CADERNO DE RESUMOS

ISBN: 978-85-99679-88-3

(Para abrir seu artigo, digite Ctrl + F)

XXI JORNADA MULTIDISCIPLINAR

▪ 16 a 18 de setembro ▪

HUMANIDADES

Crise nas Humanidades: Inclusão e Resistência em Tempos de Retrocesso

unesp faac DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS HUMANAS matav

XXI Jornada Multidisciplinar do Departamento de Ciências Humanas

"Crise nas Humanidades:

inclusão e resistência em tempos de retrocesso"

Bauru, 16 a 18 de setembro de 2019

Departamento de Ciências Humanas

Organizadores

PROFA. DRA. LUCINÉA MARCELINO VILLELA

PROFA. DRA. SUELY MACIEL

CADERNO DE RESUMOS

Bauru, SP
FAAC-Unesp
2019

XXI Jornada Multidisciplinar do Departamento de Ciências Humanas - 2019

Universidade Estadual Paulista (UNESP) – Câmpus Bauru
Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC)

COMISSÕES DO EVENTO

Chefia e vice-chefia do Departamento de Ciências Humanas

Profa. Dra. Caroline Kraus Luvizotto (Chefe)
Prof. Dr. Carlo José Napolitano (Vice-chefe)

Coordenação:

Profa. Dra. Lucinéa Marcelino Villela - (DCHU-FAAC-UNESP)
Profa. Dra. Suely Maciel - (DCHU-FAAC-UNESP)

Comitê Científico:

Prof. Dr. Arlindo Rebechi Júnior - (DCHU-FAAC-UNESP)
Prof. Dr. Carlo José Napolitano - (DCHU-FAAC-UNESP)
Prof. Dr. Célio José Losnak - (DCHU-FAAC-UNESP)
Profa. Dra. Lucinéa Marcelino Villela - (DCHU-FAAC-UNESP)
Profa. Dra. Suely Maciel - (DCHU-FAAC-UNESP)

Apoio técnico ao evento (DCHU)

Edvaldo José Scoton
Gina Maria Guedes Crês
Roseli Cristina Nonato Pitondo
Marcelo Vinicius de Abreu Martins

Apoio:

Grupo Biblioteca Falada
Grupo de Pesquisa Mídia Acessível e Tradução Audiovisual (MATAV)
Grupo de Pesquisa Linguagem e Mídia Sonora (GELMS)
Hospital Estadual de Bauru/FAMESP

APRESENTAÇÃO

Desde 1998, a Jornada Multidisciplinar efetiva-se como relevante fórum de discussão das questões da contemporaneidade. Ao longo dos mais de 20 anos, a cultura, a identidade, a cidadania, a linguagem, a comunicação, os direitos humanos, o pensamento e uma miríade de temáticas que mobilizam o homem e seu estar no mundo estiveram no centro das inquietações e proposições trazidas pelo evento. Em sua XXI edição, sob o tema "Crise nas Humanidades: inclusão e resistência em tempos de retrocesso", a Jornada mantém a proposta que a caracteriza e convida estudantes, professores, pesquisadores e a comunidade em geral a debater o papel e a importância do saber humanístico, numa época em que o estudo das Artes, da Filosofia, da Sociologia e das demais Ciências Humanas e Sociais sofre questionamentos e reiteradas tentativas de desprestígio.

A busca por tornar o conhecimento pragmático e tecnicista, a rentabilidade e a mensuração quantitativa como os únicos parâmetros válidos em um mundo que se quer cada vez mais competitivo tem levado ao recrudescimento do discurso de desprezo pelas Humanidades e à deslegitimação do conhecimento da história, da cultura, dos arranjos sociais, da literatura, das interações e dos afetos, mesmo que tal saber seja fundamental para a formação de sujeitos críticos, criativos e sensíveis, capazes de entender e problematizar a vida e os cenários em que se situam.

A lógica 'utilitarista' tem servido também para sustentar e justificar, no contexto brasileiro, medidas concretas de ataque ao campo, como supressão de disciplinas (do ensino fundamental ao superior), extinção de cursos, corte de verbas para pesquisa etc. Mais que representar um projeto político-ideológico que pode afetar as bases da educação no país, tais iniciativas soam o alerta para profundas mudanças que talvez já estejam em curso e ameaçam um princípio fundamental para a força dos regimes democráticos e o desenvolvimento de sociedades menos desiguais, que acolhem e respeitam a multiplicidade étnica, religiosa e cultural humana: a capacidade do sujeito de pensar por si mesmo. É com esse debate que a XXI Jornada Multidisciplinar visa contribuir.

@DOUBLEEXPOSUREFREAK: A RESISTÊNCIA ESTÉTICA DA DUPLA EXPOSIÇÃO ANALÓGICA EM TEMPOS DE PÓS-FOTOGRAFIA

Laís Akemi Margadona

Palavras-chave: Fotografia; Fotografia analógica; Instagram; Mídias sociais; Pós-Fotografia.

Em tempos de ubiquidade da fotografia digital, em que câmeras de dispositivos móveis são facilmente obtidas e utilizadas de maneira veloz, a tradicional plataforma analógica ocupa um espaço de resistência. Diversos são os eventos que pontuam um possível cenário pessimista para a fotografia em filme: em 2009, após um encolhimento em suas operações, a Eastman Kodak anuncia o fim de um de seus filmes clássicos, o diapositivo Kodachrome; no ano anterior, a Polaroid Corporation, pioneira na fotografia instantânea, decreta falência, e, em 2012, a Kodak pede concordata a um tribunal de Nova Iorque. Simultaneamente, no mesmo ano de queda da Kodak, o aplicativo Instagram é comprado pela rede social Facebook pelo valor de um bilhão de dólares (SILVA JUNIOR, 2014, p.118).

Apesar destes eventos que abalam a produção de insumos para a prática fotográfica analógica, um movimento de resgate e ressignificação desta tecnologia tem ocorrido, em especial, na valorização de defeitos gerados pelas câmeras antigas. As duplas — ou mesmo múltiplas exposições — em um mesmo fotograma do filme eram tradicionalmente consideradas um erro na prática fotográfica. Para evitar esse tipo de problema, câmeras caseiras e profissionais eram munidas de um dispositivo que impedia a dupla exposição acidental, desde a compacta Yashica MF-3 Super, popular no Brasil, à Asahi Pentax K1000, SLR com lentes intercambiáveis.

Dessa maneira, o projeto @doubleexposurefreak busca divulgar esse tipo de prática por meio do potencial de compartilhamento do aplicativo Instagram. Nesta galeria, trabalhos experimentais de fotógrafos em todo o mundo são selecionados e agregados à respectiva conta do "@doubleexposurefreak" (disponível em: instagram.com/doubleexposurefreak). O termo "double exposure freak" provém do inglês e significa, em tradução livre, "desajustados [ou viciados] por duplas exposições". Busca-se utilizar do antes tido como defeito deste tipo de técnica para a criação de novas relações de sentido dentre os elementos fotografados, entrelaçados de maneira praticamente imprevisível na emulsão fotográfica.

Galerias online de curadoria de trabalhos fotográficos já existem e são populares dentro do aplicativo Instagram. A galeria online "@photocinematica" (disponível em: instagram.com/photocinematica), dedicada à fotografias que se assemelham a stills de cinema, possui 303 mil seguidores e 1.247 trabalhos postados. No analógico, a galeria "@analogfeatures" (disponível em: instagram.com/analogfeatures) possui 75,7 mil seguidores e 1.101 trabalhos publicados.

A coleta dos trabalhos para seleção da galeria é feita por meio da marcação de fotografias com o perfil "@doubleexposurefreak". No aplicativo Instagram, é possível ao usuário marcar outras contas em suas fotografias postadas, gerando um link para que essas imagens possam ser vistas e acessadas pelos perfis em que foram marcadas. Por conseguinte, pode-se realizar a coleta e curadoria das fotografias em que o perfil da galeria foi marcado.

Desde a criação da galeria em 18 de janeiro de 2018, 711 fotografias foram anexadas por usuários por meio da marcação "@doubleexposurefreak" e 524 publicações foram encontradas com hashtag dedicada ao projeto. Até o momento, 104 trabalhos foram curados e publicados no perfil da galeria. Cada fotografia postada pelo projeto é acompanhada de 30 hashtags, o máximo permitido pelo Instagram, de modo a aumentar o engajamento na plataforma e atrair novos usuários. Trata-se, assim, de um cenário de benefício mútuo – e não de competição – entre as mídias analógica e digital.

Dessa forma, a galeria @doubeexposurefreak é uma investigação aplicada que experimenta as nuances da fotografia em um cenário pós-fotográfico. Para tanto, busca-se divulgar o material de fotógrafos independentes e gerar uma galeria diária de repertório visual, de modo a fortalecer a divulgação da prática analógica na fotografia. Além da curadoria das imagens, conceitos como estratégias de

engajamento, organização de feed e outras questões relativas à ecologia das mídias sociais foram considerados. Busca, assim, explorar o senso de coletividade que há dentro da comunidade analógica, observado desde a criação da Lomografia, e também, utilizar-se do massivo potencial de compartilhamento de mídias como o Instagram.

Referências bibliográficas

FONTCUBERTA, Joan. A câmera de Pandora: a fotografi@ depois da fotografia. São Paulo: G.Gilli, 2012.

_____. La furia de las imágenes – sobre la postfotografia. Barcelona: Galaxia Gutenberg Editorial, 2016.

HENRIQUES, Fernanda; MARGADONA, Laís Akemi; GADOTTI, Marcela. O pensar híbrido contemporâneo no design e na fotografia: diálogos entre o artesanal e o digital. Educação Gráfica, v.21, n.1, 2017, p.198-208.

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

A (RE)PRODUÇÃO DA DEFICIÊNCIA NO ACESSO DE INTERNAUTAS CEGOS A IMAGENS DIGITAIS

Matheus Ferreira
Maximiliano Martin Vicente

Palavras-chave: Deficiência; acessibilidade digital; inclusão

Introdução

Ao ver a deficiência como "algo que a sociedade produz ou constrói" (GOGGIN; NEWELL, 2003, p.21), reconhecemos nela uma dimensão social que vai além das condições biológicas inelutáveis do indivíduo (SOUSA, 2015, p. 137). Não se trata de um déficit da pessoa: a deficiência é produzida na "interação entre pessoas com deficiência e as barreiras devidas às atitudes e ao ambiente" (DECRETO nº 6.949/2009), sejam elas no mundo físico ou cibernético. O objetivo deste trabalho é mostrar a (re)produção da deficiência no ciberespaço, tendo como foco a experiência de internautas cegos com imagens digitais. Para isso, foram feitas 11 entrevistas semiestruturadas com cegos de São Paulo. Indagamos-lhes sobre quais conteúdos seriam mais difíceis de acessar na internet. Depois, fizemos um tensionamento das respostas obtidas com a literatura sobre mídia e deficiência. Argumentamos que a deficiência se constrói na interação de internautas cegos com imagens digitais, uma vez que não são disponibilizadas em formatos acessíveis.

Objetivo

Compreender a forma pela qual a deficiência é (re)produzida no acesso de cegos a imagens digitais.

Material e métodos

Realizamos 11 entrevistas semiestruturadas com pessoas cegas (cegueira adquirida ou congênita), homens e mulheres, de 35 a 75 anos, em São Paulo. Perguntamos: "Na internet há textos, áudios, fotos, vídeos, ilustrações, gráficos. Quais desses formatos você tem mais dificuldade de acessar?".

Os entrevistados responderam ter dificuldades em acessar fotografias digitais. Relataram barreiras que vão desde a falta de descrição de imagens até textos incompreensíveis nos metadados das imagens. Sem descrição, "não adianta nada", explica um deles. Outro ainda: "O leitor começa a soletrar um link em vez de dar o nome da imagem; passa horas falando aquele link porque o link é enorme". Os entrevistados atribuem a erros como este a lentidão no seu processo de navegação. O recurso apontado como essencial para terem a possibilidade de acessar imagens seria a descrição. Após analisar as entrevistas, suas respostas foram tensionadas com autores dos estudos sobre mídia e deficiência.

Resultados e discussões

Goggin e Newell argumentam que as tecnologias emergentes, como a web, elaboram a deficiência em seus códigos e design. "Ao invés de remover a deficiência, o mundo online incorporou outra dimensão [dela]" (GOGGIN; NEWELL, 2003, p.110). No nosso exemplo, consideramos que a deficiência é elaborada no momento em que a pessoa cega se depara com conteúdo imagético imperceptível a seu leitor de tela ou com descrições incompreensíveis, o que a impede de acessar as informações contidas ali. Não é o impedimento visual que exclui o cego; trata-se de um sistema de comunicação que ignora as formas orais, táteis, olfativas e cinestésicas do cego de compreender o mundo (SOUSA, 2015, p.120), e que toma por garantido que o usuário por trás do computador e/ou celular é vidente. Ao não oferecer imagens acessíveis, os sites podem estar perpetuando, mesmo que involuntariamente, uma desigualdade de oportunidades.

Ressaltamos também que a descrição pedida pelos entrevistados não deve ser vista como uma questão apenas técnica ou neutra. Concordamos com Ellcessor (2016) quando escreve que, para as pessoas que enfrentam uma barreira digital, o acesso à internet não é uma tecnicalidade, mas questão de "acesso cultural, igualdade e produção e expressão de identidade" (ELLCESSOR, 2016, p.134). Dessa forma, metodologias que permitam 'tradução' de imagens para palavras são ferramentas de inclusão social.

Considerações finais

Mostramos nesse trabalho como a face social da deficiência também está presente no ciberespaço e se apresenta de formas que passam despercebidas, como uma simples imagem digital. A questão da falta de descrição de fotos online é apenas um dos exemplos de como a deficiência é produzida na internet, o que deveria chamar atenção tanto de envolvidos na produção de conteúdo online como de reguladores governamentais. Nossa pequena exposição vai de encontro com as pesquisas de Goggin e Newell: as tecnologias nos permitem ver os valores sociais dos seus bastidores; sejam eles inclusivos ou excludentes.

