c.br/pub/Materiais/PublicacoesW3C/cartilhaw3cbr-acessibilidade-web-fasciculo-I.html)

Projeto DOSVOX - NCE/UFRJ. Disponível em Acesso em 17/04/16
<http://intervox.nce.ufrj.br/dosvox/>

COMUNICAÇÃO PÚBLICA E O DISCURSO GOVERNAMENTAL EM RESPOSTA AOS PROTESTOS DE 2013

Vinicius Martins Carrasco de Oliveira

Palavras-chave: Comunicação Pública; Protestos de junho de 2013; Comunicação; Comunicação Organizacional; Opinião Pública

O que se pretende neste estudo é analisar de que maneira o governo brasileiro utilizou a Comunicação Pública diante dos protestos de junho de 2013 como forma de posicionamento para dialogar com a sociedade. O objeto de análise é o pronunciamento em cadeia nacional da presidente Dilma Rousseff (PT) em 21 de junho de 2013. Adotou-se metodologicamente a análise de conteúdo que, conforme Bardin (2004), pode ser aplicada a qualquer objeto de estudo da comunicação. Para análise do discurso mencionado, adotou-se o aspecto descritivo, optou-se pela categorização de termos e identificação das temáticas e, em seguida, uma análise interpretativa. Recorreu-se ainda à técnica de tag clouds ou nuvem de palavras, que permite a representação gráfica e destacam termos relevantes no texto.

Algumas questões norteadoras: A resposta do governo foi mera estratégia de comunicação ou marketing sem efeito prático? As respostas do Governo Federal às manifestações foram lentas e ineficazes ou foi estratégica e eficaz? A resposta do Governo Federal às manifestações se caracterizaram como uma tentativa de diálogo com a sociedade?

Embora demorasse a se manifestar, o governo procurou fazê-lo de forma cautelosa, estudar a temática dos protestos, analisar as reivindicações e pontos dos protestos, o perfil do público e, ao menos em tese, se propôs a dialogar com a sociedade que reivindicava por mudanças. O pronunciamento atende o que preconizam os manuais de assessoria de imprensa e gerenciamento de crise, que estabelecem a necessidade de resposta ao público diante de situações como as observadas durante os protestos de junho. Cada ponto das reivindicações foi tratado no pronunciamento.

O discurso da presidente foi uma tentativa de acalmar os ânimos, de aproximação com a sociedade e de estabelecer diálogo com os manifestantes. O Governo Federal identificou tais reivindicações, seus pontos-chaves e se pronunciou sobre tais anseios populares e ao destacar o aspecto democrático de tais manifestações. A instituição pública/governamental dar uma resposta aos anseios da sociedade, contudo, de forma prática, pouca coisa se viu além de discurso.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. 3. ed. Lisboa, Portugal: Edições 70, 2004.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge. Comunicação pública: Estado, mercado e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007. p.1-33.

_____. Usos e significados do conceito Comunicação Pública. Encontro dos núcleos de pesquisa da Intercom, v. 6, 2006.

CASTELLS, Manuel. Redes de indignação e esperança: Movimentos sociais na era da internet. Jorge Zahar Editor, 2013.

DO REGO, Francisco Gaudêncio Torquato. Tratado de comunicação organizacional e política. Thompson, 2002.

DUARTE, Jorge. Sobre a emergência do (s) conceito (s) de comunicação pública. Comunicação pública, sociedade e cidadania. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2011.

_____. Instrumentos de Comunicação Pública. In: DUARTE, Jorge. Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2009.

FERRARI, Maria Aparecida. Opinião Pública e RP. In Enciclopédia INTERCOM de Comunicação. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, vol. 1, São Paulo, 2010, p. 893 -894.

- KOÇOUSKI, Marina. Comunicação pública: construindo um conceito. In MATOS, Heloísa (org.) Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas. São Paulo: ECA/USP, 2012, p. 71-96.
- KUNSCH, MARGARIDA. Comunicação pública: direitos de cidadania, fundamentos e práticas. in MATOS, Heloiza (org). Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas. São Paulo: ECA/USP, 2012,p. 13-30.
- MATOS, Heloiza (org). Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas. São Paulo: ECA/USP, 2012
- MATOS, Heloiza Helena Gomes. Comunicação política e comunicação pública. Revista Organicom, v. 3, n. 4, 2011.

A PRESENÇA DA COMUNICAÇÃO NA CONSTITUIÇÃO FEDERAL DE 1988 E SUA RELAÇÃO COM A CONCENTRAÇÃO DE MÍDIÁTICA DENTRO DO BRASIL

Vitor Pachioni Brumatti

Roseane Andrelo

Palavras-chave: Comunicação; Constituição Federal; Concentração midiática; Políticas públicas

O presente trabalho pretende fazer uma reflexão sobre a presença da comunicação na Constituição de 1988, com ênfase na concentração de mídia no país. Trata-se, portanto de um ensaio, desenvolvido a partir de pesquisa bibliográfica e documental. Nesse percurso, a obra “A Comunicação Social na Constituição de 1988 e a concentração de mídia no Brasil”, do autor Luiz Henrique Vogel (2013), merece um olhar atento, pois o autor faz um relato significativo da temática Comunicação dentro da Carta Magna brasileira e sua relação com o processo de posse e concentração da mídia no país, inclusive propondo alguns caminhos possíveis de mudar o panorama da comunicação no Brasil.

O texto leva a uma reflexão a respeito da construção da constituição e a preocupação com a intensidade, profundidade e foco da estruturação da comunicação social em seus artigos e parágrafos. Ele auxiliará na composição do arcabouço teórico da pesquisa de doutorado do autor a respeito da composição de políticas públicas midiáticas.

Vale destacar como a Comunicação Social foi tratada de forma muito rápida e pontual no desenvolvimento do texto da Constituição. Chega a ser preocupante que a Carta Magna do país acabe por ser, até certo ponto, superficial no tocante a posse e distribuição dos Meios de Comunicação, principalmente quando a bandeira da liberdade de expressão torna-se a prerrogativa e a justificativa para esse posicionamento.

Diante do exposto, é inevitável não fazer uma relação com o texto de Bourdieu (1989), quando ele destaca que as estruturas estruturantes da sociedade muitas vezes estão à mercê da cultura dominante e que representam seus pensamentos. Além de entender que suas ações são realizadas justamente para manter essa condição entre dominantes e dominados.

Quando se nota que a posse dos principais Meios de Comunicação do Brasil está alocada em poucas famílias, fica nítida essa relação entre dominantes e dominados no tocante da Comunicação.

Vogel (2013) apresenta alternativas para reduzir a falta de estrutura da regulamentação da concentração de mídia no Brasil, especialmente ao defender uma mídia pública não estatal, mantida por meio de impostos e pela restrição da posse cruzada dos Meios de Comunicação, em que o proprietário de uma emissora de televisão não poderia ter a posse de outros meios e comunicação.

Essa proposta, ainda que demonstrada de forma rápida no texto, se mostra bastante interessante, uma vez que alteraria o status quo da concentração midiática no Brasil e exigiria uma grande reconfiguração na posse dos Meios de Comunicação no país. Ela dificilmente seria aplicada tendo em vista toda a estrutura e posse das mídias que se apresenta no país atualmente. Seria necessário alinhar essa redistribuição midiática a novos processos midiáticos, bem como a introdução de novas tecnologias aos meios tradicionais.

Além disso, ao voltar para a composição da Constituição Federal, preocupa analisar que, diante do cenário atual do texto da Carta Magna, ações desse tipo passem a ser consideradas inconstitucionais, uma vez que a prerrogativa a liberdade de expressão estaria em risco (pelo menos sob a ótica da cultura dominante).

Ainda que não seja entendida como um problema constitucional, questiona-se: ela seria culturalmente aceita pela sociedade? Seu uso atenderia as demandas sociais do país? Ou estaríamos defrontes a um processo de reprodutibilidade do conceito trabalho pela mídia hegemônica em uma esfera local?