Referências:

BRASIL. Decreto nº 6.949, de 25 de agosto de 2009. Promulga a Convenção Internacional sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência e seu Protocolo Facultativo. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 25 de agosto. 2009.

GOGGIN, G.; NEWELL, C. Digital disability: the social construction of disability media. Rowman & Little Publishers: Lanham, 2003.

ELLCESSOR, E. Restricted Access: Media, Disability, and the Politics of Participation. New York University Press: New York, 2016.

SOUSA, J.B. Cegueira, Acessibilidade e Inclusão: Apontamentos de uma Trajetória Psicologia: Ciência e Profissão, Brasília, v. 38, n. 3, p. 564-571, jul./set. 2018.

SOUSA, J. B. O que vê a cegueira? A escrita Braille e sua natureza semiótica. Editora UFPB: João Pessoa, 2015.

A ALFABETIZAÇÃO VISUAL AMPLIANDO OS SIGNIFICADOS DO OLHAR.

Andreia Matos Barreira

Palavras-chave: Alfabetismo visual, imagm, leitura de imagem, letramento visual

INTRODUÇÃO

Este trabalho apresenta uma pesquisa em andamento acerca da inteligência visual e a possibilidade de um alfabetismo para a leitura da imagem por crianças, permitindo a estas ampliarem suas habilidades em produzir, compreender e avaliar mensagens visuais. Conhecimentos sobre a imagem, a percepção e a morfologia da linguagem visual permitem entender como esses processos podem qualificar a expressão visual, visto que as imagens também podem ser lidas e interpretadas (MANGUEL, 2001. MARTINS, 2003).

OBJETIVOS

Levantar as teorias em torno do alfabetismo visual, possibilitando analisar objetos visuais gráficos, a fim de esboçar, num segundo momento, uma metodologia didática de ensino de leitura de imagem e dos princípios da composição visual para alunos do ensino fundamental.

METODOLOGIA

Conforme Gil (2008), a pesquisa é aplicada, exploratória e explicativa; quanto à abordagem do problema é qualitativa; o raciocínio é dedutivo e tem caráter experimental.

Será feita uma revisão sistemática da literatura e síntese do conteúdo.

Desdobramento futuro: elaboração de uma sequência didática para alfabetização visual a ser experimentada com alunos do 5º ano do ensino fundamental em forma de oficina num teste piloto.

DISCUSSÕES

De acordo com Dondis (1997), a ideia de que uma composição artística ou uma expressão visual se produz por inspiração não cerebral é um conceito equivocado, visto que a inteligência atua tanto no input quanto no output informativo, ou seja, ao produzirmos uma informação visual e ao recebermos a mesma. Essa inteligência se processa acessando todos os elementos e técnicas visuais.

Para a construção de uma inteligência visual eficaz, é necessário conhecer com profundidade os elementos visuais básicos e seus papéis, como aborda Kandinski (1997) no seu trabalho "Ponto e Linha sobre o Plano". Esses elementos constituem o ponto, a linha, a forma, a direção, o tom, a cor, a textura, a dimensão, a escala, a hierarquia e o movimento.

Além disso, conforme Dondis (1997) "é necessário tomar ciência das estratégias e opções das técnicas visuais e a gama de meios e formatos que existem para a expressão visual" (DONDIS, 1997 p. 2). Ellen Lupton (2008) complementa o trabalho de Dondis e faz uma releitura desses fundamentos formulando um guia para criação de "formas visuais" (SERRASQUEIRO, 2018).

As implicações psicológicas podem ser exemplificadas pelas forças emotivas e simbólicas, expressas nas cores e nas formas gráficas, atuando na fisiologia cerebral, como afirma Arnheim (1969). Para ele a interpretação de mensagens visuais depende do sistema perceptivo, no qual nenhum elemento visual tem expressão isolada e sim como parte do todo.

Dentro dos níveis de atuação da linguagem visual expostos por Horn (1998) - sintático, semântico e pragmático - se percebe a necessidade de tornar claro para os estudantes desde o início da escolaridade como esses conceitos estão presentes nas mensagens visuais e a importância de analisá-los para avaliar se a relação entre eles está cumprindo o objetivo da informação e em que grau.

Neste trabalho também se adentra aos conteúdos do Design da Informação que, conforme Serrasqueiro (2018), trabalha no sentido de "analisar, planejar, apresentar e entender a mensagem – seu conteúdo, sua linguagem e sua forma" (p. 34).

O Design da Informação favorece a consciência de que, ao se produzir mensagens visuais claras e objetivas, um maior número de pessoas pode acessá-las, sendo assim um design mais inclusivo.

CONCLUSÕES

O significado das imagens às quais nos expomos diariamente pode variar perante a experiência de cada um, mas é necessário que se entenda que, como uma poesia, a linguagem visual é capaz de dizer muito com pouco, pode abrir questionamentos, causar devaneios, inconformação ou simplesmente informar um espectador que a vê, a lê e a percebe com todos os seus sentidos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARNHEIM, Rudolf. Arte e percepção visual: uma psicologia da visão criadora. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

DONDIS, D. A. Sintaxe da Linguagem Visual. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 1998.

HORN, R.E. Visual language: Global communication for the 21st century. Bainbridgee Island, WA: MacroVU, Inc,1998.

KANDINSKY, Wassily. Ponto e linha sob o plano. São Paulo: Martins Fontes, 2012.

LUPTON, E.; PHILLIPS, J. C. Novos Fundamentos do Design. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

MARTINS, M. H. O que é leitura? São Paulo: Brasiliense, 2003.

MANGUEL, Alberto. Lendo Imagens. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

SARRASQUEIRO, Vania Bitencour. Materiais educacionais voltados às crianças com transtornos de aprendizagem: diretrizes sob a ótica do design gráfico inclusivo. Dissertação de Mestrado do PPG Design FAAC – UNESP Bauru, 2018.

A COBERTURA DOS PROGRAMAS ESPORTIVOS DA TELEVISÃO ABERTA NO BRASIL SOBRE O PRÊMIO DE MELHOR JOGADORA DO MUNDO RECEBIDO PELA ATLETA MARTA

Érika Alfaro de Araújo

Palavras-chave: Jornalismo; jornalismo esportivo; esporte; gênero; futebol feminino.

Breve descrição da pesquisa ou do projeto de extensão universitária

As relações de gênero no esporte acontecem de forma estrutural e culturalmente masculina. Por sua vez, os aspectos e os resultados dessa circunstância estão refletidos em problemas como desvalorização da mulher atleta, falta de investimento e pouca visibilidade. A mídia, neste caso, funciona como vitrine para a representação dessas figuras femininas e de parte de suas demandas.

Em 2018, a brasileira Marta Vieira da Silva foi eleita pela Federação Internacional de Futebol (Fifa), pela sexta vez, a melhor jogadora do mundo. Com esse título, a atleta quebrou recordes entre o futebol feminino e masculino.

Sendo assim, sob a luz da questão de gêneros, procuramos discutir tal fato enquanto pauta do jornalismo esportivo, considerando aspectos do contexto sociocultural do esporte e do futebol feminino.

Objetivos

Em termos gerais, o objetivo deste trabalho é entender e analisar qualitativamente a forma como a televisão aberta brasileira conduziu a cobertura da conquista da jogadora. Para isso, selecionamos como objetos de análise as reportagens de quatro programas: Globo Esporte São Paulo (GE) e Esporte Espetacular (EE), ambos da Rede Globo, Jogo Aberto (JA), da Rede Bandeirantes, e Cartão Verde (CV), da TV Cultura.

Material e métodos

A escolha do material levou em conta a data do prêmio (24 de setembro): selecionamos a primeira edição de cada atração logo após o evento da Fifa. Com isso, para avaliar se houve ou não reportagens sobre a premiação e identificar alguns aspectos, como as características atribuídas à jogadora, a presença ou não de estereótipos e diferentes abordagens, partimos de uma observação geral com posterior determinação de categorias semelhantes de análise, conforme a metodologia de Bardin (2011). Dessa forma, consideramos as seguintes categorias e aplicações de critérios nos objetos selecionados: construção da imagem (identificar a forma como a jogadora foi descrita); direcionamento (encaminhamento do conteúdo: a vida e a vitória da brasileira ou o evento de premiação); tempo dedicado (total da notícia, dedicado à Marta e aos desdobramentos do evento); comparação e menção (se houve comparações, menções ou analogias ao futebol masculino e seus jogadores); contextualização (presença ou ausência de discussão sobre o cenário do futebol feminino e suas barreiras no país).

Resultados e discussões

Com a aplicação das categorias nos objetos, é possível destacar alguns resultados, como o fato de que o JA apenas noticiar o prêmio com uma nota curta de sete segundos – o fato também esteve na escalada do programa durante 12 segundos. No GE, a reportagem envolvendo o episódio foi direcionada ao evento no geral, sendo 1min28seg (do total de 2min21seg) dedicados à Marta. Na atração, observamos aspectos que podem se encaixar na reprodução de estereótipos de figuras femininas (menção à roupa de Marta e ao componente emocional do momento).

No EE, foram dois materiais. O primeiro, uma reportagem, cita dificuldades e preconceitos sofridos por Marta, sem qualquer aprofundamento; e traz à tona nomes de homens (Messi e Cristiano Ronaldo, além de Pelé). No segundo, uma entrevista com Marta, a questão da comparação foi mais evidente, com pergunta sobre competição com jogadores homens e opinião sobre prêmio masculino. Ambos nos fazem questionar a colocação dos times masculinos como parâmetro pelos materiais. No CV, houve conteúdo sobre os primórdios do futebol feminino no Brasil e citação sobre a lei que proibiu o futebol feminino no Brasil. Por isso, há destaque para a categoria contextualização, o que é positivo, pois confere credibilidade à informação, aprofunda discussões necessárias ausentes em programas diários e dá visibilidade ao tema.

Considerações finais

Consideramos que programas diários, que trazem em sua grade pautas sobre campeonatos masculinos e assuntos mais quentes do dia, oferecem espaço mínimo à discussão sobre a modalidades femininas em geral. Mesmo com o prêmio inédito recebido por Marta, não houve mudança expressiva nesse quesito. Percebemos que os programas que conseguem se aprofundar mais – levando em conta os tipos de reportagens e a periodicidade –, oferecem oportunidade ao tema.

Referências bibliográficas

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. São Paulo: Edições 70, 2011, 229p.

GOELLNER, Silvana Vilodre. Mulheres e esporte: sobre conquistas e desafios. Revista do Observatório Brasil da Igualdade de Gênero, Ano II, número 4, Brasília 2012. Disponível em: http://www.ufrgs.br/ceme/arquivos/prodPublicacoes/1367187862-observatorio,%20Mulheres%20e%20esporte.pdf. Acesso em: 29. jul. 2019.

_____. Mulher e esporte no Brasil: Entre incentivos e interdições elas fazem história. Pensar a prática, 8(1), 85-100, 2005. Disponível em: https://www.revistas.ufg.br/fef/article/view/106/101. Acesso em: 29. jul. 2019.

PFISTER, G. Women in sport: gender relations and future perspectives. Sport in Society, 13:2, 234-248, 2010.

A CONFIGURAÇÃO VERBAL DOS TÍTULOS E SUBTÍTULOS DAS PUBLICIDADES IMPRESSAS DA REVISTA VEJA NA CONTEMPORANEIDADE

Bruna Lima de Assis

Palavras-chave: publicidade; convergência; revistas impressas; componentes da publicidade;

Trata-se de uma pesquisa de iniciação científica, da área de Ciências Sociais Aplicadas, período de julho de 2018 a julho de 2019, com bolsa-auxílio da Fapesp, em continuidade à pesquisa iniciada em 2016 que explorou 138 publicidades veiculadas em revistas impressas - dirigidas a públicos distintos - Veja, Caras, Ana Maria, Todateen, Superinteressante e Playboy - para verificar os componentes verbais e visuais da publicidade impressa contemporânea. Título, subtítulo, texto, marca, imagem principal, imagens complementares, slogan, logomarca ou nome do produto, produto ou serviço oferecido pela marca, grupo empresarial a qual a marca pertence, SAC, redes sociais, programa de Tv, ouvidoria, telefone, televendas, plataformas digitais da marca, central de atendimento, informações técnicas no produto, assinatura da agência de publicidade, informações legais relativas ao produto ou serviço, certificação de qualidade, responsabilidade ambiental, premiações relativas à marca, canais de inclusão de pessoas com deficiência, responsabilidade social da marca, site, dados de pesquisa e estatísticas, selo comemorativo, legenda e splash são os 31 componentes presentes na estrutura da publicidade impressa brasileira.
O objetivo desta etapa da pesquisa é apresentar uma teoria da comunicação publicitária impressa de revista, focando a sua composição verbal dos títulos e subtíulos das publicidades da revista Veja para conhecermos a sua configuração linguística assim como sua significação denotativa, conotativo, ideológica, cultural.
O percurso metodológico, portanto, é bibliográfico, descritivo, comparativo e analítico visando à sistematização da composição visual da publicidade de revista Veja.
Nosso objeto de estudo são seis exemplares da revista Veja - período de 2014 a 2015 - nas quais exploramos 109 publicidades, e selecionamos a amostra 26 para análise.
Nas 26 publicidades de Veja, todas são assinadas pela marca anunciante, em 25 delas há imagem; em 24, título; em 21, texto; em 20, site; em 18, slogan; em 13, subtítulo; em 11, agência produtora do anúncio e apenas 10 publicidades informam o nome do produto e suas especificidades técnicas.
Presentes em 90% das publicidades da revista Veja, os títulos e subtítulos:
1) estruturam-se, em média, com cinco a sete palavras gramaticais - substantivo, adjetivo, verbo, advérbio;
2) combinam período simples- que usa a ordem direta: sujeito+verbo+complemento - e frase nominal - que geralmente é a própria marca anunciante ou o nome do produto ou a marca de um componente do produto;
3) são uma ou duas frases nominais, em que uma delas é a marca ou nome do produto e a outra seus diferenciais;
4) dispensam vírgulas conjunções de coordenação e subordinação colocando o ponto final a cada ideia;
6) expressam o conteúdo de forma rápida, objetiva, com argumentos racionais, informações para divulgar o diferencial da marca ou produto anunciado';
7) recorrem a palavras de sentido conotativo como hipérboles, comparação, gradação;
8) empregam fórmulas fixas, frases clichês usadas no dia a dia;
9) usam expressões da cibercultura como as hashtags - característica das redes sociais para categorizar um conteúdo e criar uma interação dinâmica entre internautas interessados no mesmo assunto - e também símbolos da era digital, os emoticons - sequência de caracteres tipográficos que traduz ou quer transmitir o estado psicológico, emotivo, de quem os emprega.
Comunicação publicitária mediada por uma linguagem objetiva, com conteúdo, criativa e bem elaborada, os títulos da revista Veja indicam um público habituado à leitura de textos verbais e que busca informações nessa mídia para se aprofundar nos fatos e formar opinião, argumentos racionais e

convergência midiática - internet, redes sociais -. para conhecer produtos e serviços e eventualmente consumi-los.