Essas questões devem ser analisadas como forma de delinear caminhos para uma democratização efetiva da posse dos Meios de Comunicação de Massa, que atenda as demandas culturais e sociais do país.

Referências

BOURDIEU, P. O poder simbólico. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989. p. 7–16.

VOGEL, L. H. A Comunicação Social na Constituição de 1988 e a concentração da mídia no Brasil. Brasília: Câmara dos Deputados, 2013. Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/documentos-e-pesquisa/publicacoes/estnottec/areas-da-conle/tema3/2013_9029.pdf>.

O PODER SIMBÓLICO DA GRANDE MÍDIA E O REFLEXO PARA A DIVERSIDADE CULTURAL

Vivianne Lindsay Cardoso

Palavras-chave: Diversidade Cultural; Indústrias Culturais; Mídia

A relação entre grande mídia e cultura surge a relação direta com as indústrias culturais em um processo que envolve poder e dominação. Fundamentada na Economia Política da Comunicação e por meio de uma revisão de literatura, este trabalho pretende traçar um diálogo entre a apropriação da mídia como ferramenta de construção simbólica para dominação e poder visando interesses econômicos. O objetivo deste trabalho é apontar como se encontra a diversidade cultural neste processo. Identifica-se que há um perda do espaço da diversidade cultural no processo adotado pela grande mídia que apropria-se do poder simbólico ditando e determinando modelos de padronização, conforme fundamenta-se a seguir.

Conceituando a temática, Lima (2011) compreende grande mídia como aquela que envolve “um conjunto de instituições que utiliza tecnologias específicas para “intermediar” a comunicação humana” (LIMA, 2011, p. 152). É uma instituição com um aparato tecnológico utilizado para que a comunicação se concretize, mas com características determinante: são compreendidas e constituídas como “importantes símbolos de modernidade”, com produção centralizada, integrada e padronizada de seus conteúdos, além de veiculação unidirecionada. (LIMA, 2011 p. 152).

Compreende-a, assim, como aquela que é responsável por traçar relações sociais, sejam elas informacionais, de conhecimento, bem como como outras que envolvem a comunicação e o próprio entretenimento, pois sua influência é identificada como referencial de realidade e que reflete em uma posição de poder. Conforme aponta Bourdieu (1989), cria-se um poder simbólico a partir da mídia e, com isso, as aquisições de poderes invisíveis que só podem ser exercidos “com a cumplicidade daqueles que não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que o exercem” (BOURDIEU, 1989, p. 8). Há uma pré-disposição de aceitação das construções simbólicas definidas pela grande mídia.

Bourdieu (1989) aponta que os sistemas simbólicos sendo usados como ferramentas de conhecimento e comunicação conseguem ser exercidos envolvendo um poder estruturante e um outro estruturado e, como isso, dialogando com Lima (2011), compreende-se um cenário favorável para que a grande mídia assuma a posição de poder estruturante. Cria-se, assim, a força do poder simbólico que o para Bourdieu (1989) é um “poder de construção da realidade que tende a estabelecer uma ordem” (BOURDIEU, 1989, p. 9) que constrói o sentido imediato do mundo social, provocando uma “concepção homogênea do tempo, do espaço, do número, da causa, que torna possível a concordância entre as inteligências” (DURKHEIM in BOURDIEU, 1989, p. 9). A mídia como simbologia da modernidade, é dado à ela o poder da construção da realidade, das comunicações mediadas e da homogeneidade de pensamentos e, com isso, dos próprios hábitos culturais.

Surge assim a percepção da utilização da cultura como produto a ser industrializado e transformado em hábito cultural de consumo. Ruiz (2012) compreende que são as indústrias culturais, que possuem, em grande medida, a capacidade de concentração para a homogeneização. (RUIZ 2012, p. 64). Como reflexo, identifica-se uma perda de espaço cada vez mais acentuado de conteúdos voltados à diversidade cultural que não sejam voltado aos interesses econômicos e de poder.