Essa estrutura verbal do título e subtítulo contendo a marca reflete a tendência mercadológica da contemporaneidade: a era do branding, estratégia de gestão de marketing e comunicação que coloca as marcas no centro das ações das corporações visando criar com o público relacionamentos afetivos.

Referências

GONZALES, L. Linguagem publicitária: análise e produção. São Paulo: Arte & Ciência, 2003.

JENKINS, H. Cultura da Convergência. Trad. Susana Alexandrina. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LEMOS, A. Cibercultura: tecnologia e vida na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2008.

LISBOA, E. M. O relacionamento como fator de sucesso para o branding. Trabalho de conclusão de curso. UFMA. 2004.

TORRES, C. A bíblia do marketing digital: tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar. São Paulo: Novatec, 2009.

VESTERGAARD, T. e SCHRODER, K. A linguagem da propaganda. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

A CONSTRUÇÃO DE GÊNERO NA SOCIEDADE E COMO AFETA AS MULHERES NO MERCADO DE TRABALHO

ANELIZE ANTUNES ANTONIO
ALINE GABRIELA NOBIATO
AUDREY DO NASCIMENTO SABBATINI MARTINS

Palavras-chave: Gênero; Mercado de trabalho; Patriarcado; Capitalismo; Serviço Social

Busca-se analisar e compreender como as práticas sociais que se referem às relações de gênero influem na vida pessoal e principalmente profissional da mulher e seus fatores que contribuem para a reprodução das múltiplas expressões de desigualdade de uma sociedade capitalista e patriarcal.
O estudo se concentra nas área de ciências sociais aplicadas e se dá através de pesquisa exploratória e bibliográfica, fundamentada no método marxista, do materialismo histórico dialético, e tem como objetivo compreender como se dá a construção social de gêneros e quais são suas múltiplas expressões na sociedade, analisando sua influência sistêmica nos indivíduos, para que se possa entender como se edifica na sociedade a divisão sexual do trabalho, tendo em vista a construção social do gênero.
A noção androcêntrica se encontra enraizada na sociedade. Define-se a essência do cidadão antes mesmo de seu nascimento, pois no viver social vigoram ideais que segmentam comportamentos e pensamentos em dois sexos completamente díspares, tornando as desigualdades quase imperceptíveis, já que elas fazem parte de um sistema que sustenta ideologias e pensamentos que recolhem os valores das classes economicamente dominantes.
O gênero segundo LOURO, (1995, p. 03): é "construído através de práticas sociais masculinizantes e feminizantes, em consonância com as diversas concepções de cada sociedade". Uma categoria classificatória, que define o ser e sua essência como algo natural, binário e hierárquico. Desta forma, a mulher é categorizada como maternal, sensível, frágil e inferior, ao passo que o homem é tido como viril, racional e superior, limitando ambos os sexos às dicotomias e complexidades que tal segregação apresenta.
De acordo com SOUZA e VELOZO (2015. p, 43)
A disputa existente entre mulheres e homens é resultado do desenvolvimento de relações baseadas na sociedade privada. É a divisão do trabalho surgida a partir da propriedade privada que faz a mulher parecer inferior ao homem, considerando mais útil para a produção, cabendo a ela a incumbência de fabricar filhos, atividade importante para a reprodução da força de trabalho, que, contudo, não dispõe de status. Tais ideias são amplamente desenvolvidas pelo capitalismo, o que prova serem não naturais as desigualdades entre mulheres e homens, mas determinadas pelas relações sociais.
Com o aumento da desigualdade social e da exploração da classe trabalhadora, há o aumento da situação de dominação e exploração sobre a mulher. O sistema capitalista a trouxe para o mercado de trabalho, porém isso não acarretou na sua liberação do trabalho reprodutivo, ou na melhor distribuição dele entre os sexos. Percebe-se, de maneira clara, a desigualdade na distribuição dos afazeres domésticos, que repercute diretamente no acesso da mulher ao mercado de trabalho formal, colocando-as em busca de trabalhos com jornadas menores ou precário.
As mulheres permanecem sendo as principais responsáveis pelo trabalho doméstico e os cuidados com filhos e idosos: dedicam, em média, 22 horas semanais, para pouco mais de 10 horas por parte dos homens. São a maioria no setor de serviços de menor qualificação e no emprego doméstico em residências, recebendo, portanto, as menores remunerações. Enquanto isso os homens continuam predominando nos cargos técnicos, cargos de maior qualificação, e nos setores que detém maior índice de inovação tecnológica, assim como nas posições de chefia, que são melhor remunerados. UNICAMP (2017, p.20)
Além disso, fatores como o assédio, a contratação de mulheres para cargos compatíveis com as responsabilidades familiares, corrobora para a desigualdade salarial.

Em suma, sabe-se que as mulheres, numa sociedade heteropatriarcal sofram várias expressões da questão social, numa condição de subalternidade em relação ao sexo masculino, entretanto, essa constatação carrega junto de si um senso comum que atribui tais fatos a uma essência biológica, natural. Se hoje se vê a diferenciação entre gêneros, principalmente nas chances que possuem, são resultados de uma sociedade estruturada por essas manifestações culturais e sociais. Dessa forma, justifica-se tanto a divisão sexual do trabalho quanto a desigualdade que cerceia o mundo da mulher como um todo, com o pensamento anacrônico de que "sempre foi assim", não levando em conta o seu aspecto histórico, que foi sendo constituído, por isso é mutável.

REFERÊNCIAS

INSTITUTO DE ECONOMIA UNICAMP. Mulheres: mundo do trabalho e autonomia econômica Caderno 3 As mulheres e o mercado de trabalho. Disponível em: https://www.eco.unicamp.br/images/arquivos/Caderno-3-web.pdf. Acesso em 16 nov. 2018

LOURO, Guacira Lopes. Gênero, história e educação: construção e desconstrução. Rio Grande do Sul: Educação e Realidade, 1995. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/educacaoerealidade/article/view/71722 > Acesso em: 16 nov. 2018.

SOUZA, Vanessa Bezerra de. VELOSO, Renato. Gênero e serviço social: desafios a uma abordagem crítica. São Paulo: Saraiva, 2015.

A CONTRIBUIÇÃO DA MÍDIA PARA A DEFESA DE DIREITOS TRABALHISTAS NO BRASIL: ESTUDO DE CASO

Mike Ceriani de Oliveira Gomes

Palavras-chave: Direitos trabalhistas; Mídias; Assédio moral.

A CONTRIBUIÇÃO DA MÍDIA PARA A DEFESA DE DIREITOS TRABALHISTAS NO BRASIL: ESTUDO DE CASO

1. INTRODUÇÃO

Por muito tempo os trabalhadores brasileiros lutaram para obter segurança e direitos no trabalho e a garantia do bem-estar. Quando a defesa desses direitos cai em mãos de políticos que detêm influência sobre os mesmos, pode haver ameaça aos trabalhadores. A mídia passa a ser então uma alternativa dos trabalhadores, enquanto atuantes por seus direitos.

Segundo a Revista Exame (2018), o Ministério Público do Trabalho (MPT) chegou a acolher 216 denúncias de funcionários que alegaram coação de patrões no período eleitoral do ano em questão, para que votassem em determinados candidatos concorrentes a cargos políticos. O mesmo órgão determinou ainda multa de R$ 100.000.000,00 ao proprietário das lojas Havan, Luciano Hang, acusado de coagir seus funcionários a votarem no candidato eleito à presidência da República Federativa do Brasil, Jair Messias Bolsonaro.

Perante os acontecimentos, objetiva-se analisar as relações entre grandes empresas e governantes, bem como as leis de direitos trabalhistas e do exercício midiático a seu favor.

2. MATERIAL E MÉTODOS

A investigação ocorreu através da análise de textos de base e notícias em relação a ações de abuso de poder em empresas brasileiras, tendo como foco o estudo de caso da Ação de Luciano Hang, proprietário das Lojas Havan nas campanhas eleitorais para presidente da República Federativa do Brasil em 2018.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Dentre os mecanismos públicos de direito trabalhista no Brasil, abriu-se forte polêmica acerca do MPT, extinto em primeiro de janeiro de 2019, na posse do Presidente da República Federativa Brasileira, Jair Messias Bolsonaro.

Com direitos assegurados pelo MPT, também são compreendidos como os menos emergentes, mas que também configuram crimes contra a saúde do trabalhador nas relações de trabalho com seus empregadores, como, por exemplo, o exercício de assédio moral no ambiente de trabalho.

O assédio moral é duramente condenado pelos arts 5º e 7º da Constituição Federal e no art. 483 da CLT, que resguarda a integridade do trabalhador, sua intimidade, dignidade, igualdade, honra e vida privada.

Alves (2018) recorda que na primeira ação de Hang em campanha presidencial houve ameaças de demissões nas lojas Havan, argumentando que em uma eventual vitória que não fosse do presidente eleito, Jair Bolsonaro, o sonho de cada funcionário de "ser líder, gerente e crescer com a Havan acabaria no dia sete de outubro", data das eleições e apuramento dos votos para presidente da república em 2018.

Mediante uma pesquisa realizada com seus funcionários, foi constatado que 30% votariam em branco ou anulariam seus votos, o que motivou Luciano Hang a abrir uma propaganda contra qualquer opositor de Jair Bolsonaro e afirmar que se esses 30% abrissem mão do voto ou votasse em sua oposição, ela venceria e as lojas Havan interromperiam suas atividades, causando demissões em massa.

Há duas possibilidades em que trabalhadores brasileiros têm seus direitos vigentes garantidos: A presença da Mídia, passível de ser corrompida através de imposições de agentes que buscam sua monopolização para atender seus interesses, algo que exigiria também uma alternativa menos provável em uma sociedade na qual a formação crítica é um privilégio, essa alternativa seria a fiscalização das ações midiáticas, exercício descrito por Ramonet (2007, p. 35) como quinto poder. Outra seria a integralização dos mecanismos de defesa do direito do trabalho para a Administração não apenas do poder Executivo, mas também do Judiciário, ampliando sua transparência e imparcialidade.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ainda que tenha como estudo de caso um episódio em que foram bem expostos os interesses do dono de uma rede de lojas e suas ligações com agentes públicos no Brasil, o relato resume um interesse de muitos gestores brasileiros que tem seus empreendimentos superfaturados através da concessão de privilégios vinda de agentes públicos, sendo esses direta ou indiretamente ligados à política. O relato não tem como intenção prejudicar a imagem do empregador brasileiro, mas, ao contrário, apontar a necessidade em fiscalizar quaisquer atividades ilegais que em nada representam empregadores brasileiros atrelados a valores social-desenvolvimentistas e sustentáveis.

5. REFERÊNCIAS

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil: 1988. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988.

RAMONET, I. O quinto poder. In: CASTELLS, M.; RAMONET, I.; MARTINS, A.; HALIMI, S.; BRUNE, F.; LIMA, V. A.; PILGER, J.; BENTES, I.; VIDAL, D. Caminhos para uma comunicação democrática. São Paulo: Instituto Paulo Freire, 2007, p. 29-44.

SECRETARIA DE TRABALHO. 2019. Disponível em: http://trabalho.gov.br/institucional. Acessado em fevereiro de 2019.

A DISTRIBUIÇÃO MIDIATIZADA DE CONTEÚDO AUDIOVISUAL

Luís Enrique Cazani Júnior

Palavras-chave: Audiovisual; Midiatização; Distribuição;

Um dos sustentáculos da cadeia audiovisual é a distribuição de seus conteúdos, percurso que vem sendo remodelado na contemporaneidade. Este trabalho examina a midiatização do transporte de mídia audiovisual: da película cinematográfica e hard disk drive (HDD) para transmissão via satélite, e das fitas magnéticas e discos digitais aos servidores privados domésticos, como Netflix. Como método usados, levantamento bibliográfico e entrevistas com profissionais do setor. No centro desta discussão com Stig Hjarvard (2014), como regras e recursos pertencentes aos meios invadem a esfera distributiva, introduzindo novas instrumentalidades na prática, como satélite, banco de dados e redes conectadas, remodelando-a e gerando aplicações que vão além do seu aprimoramento físico.

Como resultados encontrados pela pesquisa, desde que foram instituídos os circuitos de exibição comerciais e alternativos, as latas com filmes saem de laboratórios de copiagem em direção aos veículos automotores e aéreos, que os levarão para cinemas de todo o mundo. Com a conversão digital, os HDDs assumiram o lugar das latas, mantendo a mesma trilha de escoamento.

Novos trajetos se abriram com a comunicabilidade do satélite. O serviço de comunicação multimídia desencadeou o aparecimento de empresas específicas, como Cinecolor Sat e Cinelive, que oferecem a entrega de filmes para cinemas que contam com sua tecnologia de recepção. Há, também, a Internet, que tem seu acesso instituído pela mesma modalidade de utilização do instrumento tecnológico regido pela resolução nº 614/2013 da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel). Essas empresas passaram a controlar a logística de transporte, submissão de distribuidores e exibidores aos transmissores. Desdobraram-se, ainda, novas dinâmicas, como a transmissão de eventos: de operador logístico para produtor de conteúdo. Notam-se, ainda, os serviços de transferência de arquivos, como WeTransfer e Aspera, na qual a conexão é o recurso absorvido para o envio de artefatos.