Referências:

BOURDIEU, P. Sobre o Poder Simbólico. In: O Poder Simbólico. Lisboa: Bertrand Brasil, 1989.

LIMA, V. A. DE. Grande mídia vs. Nova mídia na política brasileira. In: Regulação das comunicações: histórias, poder e direitos. São Paulo: Paulus, 2011, p. 149 -171.

RUIZ, E. S. Diversidad y concentración en el espacio audiovisual iberoamericano. In: C. VALLE;; MORENO, F. J.; SIERRA CABALLERO, F. Políticas de comunicación y ciudadanía cultural ibero-americana. Barcelona: Gedisa Editorial, 2012

SITE UNESCO, 2015. Disponível em: <<http://www.unesco.org/new/pt/brasil/culture/cultural-diversity/>> . Acesso em: 03/04/2015

ANTIGO MODELO DE COMUNICAÇÃO RADIOFÔNICA SOB A LUZ DO DESENHO DE SOM

Wellington César Martins Leite

Paulo Nascimento

Frank Mello Simões Júnior

Palavras-chave: Sound Design; Desenho de Som; Rádio; Caipira; Comunicação

O presente artigo tem o intuito de mostrar parte da dissertação de mestrado chamada "A Representação do Caipira na UNESP FM". Resumiremos o quarto capítulo, dedicado à descrever e interpretar os modos de atuação do locutor do programa radiofônico em questão à luz do Desenho de Som. Em linhas gerais, o programa "Vida Caipira" foi analisado com base nos textos de Kaplún, Canclini, Vigil, Ortiz e Marchamalo, Martín-Barbero, Jacks, Ferrareto e Paulo Freire quando pensamos sobre o rádio e sobre a ação comunicativa do programa e seus produtores. Analisando produção e mensagem descrevemos como se deu a representação do caipira nas ondas da UNESP FM no período de 17 de abril a 24 de maio de 2012. Porém, gostaríamos de destacar o modo antigo de locução, ao estilo AM, em conformidade com conceitos do Sound Design. Nas emissoras de rádio pelas quais passamos, o intuito de organizar os sons de modo claro, ensejando um estilo próprio à emissora, criando identificação sonora, é comumente chamado de "plástica" (LEITE, 2013, p.95). Em nossa dissertação de mestrado mencionamos que "melhorar a plástica de uma emissora é fundamental para incrementar a experiência sonora do ouvinte". Mais adiante, definimos, empiricamente, que plástica são os elementos sonoros:

usados pelos idealizadores do programa para criarem um ambiente sonoro (ou imagens auditivas) para a audição. É comum os ouvintes identificarem uma emissora por um simples alerta musical, sua assinatura (outro jargão de rádio). As vinhetas, a atuação performática do apresentador e a programação musical metódica, bem definida e equilibrada (com raridades e sucessos, com a estimulação balanceada, etc.) vão contribuindo para que o ouvinte aprenda sobre o programa, o que facilita a compreensão da mensagem e até estimula o hábito. (LEITE, 2013, p.103)

Em nossa opinião, o termo ajuda a mostrar a preocupação com a identidade buscada por cada emissora o que, podemos afirmar empiricamente, não é algo novo.

O rádio e a mídia sonora em geral podem usufruir desse modo de organizar os sons, que em nossa opinião, é reforçado pelo uso do termo "desenho do som", "sound design" e outros termos oriundos dos estudos do som. Vianna, estudando o desenho sonoro no cinema (2011, p.15) diz que o "produto de design adquirido através do design de som é o produto sonoro decorrente da manipulação dos sons, na qual a escolha de seus parâmetros e tipos são componentes do projeto". Mais adiante, o autor relaciona o design do som com a "ação projetual do design", ou seja, um produto pensado para "modificar a percepção e a interpretação do conjunto sonoro" (idem, ibidem, p.16).