Em outro percurso, mídias móveis comerciais deixaram de ser utilizadas na alocação para dar espaço aos bancos de dados. A memória e a conexão são mecanismos midiáticos que adentraram à territorialidade. A entrega de vídeo via rede mundial de computadores foi uma possibilidade vislumbrada pelos fundadores da Netflix, entendendo que ela incitaria o acesso, deixando as entregas postais gradativamente e fundando servidores domésticos. Além de exibidores, eles vieram a ser criadores. Neste caso, a distribuição e apresentação ocorrem no mesmo lugar. No escoamento para cinemas e lares, o caminho tende para o virtual, com funções derivadas se institucionalizando e subordinações ocorrendo, marcas da midiatização (HJARVARD, 2014).

Referências

BRITZ, Iafa. Film Business: o negócio do cinema. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
EPSTEIN, Edward Jay. O grande filme: dinheiro e poder em Hollywood. São Paulo: Summus, 2008
GATTI, André Piero. A distribuição comercial cinematográfica. São Paulo: Centro Cultural São Paulo, 2007.
HJARVARD, Stig. A midiatização da cultura e da sociedade. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2014.

A EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA CONTRA A DESINFORMAÇÃO

Caio Augusto Savedra
Roseane Andrelo

Palavras-chave: Extensão Universitária; Fake News; Desinformação; Relações Públicas.

1 Projeto de extensão: "O Papel Educativo das Relações Públicas"
Também conhecido como "ComunicaEducação", o projeto de extensão do curso de Relações Públicas criado em 2012, da FAAC, Unesp, financiado pela Pró-Reitoria de Extensão Universitária, tem o ideal de oferecer cursos online e grátis de assuntos pertinentes à comunicação para organizações e seus colaboradores, além de ser um recurso para pesquisas científicas.
2 Objetivos
Esta pesquisa busca entender qual o papel da extensão universitária como um agente de combate à desinformação com enfoque no curso "A Ascensão das Fake News", através do papel da educação e da comunicação organizacional. O curso integra o projeto "ComunicaEducação".
3 Metodologia
Para a elaboração deste trabalho a metodologia foi constituída de pesquisa bibliográfica para fundamentação teórica, além de utilizar para análise os dados recolhidos pela plataforma do ComunicaEducação com as atividades avaliativas indicadas ao final de cada curso e da participação em comentários sobre o curso na página do Facebook do projeto.
4 Resultados e discussões
Atualmente se faz cada vez mais necessário que as organizações invistam na formação de seus colaboradores, devido a todo o fenômeno da globalização e suas implicações e o crescente acesso às tecnologias de informação e comunicação (DE ALMEIDA; ANDRELO, 2017). A desinformação, segundo o Manual de Credibilidade do Jornalismo, é definida como "informação falsa deliberadamente criada ou disseminada com o objetivo expresso de causar dano". Tendo isto em mente, a desinformação se encontra, atualmente, como mais um empecilho a ser enfrentado pelo mercado de trabalho.
Nesse contexto, surge um espaço em que as Relações Públicas podem atuar na comunicação organizacional: trabalhar com o público interno de modo que esse possa se comunicar cada vez melhor. Portanto, dado o fenômeno da ascensão das fake news, surge a oportunidade de conciliar o combate a desinformação com a profissão através da extensão universitária.
O curso "A Ascensão das Fake News" foi divulgado no início de 2019, com a proposta de proporcionar uma reflexão de como as fake news chegaram até a atual situação para assim fomentar o senso crítico e fundamentar teoricamente a reação a vivências relacionadas à temática. Por isso, o assunto é abordado em diferentes âmbitos como: quais são os primeiros registros sobre o tema; a influência das mídias sociais; a relação com a política; com a mídia tradicional, entre outros.
Os participantes do curso foram majoritariamente profissionais já atuantes no mercado de trabalho que se preocupam com esse fenômeno. O material foi disponiblizado pelo site do projeto e, após a leitura, os participantes deveriam elaborar um texto analítico e, então, interagir na página do Facebook do projeto com os demais usuários. A análise apresentada a seguir considera a participação do público.
5 Considerações finais
A partir dos relatos feitos pelos participantes, fica evidente que o papel que as fake news tiveram nas eleições de 2018 foi essencial para a interpretação de cada um, já que esse é um ponto relatado por todos eles – diferente, por exemplo, do tópico "Como isso pode influenciar em uma organização", que também foi apresentado no curso, pouco comentado.
Além disso, é notável que o curso permitiu que os participantes buscassem novas informações para refletir sobre a temática, passando desde revistas de fofocas de celebridades até acontecimentos políticos prévios à elaboração do curso.

Também pode-se concluir que o curso agregou algum aprendizado, e essa questão fica visível nas relações que eles criam com suas profissões. Uma participante linguista levantou o ponto sobre a terminologia das fake news, outra que trabalha na área da saúde relembrou rumores sobre a vacina da gripe etc.

De forma geral, a breve experiência com o curso mostra que a formação adequada para a leitura crítica e produção de informações pode fazer com que sejam combatidas desinformações que fizeram parte da vida pessoal e profissional dos participantes. Foi possível verificar que a extensão pode agir de forma ativa no combate à desinformação.

6 Referências

DE ALMEIDA, F.T.; ANDRELO, R. Relações públicas educacionais e competências comunicacionais. In.: Caderno de Resumos da XIX Jornada Multidisciplinar – 2017: "Mídia, Política e Movimentos Sociais" LOSNAK, C.J.; VICENTE, M.M.; PEREIRA, V.S. (Orgs.). 2017, Bauru: UNESP-FAAC. p. 239-240. Disponível em: <https://www.faac.unesp.br/Home/Departamentos/CienciasHumanas45/2017-midiapoliticaemovimentossociais/caderno-de-resumos-ok.pdf>. Acesso em: 09 ago. 2019.

PROJETO CREDIBILIDADE. Glossário da Desinformação. 2018. Disponível em: <https://www.manualdacredibilidade.com.br/glossario-da-desinformacao>. Acesso em: 9 ago. 2019

A IMPORTÂNCIA DO ENVOLVIMENTO DE PROFISSIONAIS DE COMUNICAÇÃO E DE MARKETING NA RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

Noemi Correa Bueno

Palavras-chave: Responsabilidade social; Profissional de comunicação; Marketing Digital

A responsabilidade social e o marketing digital consistem em ferramentas importantes para as empresas que tem o compromisso com o bem-estar dos seus stakeholders. Para coerência entre essas áreas é essencial ter profissionais de comunicação e de marketing capacitados e com experiência adquirida através de ações de desenvolvimento profissional, por meio dos quais os colaboradores tomem consciência das normas e objetivos da organização e se tornem devidamente esclarecidos de como a empresa investe no progresso do seu país e no público a quem ela serve com os seus produtos. Sendo assim, é importante que os colaboradores tenham acesso às informações que esclareceram as medidas, posturas e normas da empresa em relação aos seus valores organizacionais e ações de responsabilidade corporativa, iniciando assim a proximidade entre empresa, funcionário, e, cliente, de forma a despertar em seus colaboradores a consciência para responsabilidade social, resultando, consequentemente, na qualidade no atendimento e melhoramento do progresso e das relações de todos os colaboradores e clientes.

A responsabilidade social é a alma de qualquer instituição que lida e serve uma sociedade. A responsabilidade social, quando efetiva, obrigatoriamente deve estar inclusa no atendimento humanizado, em seus produtos, na qualidade de vida de seus funcionários para que todo serviço prestado traga melhorias e bem-estar social. Por isso, a importância dos profissionais de comunicação e marketing estejam cientes dessa postura organizacional.

Através de funcionários bem treinados, conscientizados e envolvidos com a causa social, a organização transmite confiança a seus clientes que por sua vez passam a advogar em favor de tudo que está sendo apresentado pela empresa através de seus produtos. Caso contrário, as divulgações e estratégias de comunicação organizacionais, ao invés de terem caráter social, passam apresentar características meramente mercadológicas.

Assim, para analisar essas estratégias de comunicação de empreses com responsabilidade corporativa, foram estudadas as postagens nas páginas do Facebook de dois grupos de entidades sociais: as ligadas às empresas com fins lucrativos e as que não possuem essa ligação direta. Com isso, o objetivo era identificar a característica principal das postagens (realizadas em junho de 2019), de forma a apontar se possuem caráter publicitário, informativo ou de promoção de causa social, contando com uma pesquisa netnográfica e da análise de conteúdo para coleta e análise dos dados.

A escolha das instituições seguiu o Guia das 100 melhores ONGs do Brasil (2018), a partir do qual, foram selecionadas todas as instituições relacionadas diretamente com empresas com fins lucrativos (no caso, 3 instituições); e selecionadas a melhor instituição de cada região do Brasil (sem relações diretas com empresas com fins lucrativos).

Esta pesquisa ainda se fundamentou no referencial teórico de responsabilidade social corporativa de Carroll, Newell e de Frynas; de marketing social de Luiz Zenone; e, na teoria de Kartajaya, Kotler e Setiawan que identifica uma nova preocupação do marketing com os valores e com o ser humano. Esse referencial teórico, aponta que a proximidade entre empresa, funcionários e clientes mediante a responsabilidade social colabora com o melhoramento de vida de todos e que é possível utilizar métodos de divulgação do marketing digital, para promover novos valores e conscientizações.

A partir da pesquisa verificou-se que as empresas sem associações com organizações com fins lucrativos possuem, nas redes sociais, um tipo de preocupação que é a conscientização, mudança de valores e posturas do público alvo sendo essa a maior diferença encontrada no posicionamento dessas com o outro grupo analisado, pois a postura das instituições relacionadas diretamente com empresas com fins lucrativos, através de seu marketing digital, foca apenas no envolvimento das pessoas com a própria

instituição, a partir da divulgação de suas ações e eventos ou recrutamento de voluntários, e não com a causa em si, não promovendo, portanto, uma conscientização e, consequentemente, não efetivando mudanças de valores e posturas em seus seguidores.

Referências

CARROL, A. B.; SHABANA, K. The business case for corporate social responsibility. Disponível em: <12. 10.1111/j.1468-2370.2009.00275.x.> Acesso em: 15 mar 2016.

DOAR. Guia 100 melhores ONGs 2018. Disponível em: https://www.institutodoar.org/wp-content/uploads/2019/01/Guia_100_melhores_ONGs_completo.pdf. Acesso em: 20 jun 2019

FRYNAS, J.G; YAMAHAKI, C. Corporate social responsibility. Business Ethics, v. 25, n. 3, p. 258-285, 2016.

KARTAJAYA, H.; KOTLER, P.; SETIAWAN, I. Marketing 4.0. Rio de janeiro: Sextante, 2017.

NEWELL, P., FRYNAS, G. In: Third World Quarterly. 28(4):669-681; Routledge Publishing, 2007.

ZENONE, L. C. Marketing social. São Paulo: Thomson Learning, 2006.

A INFLUÊNCIA DOS CANAIS DO YOUTUBE ÁS CRIANÇAS DO QUINTO ANO DO ENSINO FUNDAMENTAL CICLO I: UMA ANÁLISE NO CONTEXTO ESCOLAR

Thaeza Silva Trevisi Calmona

Palavras-chave: Criança, Mídia, Canais do YouTuber, Influencia e Educação midiática.

DESCRIÇÃO DA PESQUISA

O tema desta pesquisa surgiu mediante a inquietação de vivenciar na prática profissional como professora o quanto a mídia vem influenciando a postura comportamental das crianças hoje, e em algumas vezes de forma negativa.

Os alunos do quarto e quintos anos sempre diziam que gostariam de se tornarem Youtubers, e alguns apresentavam comportamento de veneração aos canais e as pessoas que publicavam os vídeos (os youtubers). Consequentemente algumas atitudes eram reproduzidas pelos alunos sem que eles percebessem e que não eram adequadas a idade de dez e onze anos, como o linguajar, a forma de se expressar, muitos falavam gritando e intimidando outro, em uma postura agressiva, desconhecendo assim, os caminhos que isso acarretaria para sua formação de personalidade, de autoestima, e desenvolvimento psicológico.

Foi realizada uma pesquisa em forma de questionário com esses alunos para saber quais eram os canais de Youtube de sua preferência e depois dos dados levantados foram selecionados dois youtubers e feita uma análise do vídeo mais visualizado, observando desde o título, a abordagem, postura apresentada, visualizações, seguidores e comentários. Com os dados coletados e com a análise dos vídeos foi possível fazer duas atividades reflexivas para consciência crítica dos alunos a utilização da plataforma e ao tratamento das informações midiáticas recebidas nos vídeos.

Como um feedback aos alunos pretendeu assim conscientizar sobre a utilização adequada da plataforma e dos canais de YouTube, não com o intuito de negativar o uso, mas de forma a fazer com que essas crianças aprendessem a analisar criticamente os conteúdos das suas principais redes de interesse.

OBJETIVOS

Objetivo geral:

- Verificar o que as crianças do quinto ano do ensino fundamental ciclo I acham dos canais do YouTube e conscientizar sobre as influências positivas e negativas que assistir aos canais podem trazer para o indivíduo.

Objetivos específicos:

- Investigar por meio aplicação de questionário e análise dos dados qual a importância dos canais da plataforma do Youtuber e dos youtubers exercem sobre a vida d criança
- Realizar uma análise do canal e do vídeo mais curtido, pela ótica de educação midiática e desenvolver duas atividades de reflexão midiática com os alunos.

METODOLOGIA:

A metodologia utilizada para a realização desta pesquisa e em sequência a estruturação do relato de experiência, aconteceu nos seguintes passos:

1. Busca de referencial teórico para compreender os conceitos de criança e da inserção da mídia no meio infantil;
2. Levantamento de dados qualitativo por meio de aplicação de questionário com duas salas de quintos anos de uma escola do interior paulista;
3. Analise de duas páginas de canais de YouTube, a quais os alunos mais se referenciaram e refletir sobre a proposta midiática que trazem ao público infantil;
4. Desenvolvimento de duas atividades reflexivas sobre a influência dos Youtubers e seus respectivos canais ao público infantil em uma escola do interior paulista.

RESULTADOS

Ao desenvolver essa pesquisa e aplicar as atividades com os alunos foi possível observar que eles começaram a analisar melhor as informações recebidas nos vídeos que eles acompanham. Puderam refletir quanto a sua postura e de seus pares. Nas discussões em roda os alunos colocaram seus pontos de vista quanto ao uso da plataforma, no qual foi possível constatar em aulas subsequentes um amadurecimento quanto aos vídeos analisados e até trouxeram novas vivencia e experiências.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta pesquisa foi possível fazer um breve estudo bibliográfico quanto as concepções da criança hoje e também compreender como que a mídia vem influenciando cada vez mais cedo crianças e jovens, pesquisa essencial para poder lecionar de acordo com o novo público das escolas, no qual compreender a mídia e sua linguagem nem sempre são retratos em cursos de formação e preparação dos educadores. Não houve a intenção de reprimir a utilização da plataforma do YouTube, no qual pretendeu incentivar uma leitura crítica das informações ali postadas, havendo uma aceitação positiva por parte dos envolvidos na pesquisa e refletindo em para a educação midiática.

REFERÊNCIAS

BRAGA, J.L. A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006.

BUCKINGHAM, D. Crescer na era das mídias eletrônicas. São Paulo: Loyola, 2007.

FEILITZEN, C.V. Perspectivas sobre a criança e a mídia. Brasília: UNESCO, SEDH, 2002.

_____ (orgs.) A Criança e a mídia: imagem, educação, participação. 2ª ed. São Paulo: Cortez, 2002.

A INTERNET E A CRISE DO CONHECIMENTO: O MUTÁVEL VERSUS A DESUMANIZAÇÃO NA SOCIEDADE

Joseph Jesus Florez Cortina
Regilene Sarzi Ribeiro

Palavras-chave: tecnologias digitais, transformação digital, internet

A INTERNET E A CRISE DO CONHECIMENTO: O MUTÁVEL VERSUS A DESUMANIZAÇÃO NA SOCIEDADE

1.Breve descrição da pesquisa ou do projeto de extensão universitária
O trabalho propõe uma análise sobre o impacto das novas tecnologias digitais na sociedade atual visando entender como estas mudanças observadas podem criar novos paradigmas de relacionamento da humanidade em diferentes campos da sociedade, em um contexto local e global. Além de isso, se pretende um diálogo entre o pensamento de diferentes pesquisadores do tema, a partir de um relato panorâmico, fazendo referência às mudanças que como sociedade podemos perceber em nosso dia a dia, para tentar encontrar um ponto de quebra ou rasura refletindo acerca da questão: será realmente que estamos na direção do desenvolvimento que precisamos como indivíduos sociais? Será que o que estamos priorizando está nos levando ao conhecimento pertinente ou estamos nos tornando vítimas e ou sujeitos aprisionados pelas conexões virtuais altamente viciantes criadas pela era digital?
2.Objetivos
Dialogar com o pensamento de diferentes pesquisadores e suas posições em relação ao impacto das tecnologias digitais e as transformações sociais atuais.
3.Material e Métodos
Como metodologia valeu-se de pesquisa qualitativa, tendo como base dados bibliográficos como referências e livros de diferentes autores nas temáticas envolvidas e usou da hermenêutica para análise do conteúdo.
4.Resultados e Discussões
Atualmente como fruto do desenvolvimento tecnológico e com a aceleração da experiência temporal e da fruição de informações é possível ter contato com novos ambientes virtuais que alcançam extratos sociais para além do pensamento humano e os quais são capazes de criar grandes mudanças e trocas no contexto global, transformando assim nossa percepção das coisas e como evoluímos como sociedade. Estas transformações são fáceis de perceber em nosso dia a dia devido ao fato de que elas já fazem parte de nosso cotidiano: nós as vivemos. E assim por meio dessa lógica empírica podemos entender como a chegada da Internet nos levou a altos níveis de conexão e interatividade, passando apenas de uma especulação ou fonte de informação para que a mesma se convertesse no maior gerador de impacto e criador de novos paradigmas sociais. Neste contexto, desde o surgimento das chamadas redes sociais, as quais vem sendo uma das plataformas amplas de divulgação de interesses sociais e culturais onde são capazes não só de dar a conhecer o que acontece em tempo real em qualquer lugar do mundo, se não também a criação de movimentos sociais e políticos que conseguem ter força graças ao contato rápido com a sociedade e a facilidade da mediação feita pelas tecnologias, tendo assim uma repercussão direta e indireta na sociedade.
A apropriação tecnológica que permite às redes sociais como ambientes digitais persistentes em nosso dia a dia, e de fácil acesso para a maioria de pessoas, em algumas ocasiões muda seu enfoque na inclusão da sociedade e se torna um agente de exclusão para alguns: as novas comunidades virtuais se apartam daqueles que não são capazes de seguir o mesmo ritmo de apropriação e uso destas ferramentas na contemporaneidade.
Finalmente trazendo uma interpretação do pensamento de Heráclito (535 – 470 a.c.) que diz analogicamente que tudo está em constante movimento e é por isso que nunca tomamos banho no mesmo rio e levando uma interpretação à nossa fala atual, entendemos que as transformações

tecnológicas vão seguir acontecendo assim como as mudanças em diferentes aspectos sociais (cultura, relacionamento, educação, trabalho, etc.) e nossa tarefa é entender a importância de nos adaptarmos a essas transformações sem perder nossa essência como indivíduos em sociedade.

5.Considerações Finais

Sem dúvida estamos envolvidos e totalmente imersos em uma era digital que começou a se expandir com a chegada de Internet, porém, ainda estamos lutando com a inclusão da sociedade nestes ambientes, quando alguns usam de imediato estas transformações, outros ficam para trás e, de certa forma, alienados de tudo o que acontece ao seu redor, seja por não terem recursos econômicos, não fazerem parte dos interesses do capital ou por não conseguirem ter acessibilidade.

6.Referências Bibliográficas

CORTINA, J. J. F.; SARZI-RIBEIRO, R. Cultura Open: Desafios no Acesso ao Conhecimento Científico. In: SISPUB, 2, 2019, Curitiba. Anais... Curitiba: IBCT, 2019, p. 1-8 http://dx.doi.org/10.18225/sispub.2019.4

KOHN, K; MORAES, C. O impacto das novas tecnologias na sociedade: conceitos e características da Sociedade da Informação e da Sociedade Digital. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Disponível em: <https://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1533-1.pdf>. Acesso em: 27 jul. 2019.

A LEGENDA INTRALINGUÍSTICA COMO FERRAMENTA DE APRENDIZADO DE PORTUGUÊS PARA ESTRANGEIROS

Alisson Biglia
Lucinéa Marcelino Villela

Palavras-chave: acessibilidade; legendagem intralinguística; ensino de inglês para estrangeiros

Introdução

O meio audiovisual há anos vem ganhando cada vez mais espaço dentro de nossas rotinas, de diferentes formas. O que antes era utilizado em um tempo de distração e de lazer após o trabalho, tornou-se para muitos o principal meio que proporciona o aprendizado, a discussão e uma forma de ter acesso a diversos conhecimentos. O acesso a notícias e ao jornalismo deixou de ser feito primordialmente pelo formato impresso para ser feito pelos meios audiovisuais em plataformas variadas.

Nossa apresentação surge da reflexão e da proposição de uma indústria que se preocupa também com a acessibilidade de seus produtos. Apresentaremos os resultados de uso de legendagem em produtos audiovisuais para promover o aprendizado de língua portuguesa para estudantes estrangeiros universitários.

Para nossa pesquisa, legendamos em língua portuguesa (legendagem intralinguística) um trecho de reportagem veiculada pelo canal televisivo Globo News que tratava de acessibilidade para pessoas com deficiência auditiva e visual do 46º Festival de cinema de Gramado, ocorrido em agosto de 2018.

Materiais e Métodos

Foram elaborados dois questionários para uma coleta de dados mais precisa e focada em nichos. O primeiro questionário foi enviado a alunos intercambistas da Unesp (campus de Bauru) que passaram um ou dois semestres no Brasil e tiveram contato diário com a língua portuguesa. Já o segundo questionário foi aplicado a estudantes estrangeiros que participaram do projeto Teletandem, ocorrido na FAAC (Bauru) primeiro semestre de 2019.

Para realizarmos a pesquisa, optamos pela reportagem que tratava da acessibilidade audiovisual no 46º Festival de Cinema de Gramado (ocorrido em agosto de 2018), abordando também temas inovadores para muitos telespectadores como legendagem para surdos e ensurdecidos (LSE) e audiodescrição (AD). A matéria foi originalmente veiculada pelo canal Globo News e fez parte de uma série de matérias sobre deficiência. As perguntas formuladas surgiram da tentativa de construir um questionário completo, mas que ao mesmo tempo não se alongasse muito para os voluntários.

Análise dos resultados

Dos seis intercambistas que se voluntariaram a responder o questionário, cinco declararam que se utilizaram de conteúdos audiovisuais para aprender e desenvolver sua habilidade em português (Youtube, séries, filmes, clipes, novelas, etc.).

Os seis voluntários estrangeiros que estudam português via Teletandem apresentaram essa mesma tendência, e mais da metade assinalou que utiliza vídeos disponibilizados na internet para melhorar sua fluência no idioma.

Na questão sobre o nível de compreensão do conteúdo da reportagem, os respondentes informaram que a legenda auxilia "parcialmente" o entendimento do conteúdo apresentado, dessa forma, eles conseguiriam compreender a maior parte da informação transmitida sem as legendas.

Já o público que participa do projeto Teletandem, e que, portanto, teve um contato menos intenso com o idioma, afirma acionar o recurso de legendagem com maior frequência, ao compararmos com os intercambistas: 83% afirma não conseguir entender de forma satisfatória sem as legendas.

Outro ponto analisado por meio do questionário era o entendimento dos voluntários em relação ao conteúdo audiovisual apresentado como parte do formulário (reportagem do Globo News sobre o 46º Festival de Cinema de Gramado e seus recursos de acessibilidade audiovisual). Foi perguntado aos intercambistas, participantes que tiveram maior contato com o idioma, como classificavam seu

entendimento acerca da matéria apresentada, e todos marcaram ter um entendimento alto, entre 4 e 5 em uma escala que vai até o nível cinco.

Posteriormente, questionamos sobre quais recursos de acessibilidade foram mencionados na reportagem para checar o real entendimento do produto audiovisual.

Durante a reportagem, as repórteres mencionam: Audiodescrição, Língua Brasileira de Sinais (Libras) e legendagem. As respostas mais assinaladas são duas das três corretas, no entanto, também há a marcação de alternativas incorretas.

O mesmo procedimento foi utilizado no questionário direcionado aos alunos que não fizeram intercâmbio no Brasil, e que aprendem a língua à distância. Nesse cenário, o nível de entendimento declarado diminui, bem como o número de respostas certas.

Outras análises feitas no questionário serão apresentadas ao longo da apresentação.

Referências bibliográficas

Teletandem e episódios relacionados a cultura. Telles, João A; Zakir, Maisa A; Funo, Ludmila, B. A. DELTA 2015. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/delta/v31n2/1678-460X-delta-31-02-00359.pdf>. Acesso em 20 de Jun de 2019.

A cultura e o ensino de língua estrangeira: perspectivas para a formação continuada no projeto Teletandem Brasil. Salomão, Ana C. B. Tese de doutorado UNESP/IBILCE 2012. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/103508> Acesso em 04 de Ago de 2019.

A LENDA DE RAONI: ADAPTAÇÃO DE CONTOS INDÍGENAS PARA UM JOGO DIGITAL

José Américo Neto

Palavras-chave: Jogos Digitais, Adaptação, Lendas indígenas

(1) Breve descrição da pesquisa: o intuito do projeto é realizar uma adaptação das narrativas encontradas nos contos indígenas brasileiros para produzir um jogo digital. Para tanto foi utilizado como base o livro "As 100 Melhores Lendas do Folclore Brasileiro" de A. S. Franchini (2011).
(2) Objetivos: desenvolver um produto, um jogo digital em 2D, com elementos de ação e Aventura. O public-alvo desejado é infanto-juvenil, com faixa etária de dez anos ou mais, focado em estudantes do ensino fundamental e médio ou qualquer pessoa que se interesse em jogos de plataforma 2D e que esteja interessado em obter conhecimentos sobre a cultura indígena.
(3) Material e métodos: a primeira fase do projeto contou com o processo de seleção e leitura. Para a adaptação foram escolhidas histórias que possibilitaram a criação de personagens, itens, ambientação, escolha de jogabilidade e do estilo de arte. A opção por não adaptar todos os contos presentes na obra se deu exatamente por nem todos possibilitarem uma continuidade da narrativa ou aprofundamento das personagens. Deve-se levar em consideração que o jogo foi criado com uma perspectiva que não é voltada totalmente para a educação, mas sim de despertar a curiosidade sobre o folclore nacional uma vez que nossas lendas são citadas durante o jogo, o que faz com que o público-alvo desenvolva uma interpretação própria da cultura indígena. O objetivo secundário é gerar um produto audiovisual para entretenimento infanto-juvenil. O jogo será produzido com artes e roteiros originais para abordar um assunto pouco recorrente no mercado de videogames. O uso de mecânicas simples envolvem elementos do universo indígena brasileiro de maneira a criar um ambiente que instigue o player a conhecer a cultura indígena.
(4) Resultados e discussões: existe uma variedade de jogos sobre mitologia grega, romana, árabe, japonesa e até mesmo nórdica. Entretanto, são raros os casos em que a cultura nacional brasileira é representada no cenário dos games. Essa foi a motivação do projeto: mostrar a cultural indígena nacional e demonstrar que existem seres míticos e deuses muito interessantes que podem ser utilizados na criação de um produto audiovisual. O meio midiático dos games, foi visado pela questão da interatividade constante entre jogador e jogo. Destaca-se ainda a necessidade de contribuir com o aumento de materiais sobre o assunto e os seus objetos de estudo, que atualmente se encontram ainda escassos no meio acadêmico e comercial. Para cumprir tal objetivo optou-se por estudar algumas obras de autores renomados na área de design, arte digital (Vinicius Oppido, 2015), roteirização (Christy Marx, 2012), adaptação intertextual (Robert Stam, 2006), sonoplastia e imersão (Katie Salen e Eric Zimmerman, 2012) com a intenção de aplicar com êxito as técnicas em cada camada do jogo. Desde sua fase de pré-projeto até a pós-finalização, buscou-se aperfeiçoar os conteúdos aprendidos ao decorrer do curso de graduação em Jogo Digitais da FATEC-Lins.
(5) Considerações finais: o mercado internacional e a comunidade brasileira de jogos possuem uma quantidade escassa de material ou até mesmo em produções de games que abordam a cultura indígena brasileira, o desenvolvimento desse projeto visa aumentar ou contribuir com essa comunidade, assim gerando um produto audiovisual gameficado que repasse e conte essa parte da história sociocultural que envolve a cultura do povo indígena nas lendas existentes no Brasil, despertando nas pessoas um interesse de conhecer mais sobre sua própria cultura.
(6) Referências bibliográficas.
FRANCHINI, Ademilson S. As 100 melhores lendas do folclore brasileiro. L&PM, 2011.
MARX, Christy. Writing for animation, comics, and games. Routledge, 2012.
OPPIDO, Vinicius; NITSCH, Wagner; MARLON, Felipe. Desenvolvimento rápido de elementos gráficos para jogos digitais utilizando Pixel Art. Blucher Design Proceedings, v. 2, n. 2, p. 1337-1342, 2015.