É por isso que, apesar do rádio preceder o Design do Som, nesses tempos em que o modelo de negócio do rádio carece de novidades, o planejamento volta a ser fundamental e este artigo quer contribuir neste sentido.

JORNALISMO E GÊNERO NA AMAZÔNIA: ENQUADRAMENTOS E REPRESENTAÇÕES DA MULHER NAS FESTAS DE CULTURA POPULAR

Yasmin Ribeiro Gatto Cardoso

Murilo César Soares

Palavras-chave: Enquadramento jornalístico; Gênero; Manifestações populares; Representação.

Esta é uma pesquisa que busca estabelecer os pressupostos da análise da representação jornalística do gênero feminino dentro das duas principais manifestações de cultura popular da Região Norte: Boi-bumbá - Parintins (AM) e Sairé – Santarém (PA). A investigação se dá com base nos enquadramentos dados pela cobertura noticiosa dos principais jornais impressos da região, a cada uma dessas duas festas.

É inegável falar sobre a existência de um discurso estereotipado do que é “ser mulher” e isso repercute em todos os âmbitos, inclusive, na comunicação. Os estudos jornalísticos de Cerqueira (2008), Mazer (2013) e Santos (2002) apontam a mulher enquanto um produto e percebem a tentativa de manutenção de um discurso patriarcal em torno desta figura. É por meio da reificação que o corpo é tido como mercadoria ou algo negociável. A supervalorização do visual é percebida pelo uso excessivo das imagens de mulher na imprensa (MAZER, 2013).

Na região Amazônica, o destaque que as mulheres têm na mídia relaciona-se quase sempre com a questão das manifestações culturais existentes, o que nos leva a refletir como os meios de comunicação da própria região enxergam a mulher e fazem uma representação desta figura. Será que a mulher amazônica é também colocada como mercadoria nas páginas dos jornais? Existe um uso excessivo de imagens delas quando se noticia sobre as festas?

O objetivo principal da pesquisa é discutir os conceitos teóricos preliminares para o exame da representação da mulher nos enquadramentos jornalísticos das festas amazônicas, traçando assim a representação jornalística delas dentro dessas manifestações de cultura popular.

O método de análise é o enquadramento por entender que ele é capaz de produzir resultados que colocam em evidência os vieses implícitos na produção jornalística. “Trata-se de uma metodologia que permite salientar o caráter construído da mensagem, revelando a sua inclinação implícita, em textos aparentemente objetivos, imparciais, e com função meramente referencial” (SOARES, 2009, p.58). Os critérios de análise segundo Motta (apud BRAGA, 2006) são subdivididos em três níveis: abordagem do tema, elaboração do produto e fontes e atores.

Os estudos de gênero têm crescido dentro do país, principalmente pela relevância social do assunto e também por permitir que diversas áreas sejam estudadas com base nas relações de gênero existentes. Portanto, se busca saber se a mulher amazônica, que participa das festas folclóricas, também se tornou um objeto de atração de interesses do mercado e até que ponto a mídia local se apropria da figura feminina para atrair público, vender o evento e assim, também vender jornais. Nesse sentido o projeto desenvolve uma reflexão em torno dos produtos midiáticos e suas estratégias narrativas, tendo como objetivo final a investigação da cultura amazônica e seu enquadramento em jornais impressos, destacando a representação da mulher.

Referências

BRAGA, José Luiz. A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006.

CERQUEIRA, Carla Braga. A Imprensa e a Perspectiva de Gênero: Quando elas são notícia no Dia Internacional da Mulher. Observatório. Portugal, 2008.

MAZER, Dulce Helena. Impressões do Corpo Feminino: reificação e representação da mulher na imprensa. RS, 2013.

SANTOS, Patrícia. O corpo em pedaços: análise do discurso sobre mulher nos outdoors de Maringá. Unimontes Científica. Montes Claros, 2002.

SOARES, Murilo César. Representações, jornalismo e a esfera pública democrática. São Paulo: cultura acadêmica, 2009.