SALEN, Katie; ZIMMERMAN, Eric. Regras do jogo: fundamentos do design de jogos. São Paulo: Blucher, v. 1, p. 69, 2012.

STAM, Robert. Teoria e prática da adaptação: da fidelidade à intertextualidade. Ilha do Desterro: A Journal of English Language, Literatures in English and Cultural Studies, n. 51, p. 19-53, 2006.

A PINTURA REALISTA E A DISCROMATOPSIA: ASPECTOS RELACIONAIS ENTRE COR NATURAL E PERCEPÇÃO TEMPORAL EM OBRAS DE ARTE ADAPTADAS E NÃO ADAPTADAS PARA INDIVÍDUOS COM DEUTERANOPIA.

Vanessa Pavelski da Gama
Joedy Luciana Barros Marins Bamonte

Palavras-chave: percepção da cor; daltonismo; discromatopsia; percepção temporal comparada; acessibilidade artística;

(1) A Iniciação Científica de título ''A pintura realista e a discromatopsia: aspectos relacionais entre cor natural e percepção temporal em obras de arte adaptadas e não adaptadas para indivíduos com deuteranopia. pertence a área interdisciplinar. Áreas: Artes Visuais, Filosofia, Neurofisiologia e Física (óptica e dos materiais).
(2)Perceber as cores dá-se pelo aparato fisiológico da visão, e da interação e processamento de dados pelo sistema nervoso central, promovendo a percepção visual que constrói significação e relação com o espaço e tempo ao redor de cada indivíduo. A percepção visual é responsável por promover ao indivíduo acesso às artes visuais, pela leitura de pinturas e reconhecimento ou significação do que é retratado pela cor e forma. No entanto, tal percepção não é uniforme a todos indivíduos, especialmente aqueles que possuem algum tipo de discromatopsia, conhecida como Daltonismo. Considerando a diferença de percepção da cor entre indivíduos com discromatopsia tipo deuteranopia, conhecida popularmente como daltonismo do tipo verde-vermelho, daqueles que não a possuem, questiona-se a diferenciação da leitura feita por daltônicos relativas a pinturas realistas adaptadas e não adaptadas para os mesmos: da percepção da cor à percepção temporal na imagem.
(3) O objetivo desta pesquisa é desenvolver uma série de pinturas realistas realizada pela bolsista, adaptadas para indivíduos com deuteranopia moderada a fim de aprimorar a acessibilidade artística ao grupo de indivíduos daltônicos de forma direta, isto é, desenvolvendo obras de arte especificamente desenvolvidas para o público-alvo ao invés da aplicação de filtros posteriores a realização do trabalho original. Os objetivos secundários incluem a análise de percepção do tempo em imagens realistas comparada entre indivíduos daltônicos e indivíduos não-daltônicos.
(4) Fora desenvolvida metodologia interdisciplinar específica para o desenvolvimento do projeto: pesquisa bibliográfica, pesquisa de campo qualitativa por estudo de caso comparado, através da análise de performance da percepção visual sensível de sujeitos experimentais daltônicos e não daltônicos (grupo-controle e grupo-experimental) e experimentação aplicada na construção controlada de composições visuais de pinturas realistas realizadas pela bolsista, através de estudos em neurofisiologia e propriedades ópticas de pigmentos.
(5) A pesquisa encontra-se em seu 5º/9º mês de vigência, tendo sido desenvolvida duas pinturas experimentais em óleo sobre tela, tendo resultados positivos pelo grupo-experimental em termos de conforto visual. Durante o primeiro semestre de desenvolvimento da pesquisa, foram adaptados sistemas HSB de diagramação cromática em espaço tridimensional, analisadas a composição básica de 8 pigmentos refinados para resistência e teste de contraste para a realização da pinturas. Ademais, a esquematização preliminar da manipulação parcial de estímulo aos Feature Maps e Master Maps de Treisman no grupo-experimental através de configuração de imagem: cor, forma, profundidade e movimento, associados às propriedades ópticas de pigmentos pré-definidos que correspondessem ao espectro visível de dificuldade de distinção dos indivíduos com deuteranopia moderada que fazem parte do grupo-experimental, forneceram a estruturação artística para as próximas pinturas a serem desenvolvidas no próximo semestre do projeto. A coleta de dados a partir de depoimentos e questionários das pinturas desenvolvidas tem proporcionado a visualização de registro de processo e evolução dos métodos aplicados nas pinturas.

(6) O projeto fora aceito e reconhecido em mérito científico pelo MIT – Massaschusetts Institute of Technology para a realização de intercâmbio de um mês sob a tutoria do filósofo e professor Alex Byrne. A pesquisa encontra-se ainda em desenvolvimento.

(7)KANDEL, E. R. – Essentials of neural science and behaviour. Center for neurobiology and behaviour college of physicians & surgeons of Columbia University. 1995.
BYRNE, Alex, and David R. Hilbert. Readings on Color. Vol. 1, The Philosophy of Color. Cambridge, MA: MIT Press, 1997a.
TILLEY, R. D. J. Color and the optical properties of materials. 2ed. Hoboken: Wiley, 2011.
HEIDEGGER M. Vorträge und aufsätze: Teil II. 3a Edição. Neske: 1967.

A PRESENÇA DO CONSUMO EM REVISTAS SEMANAIS: UMA ANÁLISE DOS ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS DE VEJA E CARTA CAPITAL

Elton Araújo de Souza
José Felipe Vaz de Assis

Palavras-chave: Consumo; Publicidades; Revistas

O consumo é debatido academicamente entre a crítica à pura e simples troca financeira e sígnica de mercadorias e os aspectos antropológicos envolvidos nesse processo. Um olhar sobre o mercado editorial contribui na compreensão de como o câmbio de mercadorias e os artifícios para estimulá-lo fazem parte da cultura. De acordo com proposições teóricas que pensam o consumo através de um olhar antropológico, o consumo é uma forma de identificação e posicionamento social, não algo vazio de sentido e prejudicial à sociedade, como pensamentos críticos costumam apresentar. A troca de bens acontece em um mundo marcado por interações simbólicas e culturalmente complexificado, fazendo com que objetos ganhem sentidos sociais e sejam circulados por meios de rituais. O objetivo geral é verificar como o consumo está presente em revistas semanais com pensamentos divergentes a partir da convergência entre linha editorial, anúncios publicitários e leitores almejados. Para isso, as etapas envolvem apresentar as bases teóricas do consumo enquanto parte de um contexto simbólico da sociedade, como proposto por Mary Douglas e Baron Isherwood (2004) e Néstor García Canclini (2006) e dos elementos visuais e verbais de anúncios publicitários propostos por Lucilene Gonzales (2019), descrever dados editoriais e mercadológicos das publicações jornalísticas Veja e Carta Capital, objetos de análise deste estudo, e identificar a relação entre as propagandas e as propostas jornalísticas. O percurso metodológico do artigo passa pela descrição dos dados editoriais e mercadológicos das duas publicações e análise dos anúncios publicitários de acordo com a proposição de 31 elementos contemporâneos em propagandas propostos por Lucilene Gonzáles. Com isso, é possível perceber a relação entre o conteúdo jornalístico e os anúncios enxergando o público do periódico como um todo; e como, apesar das divergências ideológicas, o consumo está presente nas duas revistas. Para tanto, foi escolhida uma edição de cada revista e, após a identificação, foram analisados os anúncios encontrados. Adiante, é realizada uma comparação entre os resultados encontrados em cada revista. Dessa forma, foi possível compreender a construção de valores e identidades que são expressas nas publicidades de ambas as revistas, enquanto produto midiático, ficando evidente a confluência entre publicidade e jornalismo, mas com diferenças bem específicas em relação a suas demandas jornalísticas o que, automaticamente, influencia nos anúncios publicitários conforme foi apresentado, bem como os seus componentes, no qual a revista Veja está voltada ao mercado de varejo, bens de luxo e empreendedorismo, enquanto que a Carta Capital está engajada nos serviços culturais, Sociedade Civil Organizada e poder público, o que distingue claramente os seus públicos e suas relações de consumo.

REFERÊNCIAS

CANCLINI, Néstor Garcia. Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização. 6. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo. Tradução Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.

GONZÁLES, Lucilene dos Santos. O jornalismo e as fórmulas de consumo. In: SIMIS, Anita et al. Comunicação, Cultura e Linguagem. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2014. p. 59-78.

_____. Por uma teoria da linguagem publicitária contemporânea: os componentes verbais e visuais de revistas impressas. In: ALAIC, 2019, La Paz.

MIRA, Maria Celeste. O leitor e a banca de revistas: o caso da editora Abril. Campinas: UNICAMP. 1997. Tese. Disponível em: http://repositorio.unicamp.br/jspui/handle/REPOSIP/280039?mode=full. Acesso em 03 abr. 2019.

SCALZO, Marília. Jornalismo de Revista. São Paulo: Contexto. 2011.

A RAZÃO COMUNICATIVA COMO SAÍDA À SOCIEDADE DA REIFICAÇÃO: PENSANDO OS COMITÊS DE BACIA HIDROGRÁFICA

Vinícius Lauriano Ferreira

Palavras-chave: Jürgen Habermas; Razão Comunicativa; Sustentabilidade; Comitês de Bacia Hidrográfica

O presente trabalho se insere na pesquisa exploratória de âmbito bibliográfico para dissertação de Mestrado em Comunicação Midiática na FAAC/Unesp – Campus de Bauru. O objetivo foi explorar o entendimento do filósofo Jürgen Habermas acerca do que ele chama de razão comunicativa – em detrimento da razão instrumental – traçando um possível paralelo com a estrutura e ação dos comitês de bacia hidrográfica como ambiente possível para perscrutar esta dicotomia na prática. Foram pesquisados livros introdutórios do pensamento habermasiano, direcionando para obras de autoria do filósofo, buscando uma interlocução com a concepção e atuação dos comitês.

Jürgen Habermas tornou-se um dos principais pensadores da contemporaneidade quando almejou uma alternativa ao pessimismo frankfurtiano diante da onipotência da razão instrumental. Oriundo desta escola de pensamento, Habermas buscou, contudo, uma visão que permitisse enxergar na racionalidade humana as habilidades necessárias para vencer um mundo dominado pela objetivação e pela técnica. Trata-se de uma outra esfera da racionalidade, cuja natureza é comunicativa, perceptível por meio da linguagem. (ARAGÃO, 1992, p. 25)

Esta razão comunicativa possui como característica resistir às relações instrumentais, que promovem a reificação do ser humano, já que estas visam o sucesso por parte de um dos atores, enquanto a outra – e sua contrapartida prática, a ação comunicativa – só visa o entendimento, pressuposto básico de qualquer processo comunicativo, ou melhor, de qualquer expressão linguística. O homem que se destaca de seus objetivos particulares ou grupais e se depara com o outro (ou outros) com o simples intuito de gerar entendimento, nesta esfera mais primária da linguagem, é um homem que se emancipa – naturalmente – dos interesses instrumentais e de dominação. (HABERMAS, 1987)

Dessa forma, a razão comunicativa, para Habermas, é a porta de saída do sistema que impede o homem de atingir seu mundo-da-vida, a possibilidade de emancipação objetiva diante do quadro social tenebroso do capitalismo tardio em seus vários aspectos. Dentre eles, pode-se citar a sustentabilidade e o manejo do meio-ambiente como um dos pontos mais afetados pela cisão trabalho/interação, técnica/comunicação da sociedade contemporânea. A ideia de ação comunicativa pode ser trazida para o manejo dos recursos naturais, num contexto de uma "ecologia política" (ROTHBERG, 2015, p. 136), numa tentativa, por exemplo, de "equacionar a partilha da decisão política e socializar os custos da gestão de impactos gerados pela exploração de recursos para a expansão econômica." (idem).

É neste contexto que podem ser citados os comitês de bacia hidrográfica, cuja função é deliberar "sobre as atividades e políticas públicas que possam afetar a quantidade e a qualidade das águas em suas circunscrições" (JACOBI apud ROTHBERG, 2015, p. 135), ou seja, inserir diferentes atores sociais – governo, organizações e outros interessados – na tomada de decisão acerca dos destinos desse recurso fundamental e escasso para a humanidade que é a água doce pronta para o uso.

Não seria o caso, com efeito, de tratar a teoria da ação comunicativa de Habermas simplesmente como ferramenta de comunicação e deliberação, ou simplesmente como algo passível a ser aplicado dentro de grupos como os supracitados comitês. Olhada por essa perspectiva, a teoria habermasiana sempre será vista como algo inalcançável, até mesmo carente de uma serventia ou de senso de realidade.

A análise se dá no aprofundamento da compreensão daquilo que Habermas chamava de razão comunicativa, sem a qual o esforço em prol de participação ou deliberação é inócuo, por não conseguir se livrar dos ditames da razão instrumental e dominadora. É fundamental a compreensão do aspecto dicotômico entre razão instrumental e razão comunicativa: sendo que quando a primeira se impõe, a segunda se cala; e quando a segunda se alça, necessita denunciar os aspectos opressores da primeira. (HABERMAS, 2012)

Apenas diante do entendimento aprofundado de tais conceitos habermasianos é possível investigar em qual medida a concepção e a ação atualmente realizada nos comitês alcançam um entendimento tácito ou explícito acerca das capacidades da razão comunicativa pensadas pelo autor e, desse modo, podem contribuir para uma verdadeira emancipação dos seus membros e interessados e, por conseguinte, para atingir os objetivos visados na concepção dos mesmos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAGÃO, Lucia Maria de Carvalho. Razão comunicativa e teoria social crítica em Jürgen Habermas. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1992.

HABERMAS, Jürgen. Conhecimento e Interesse: com um novo posfácio. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987.

_____. Teoria do Agir Comunicativo. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2012.

ROTHBERG, Danilo. Comunicação para sustentabilidade, memória social e cidadania em projetos de pesquisa. Líbero. v. 18, n. 35, p. 133-144, jan/jun 2015.

A RELEVÂNCIA DA ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO PEDAGÓGICO, IMPLICAÇÕES E PRÁTICAS

Julia Amabile Widar
Letícia Vieira Viana

Palavras-chave: Planejamento do Trabalho Docente; Programa Residência Pedagógica; Pedagogia Histórico–Crítica; Educação Infantil.

Este trabalho aborda a importância do planejamento e da sistematização na educação infantil, pois se entende que a organização dos procedimentos é de suma importância nesta fase da escolaridade que é uma das etapas de maior importância na vida escolar e que oferece atributos fundamentais para o desenvolvimento físico, psíquico, cognitivo e social dos sujeitos. Autores como Freire (1991), Libâneo (1996) e Trevissan (2006), afirmam que a rotina escolar tende a criar espaços e oportunidades para que as crianças se desenvolvam por meio de atividades lúdicas, tanto em sala como fora dela, tornando dessa maneira, com que os conhecimentos dispostos sejam assimilados de forma prazerosa, possibilitando que as crianças se desenvolvam integralmente a compreensão e incorporação de conceitos, a realização simbólica dos desejos e a repetição das brincadeiras que permitem superar as dificuldades individuais, além da interação e a adaptação ao grupo social e outros. É nesse contexto, que por meio da observação da rotina escolar, por intermédio do Plano de Atividades do Residente do Programa Residência Pedagógica, que se busca, no decorrer desse trabalho, salientar a importância de articular as propostas pedagógicas com as necessidades de desenvolvimento dos alunos, com o objetivo de ampliar o universo de experiências, conhecimentos e habilidades, para que seja possível diversificar e consolidar as novas aprendizagens.

A RELIGIÃO E O CONTROLE DOS POVOS NA COSMOVISÃO EVANGÉLICA: DE UMA ANÁLISE DESDE AGOSTINHO ATÉ MAQUIAVEL E A RELIGIÃO E O VIVERE CIVILE.

Otávio Barduzzi Rodrigues da Costa

Palavras-chave: religião, maquiavel, controle, política

Parte-se da tese que o pensamento filosófico sobre controle religioso preserva-se na cosmovisão evangélica majoritária através do controle. Complementa-se a tese que tal fato tem relação com modos de ser e pensar sobre santidade e medo que foi tratada largamente na filosofia ocidental passando por reflexões desde sobre, o conceito de santidade de Agostinho e o controle da religião civil maquiavélico. .
Na filosofia cristã, o ser humano é concebido como um corpo extenso e físico animado pelo pneuma divino, que seria sua alma ou espírito. O corpo ou vida social é, portanto a ser controlado, sobretudo entre os pentecostais tradicionais.
Caso o indivíduo não siga a conduta correta, sua alma acabará no inferno, e esse medo é a própria constituição da cultura ocidental e visa à manutenção e controle social (DELUMEAU, 2008).
Desde Maquiavel na análise do fenômeno religioso está imbricado na política, podemos constatar a utilização deste "método": a religião é examinada a partir de seus efeitos práticos, ou seja, pela capacidade de despertar tanto o medo quanto o amor dos cidadãos a favor do vivere civile. Para Maquiavel , A grandeza de uma religião decorre da função e importância que ela exerce em relação à vida coletiva. Ambas, função e importância, são de caráter normativo: a religião ensina a reconhecer e a respeitar as regras políticas a partir do mandamento religioso. Essas normas coletivas podem assumir tanto o aspecto coercivo exterior da disciplina militar ou da autoridade política quanto o caráter persuasivo interior da educação moral e cívica para a produção do consenso coletivo. Com efeito, a fundação e estabilidade de um Estado dependem da virtù, não apenas do príncipe, mas também do povo. Assim, a dupla função da religião, de coerção e de persuasão, coincide, respectivamente, com a virtù do príncipe e a do povo.
O vivere civile é um modelo de paz conforme se queira que o povo viva em conjunto e a viver numa res publica (ou seja: no "bem público" ou "bem comum") – a expressão vivere civile sendo compreendida em referência ao primado da vita activa sobre a vita contemplativa. Assim é um reinado do povo e sobre o povo, mas sem deixar de lado as aspirações do povo, nesse caso um reino não atende as inspirações do príncipe mas sim o príncipe atende as aspirações populares.
A religião nesse sentido não deixa de ter atuação pratica no melhor estilo maquiavélico. Ela é proposta como uma paz entre o povo e um assunto comum que traz coesão. Mesmo assim ela só deve ter seu valor enquanto atender as aspirações do povo.
Analisando a recente atividade política evangélica no Brasil, pode-se afirmar que a forma de pensar é uma forma de realidade do pensamento filosófico sobre o poder da realidade manifesto na reflexão que leva a uma importância da reflexão filosófica na analise da realidade, algo tão desvalorizado pelo senso comum.
(2) Breve descrição da pesquisa
A pesquisa que parte de um projeto de pós-doutorado analisa estes quatro filósofos para poder entender melhor o plano politico de dominação sobre corpos exposto na cristandade e em especial no evangelicalismo brasileiro
(3) Objetivos;
Compreender a dominação de um pensamento ético que se espalha através da repressão dos corpos e fundamental para estudar a teoria politica e ética hoje.
O que se quer é compreender essa força analisando os filósofos principais que podem teorizar sobre religião e controle político.
Estudar a religião é importante porque ressurge como força politica.
(4) Material e métodos;

Método bibliográfico e investigação antropológica

(5) Resultados e discussões;

O resultado é que a compreensão das analises filosóficas podem fornecer instrumentais para a compreensão da realidade política. Ao observar o apoio dos cristãos a eleição de Trump nos EUA, a bancada evangélica brasileira e outros fatos políticos se percebe a força da religião na politica. Portanto é necessário recorrer às bases da reflexão filosófica para fornecer instrumental nas analises cientificas, politicas e sociais.

(6) Considerações finais;

É necessário reconhece o valor da religião enquanto controle. Analisar a religião do ponto de vista filosófico é analisar também como uma obra humana, portanto se rendendo aos interesses e mesquinharias próprias do poder politico humano. Isso serve para compreender a atitude dos evangélicos bem como o uso da politica através da religião nas recentes escaldas do poder.

(7) Referências bibliográficas.

MAQUIAVEL, N. O Príncipe. Coleção "Os pensadores". São Paulo: Abril Cultural, 1973.

SANTO AGOSTINHO, Confissões. [Tradução: J. Oliveira Santos] 2. ed. São Paulo: Abril Cultural, 2000.

PLATÃO. A República. 7. ed. Trad. Maria Helena da Rocha Pereira. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1993

CORREA, Marina, A.O.S. Assembleia de Deus: ministérios, carisma e exercício de Poder. São Paulo: Fonte Editorial, 2013.

DELUMEAU, Jean. O pecado e o medo – a culpabilização no ocidente (séculos 13- 18). Martins Fontes, 2008

ACESSIBILIDADE NA COMUNICAÇÃO: RECURSOS DE ACESSIBILIDADE EM PUBLICAÇÕES DO FACEBOOK

Guilherme Mori Magalhães

Palavras-chave: Comunicação; Acessibilidade; Redes Sociais

INTRODUÇÃO

O advento e a popularização da internet promoveram alterações nas formas de organização e percepção da informação pela sociedade. Destaca-se a emergência das redes sociais, como o Facebook, enquanto plataformas que permitem a manutenção das conexões originadas no mundo material e transplantadas para o meio virtual (RECUERO, 2013). À medida que observamos novas formas de comportamento social promovidas pelo crescimento da autonomia de produção, recepção e reprodução da informação (DORNELLES, 2004) pelos usuários, novos desafios são apresentados, principalmente no tocante à acessibilidade dessa rede.

A despeito desse progresso, ainda existem públicos que não foram atendidos pelo acesso ampliado e participativo à informação, dentre eles o das pessoas com deficiência visual. Segundo o IBGE (2010), no Brasil, 36 milhões de pessoas, ou seja, quase 19% da população, apresentam algum grau de deficiência visual, sendo que 7 milhões apresentam cegueira ou baixa visão. A Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015) define acessibilidade como "possibilidade e condição de alcance para utilização, com segurança e autonomia, de espaços, mobiliários, equipamentos urbanos, edificações, transportes, informação e comunicação [...] por pessoa com deficiência ou com mobilidade reduzida" (grifo nosso).

OBJETIVOS

Geral: Analisar os recursos de acessibilidade oferecidos pela plataforma do Facebook, tendo como exemplo as publicações das páginas da Skol, Guaraná Antártica e Burger King, a fim de compreender a implementação e eficiência dos recursos de inclusão online.

Específicos:

1. Estabelecer uma base referencial-teórica a partir de um levantamento bibliográfico e documental, no tocante às temáticas de midiatização, redes de relacionamento digital, produção de conteúdo para Facebook, acessibilidade, tecnologia assistiva e recursos de acessibilidade;
2. Mapear quais são os recursos de acessibilidade na produção de conteúdo digital para o Facebook;
3. Identificar quais desses recursos são utilizados nas publicações das páginas delimitadas, comparando-os com aqueles já levantados previamente.

METODOLOGIA

O presente estudo consistirá, inicialmente, em um levantamento de dados bibliográficos e documentais abordando as temáticas que norteiam a pesquisa. Em seguida, será realizada a seleção do corpus de análise com base nas publicações das páginas do Burger King, Skol e Guaraná Antártica no Facebook. A plataforma estadunidense socialbakers.com aponta as páginas em questão entre a lista das 50 com maior visibilidade no Brasil. Para a análise, serão mapeados os recursos de acessibilidade presentes no corpus. Além disso, o conteúdo será estudado de forma a identificar quaisquer outros parâmetros que, apesar de não estarem presentes, poderiam ser utilizados para aumentar o grau de acessibilidade na publicação. Para essa abordagem comparativa, serão utilizadas as diretrizes do Web Content Acessibility Guideline (WCAG) 2.0, protocolo que define parâmetros de acessibilidade para conteúdo virtual.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A pesquisa encontra-se, ainda, em estágio inicial. Portanto, após a sistematização dos dados pesquisados, as futuras análises poderão indicar as barreiras de acessibilidade presentes em redes sociais para pessoas com deficiência visual. Pode-se, ainda, observar a tendência a um baixo grau de acessibilidade no conteúdo veiculado nas páginas estudadas.

CONCLUSÃO

Tendo este contexto em vista, o presente estudo propõe o debate do acesso à informação e ao entretenimento por pessoas com deficiência visual, com um foco específico nas barreiras de acessibilidade em redes sociais.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015. Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência). Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13146.html>. Acesso em: 4 mai. de 2019.

DORNELLES, J. Antropologia e internet: quando o "campo" é a cidade e o computador a "rede". Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 10, n.21, p.241-271, jan./jun. 2004.

IBGE. Censo Demográfico 2010 – Religião e Deficiência. IBGE, 2010. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/94/cd_2010_religiao_deficiencia.pdf>. Acesso em: 4 mai. de 2019.

RECUERO, R. Engajamento x audiência no facebook: uma breve discussão. Pelotas (RS), 2013. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/arquivos/2013/03/engajamento-x-audiencia-no-facebook.html>. Acesso em: 4 mai. de 2019.

ANÁLISE DA COMUNICAÇÃO DO MOVIMENTO WEB PARA TODOS NO FACEBOOK: REFLEXÕES SOBRE A ATUAÇÃO DOS MOVIMENTOS SOCIAIS NA INTERNET

Aline Bonholi Barbosa

Palavras-chave: Comunicação online; Movimentos Sociais; Facebook; Movimento Web Para Todos

A internet e as mídias digitais revolucionaram as formas de comunicação e consumo de informação existentes, tornando-as, mesmo que de maneira limitada, considerando os problemas de acesso à rede, acessibilidade, usabilidade e conhecimento do usuário, mais participativas e democráticas. Neste contexto, os movimentos sociais, aqui entendidos como ''ações sociais coletivas de caráter sociopolítico e cultural que viabilizam formas distintas de a população se organizar e manifestar suas demandas'' (GOHN, 2003, p.13)1, passam a ver na internet uma possibilidade de não só alcançar mais indivíduos, mas também de romper com o monopólio dos meios de comunicação tradicionais e promover o pensamento crítico por meio da disseminação de seus ideais e da interação com os usuários do ciberespaço. Dessa maneira, esta pesquisa busca refletir sobre a importância da internet, em especial, das redes sociais online, como ferramenta de comunicação dos movimentos sociais contemporâneos, tendo como objeto o Movimento Web Para Todos (MWPT), que luta por um ambiente digital acessível e inclusivo para todos. Objetiva-se, também, compreender o conceito de movimentos sociais e qual o papel da comunicação online para suas ações; entender os processos históricos que envolvem a acessibilidade digital no Brasil e a trajetória do MWPT; descrever a página do MWPT no Facebook e analisar as suas publicações a fim de estimar seu potencial enquanto um ambiente digital que amplia a interação entre movimento e cidadãos; e, ainda indicar estratégias de comunicação para uma ação mais efetiva dos movimentos sociais no Facebook. Para tanto, utilizou-se como vertente metodológica uma abordagem quali-quantitativa, fazendo uso do método exploratório, descritivo e da análise de conteúdo. Logo, foram realizados um levantamento bibliográfico acerca do conceito de movimento social e do papel da comunicação online para suas ações, na primeira parte, e, na segunda parte, em andamento, uma análise descritiva da página do MWPT no Facebook e de suas publicações a fim de identificar elementos que contribuem ou não para comunicação entre o movimento e os cidadãos. Tendo em vista que a organização dos movimentos sociais se dá por meio da informação, segundo Machado (2007) 2 , e que a internet é uma ferramenta facilitadora do processo de produção de informações, os movimentos sociais buscam conquistar seu lugar dentro do ciberespaço, adentrando, principalmente, as redes sociais online, como o Facebook, por exemplo. Ao analisar preliminarmente a página do MWPT no Facebook, entre março e abril de 2019, nota-se que, apesar da baixa quantidade de publicações, há uma constante e positiva interação entre o movimento e a sociedade. Vide que, no período analisado, as publicações tiveram 1499 reações, entre a maioria "curti" e "amei" e 78 comentários, dos quais 40,7% são positivos, 18,5% são neutros e somente 3,7% são negativos. Além disso, nota-se um cuidado em relação aos usuários, uma vez que a linguagem utilizada é, em sua maioria compreensível e acessível, ou seja, o movimento busca adequar a linguagem ao público a quem as publicações se destinam e, para tanto, faz uso de descrição de imagem a fim de possibilitar que pessoas com deficiência visual possam aceder ao conteúdo de suas publicações por meio de leitores de tela e outros dispositivos. Sendo assim, a pesquisa sugere, até aqui, que as redes sociais online, em especial, o Facebook, atreladas à um planejamento estratégico adequado, são ferramentas fundamentais para a criação de uma comunicação eficiente entre movimento e sociedade.

Referências

1 GOHN, Maria da Glória. Movimentos sociais no século XXI: antigos e novos atores sociais. Petrópolis: Vozes, 2003.

2 MACHADO, J. A. S. Ativismo em rede e conexões identitárias: novas perspectivas para os movimentos sociais. Sociologias, Porto Alegre, ano 9, no 18, jul./dez. 2007, p. 248-285

ANÁLISE SEMIO-NARRATIVA NO NÍVEL FUNDAMENTAL DE UMA TRANSMISSÃO TELEVISIVA DE FUTEBOL

Tatiana Zuardi Ushinohama

Palavras-chave: futebol; transmissão televisiva; televisão; semiótica; comunicação.

A transmissão televisiva de futebol é um discurso comunicacional em que a enunciação ocorre simultaneamente à realização do evento, de modo que, à medida que as ações humanas ocorrem no jogo, a televisão vai estruturando seu discurso por meio de procedimentos e equipamentos técnicos, em um todo de sentido coerente e para um determinado enunciatário.

Com o objetivo de entender o eixo conceitual ou fundamental que conduz a existência desse produto cultural mediado, bem como os possíveis arranjos que são manifestados na forma discursiva, o artigo utiliza-se do método de análise semiótico, por intermédio do percurso gerativo de significação, para orientar o estudo da transmissão televisiva de um jogo de futebol pelo nível fundamental.

A concepção da estrutura do quadro semiótico principia pela definição de um microuniverso semântico pelo qual o discurso trafegará, orientado pelas características formais do quadrado semiótico. O universo do futebol se encontra fundamentado no jogo, definido pelo historiador Huizinga (2000) e o sociólogo Caillois (1990) como "uma das molas principais do desenvolvimento das mais altas manifestações culturais em cada sociedade e da educação moral e do progresso intelectual dos indivíduos" (CAILLOIS, 1990, p. 9-10).

Dentro do universo jogo há a presença de diferentes categorias. E as categorias são, segundo Fontanille (2007), definida por um domínio abstrato nas classificações culturais que indicam a presença ou a ausência de um traço comum. O futebol ajusta-se à tipologia da competição, definida por Caillois (1990) como Agon, que se trata da ambição de triunfar graças apenas ao próprio mérito, em uma competição regulamentada.

Nessa categoria, a competição apresenta como traço comum o triunfo atribuído ao vencedor que é "o desejo de ver reconhecida a sua excelência num determinado domínio. É a razão pela qual a razão do Agon supõe uma atenção persistente, um treino apropriado, esforços assíduos e vontade de vencer" (CAILLOIS, 1990, p. 35). Portanto, a competição institui-se como uma categoria positiva no domínio sintático do jogo de futebol esportivo. E a sua oposição, a não-competição, denota a categoria negativa, de modo que, por apresentar a ausência do traço triunfo, pode ser transposta como cooperação, uma vez que significa "É o tipo particular de processo social em que dois ou mais indivíduos ou grupos, atuam em conjunto para a consecução de um objetivo comum. É requisito especial e indispensável para a manutenção e continuidade dos grupos e sociedade." (PASANI, 2018, p. 46).

Desse modo, a competição apresenta dois subdomínios em que há a presença ou a ausência do traço "o triunfo", sendo eles: a vitória e a derrota, de forma que cada um é contrário ao outro.

Segundo Courtés (1979), a partir desse conjunto organizacional dos termos proposto por Greimas, depreendem-se as características formais do quadrado semiótico as propriedades das relações e das dimensões.

As relações entre os termos são organizadas hierarquicamente, de modo que os termos competição e cooperação estão em um nível superior ao dos termos vitória/derrota e ônus/bônus. Outra propriedade de relação observada é a das categorias que delimitam uma relação de contradição entre esses termos competição e cooperação; vitória e ônus; e derrota e bônus. De contrariedade entre vitória e derrota; e ônus e bônus. E de implicação entre vitória e bônus; e derrota e ônus.

Assim, essa estrutura elementar da significação gerada pelo jogo de futebol permite projetar as operações semânticas virtualmente realizáveis na construção do discurso, estabelecendo a seguinte análise.

O jogo de futebol trata-se de um evento competitivo em que duas equipes, em igualdade, tanto no número de jogadores quanto no placar, buscam, durante 90 minutos, marcar o maior número de gols e sofrer nenhum ou poucos gols. Ao final do jogo, o time que marcar mais e sofrer menos gols é o vitorioso.

Por isso, a vitória torna-se a primeira categoria fundamental, positiva ou eufórica, idealizada por ambos os times, pois é a marca do triunfo e a consagração do time na sociedade.

Porém, por se tratar de uma competição, o segundo sentido fundamental é a derrota, categoria qualificada como negativa ou disfórica, uma vez que ambos os times tentam evitá-la, pois se trata da concretização da falha do ser humano. No entanto, esses dois sentidos semânticos só são estabelecidos ao término do jogo, pois se trata do que é visado por ambas as equipes.

CAILLOIS, R. Os jogos e os homens: a máscara e a vertigem. Tradução: José Garcez Palha. Lisboa: Cotovia, 1990.

COURTÉS, J. Introdução à semiótica narrativa e discursiva. Tradução: Norma Backes Tasca. Coimbra: Livraria Almedina, 1979.

FONTANILLE, J. Semiótica do discurso. Tradução: Jean Cristtus Portela. São Paulo: Contexto, 2007.

HUIZINGA, J. Homo ludens. Tradução: João Paulo Monteiro. 4ºed. São Paulo: Perspectiva, 2000.

PASANI, C. Pequeno dicionário de sociologia. Campinas: Autores Associados, 2018.

APLICATIVOS DE NOTÍCIAS E EFEITOS DE SENTIDOS: O BRASIL EM BBC NEWS

Rafaela Fernanda Thimoteo

Palavras-chave: Análise do discurso; Efeitos de sentidos; BBC News; Brasil.

A pesquisa busca analisar como um veículo jornalístico de notoriedade global, o BBC News, apresenta uma imagem do Brasil por meio de seus destacamentos. Para tanto, delimita-se a forma como os destacamentos em notícias sobre o Brasil, veiculadas no aplicativo digital, produzem efeitos de sentido que convergem para uma imagem internacional a respeito de nosso país.

O objetivo geral desta pesquisa é compreender a produção de efeitos de sentidos a partir dos destacamentos em aplicativos de notícias, bem como suas implicações no contexto social contemporâneo, buscando constituir essa reflexão no quadro teórico da Análise do Discurso Francesa (AD).

Além de contribuir para o fortalecimento do quadro teórico proposto e sua relação com a compreensão do funcionamento jornalístico, a pesquisa ressalta, também, a importância do acesso a visões diferentes, por meio da leitura de uma cobertura advinda do exterior que interfere na imagem circulante sobre o Brasil.

A pesquisa se ampara na Análise do Discurso de linha francesa (AD), com especial suporte nas reflexões de Maingueneau sobre a destacabilidade e o destacamento. A AD não se limita somente à interpretação do conteúdo, ela estuda a materialidade do discurso e considera o fato de sermos atravessados por ideologias e subjetividade, mesmo que não intencionalmente. Para a Análise do Discurso não existe imparcialidade plena.

Os processos discursivos são afetados pelas condições de produção, por exemplo: o discurso de um político representa toda uma estrutura, composta de valores, ideais etc., não apenas as promessas de um mandato. Além disso, todo discurso deve ser analisado pelas suas condições de produção em determinado momento histórico, social e cultural.

Foram selecionadas notícias sobre o Brasil de diferentes editorias do BBC News no período de maio de 2018 a março de 2019. O aplicativo disponibiliza várias categorias de assuntos para o leitor acompanhar, no caso desta pesquisa foram escolhidos os tópicos: "Latin America & Caribbean", "Brazil", "Brazil political crisis", "Sao Paulo" e "Rio de Janeiro". Nota-se que as próprias categorias apresentadas já denotam aspectos relevantes no que diz respeito a uma imagem do Brasil, destacando o momento político do país e duas de suas principais cidades. Alguns exemplos de títulos de notícias analisadas são: "Brazil National Museum fire", sobre o incêndio no Museu Nacional no Rio de Janeiro; "Brumadinho dam collapse in Brazil: Vale mine chief resigns" e "Vale: The pride of Brazil becomes its most hated company", notícias que se referem ao rompimento da barragem de Brumadinho - MG; e também uma notícia sobre o atual contexto político brasileiro: "Jair Bolsonaro: Why Brazilian women are saying #NotHim", sobre os protestos das mulheres brasileiras contra o até então candidato a presidência do país.

Foi analisado como os destacamentos presentes nas notícias do aplicativo interferem na cristalização de memória sobre o país em nossa contemporaneidade e como os assuntos brasileiros são destacados por uma mídia internacional. Observou-se também quais diferentes efeitos predominam: o acesso a uma visão possivelmente mais isenta (distanciada) sobre o país, ou, ao contrário, a propagação de certos estereótipos.

Na pesquisa, analisamos como a questão do discurso influencia, mesmo que de forma inconsciente, a produção e decodificação das informações que o público tem acesso. Além disso, é importante observar como os discursos podem construir ou reforçar imagens sobre determinado assunto, seja de forma positiva ou negativa.

O aplicativo do BBC News reúne uma imensa quantidade de notícias sobre diversos temas, fazendo um recorte do que acontece no mundo todo. A maneira como o veículo apresenta o Brasil é noticiando os fatos de maior relevância no momento para a sociedade brasileira e mundial. Muitas notícias são

relacionadas ao cenário político brasileiro, reforçando a imagem de crise política no país. Além disso, desastres (naturais ou causados pelo ser humano) também recebem destaque, assim como notícias relacionadas ao futebol, o esporte mais associado à imagem do Brasil, de certa forma reforçando um estereótipo.

APONTAMENTOS SOBRE O USO DO FACEBOOK COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA EM MOVIMENTOS SOCIAIS: CASO DO MOVIMENTO DOS TRABALHADORES RURAIS SEM TERRA

Mariana Alarcon Datrino
Caroline Kraus Luvizotto

Palavras-chave: Movimentos Sociais; Comunicação Estratégica; Comunicação Digital; MST.

Breve descrição da pesquisa

A pesquisa foi financiada pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo - FAPESP (nº processo 2017/21427-3) e teve seu início em maio de 2018 e foi entregue em maio de 2019. O estudo focou em refletir a comunicação digital e estratégica no âmbito dos Movimentos Sociais, tendo como objeto o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra.

Objetivos

a. Objetivo Geral

Refletir sobre a importância da comunicação na internet, especialmente o uso das redes sociais online, em especial o Facebook, como ferramenta de comunicação estratégica dos movimentos sociais contemporâneos.

b. Objetivos Específicos

a. Compreender o conceito de movimentos sociais e a importância da comunicação para suas ações na sociedade atual;

b. A partir do exemplo do MST, verificar como os movimentos sociais utilizam o Facebook como ferramenta de comunicação estratégica para disseminar suas demandas e sua agenda;

c. Descrever e analisar a página do MST no Facebook, buscando verificar sua abrangência e performance e estimar o seu potencial como um ambiente digital que relaciona o movimento social aos cidadãos;

d. Compreender o papel e o impacto da comunicação para a atuação dos movimentos sociais e indicar estratégias de comunicação para uma ação mais efetiva dos movimentos sociais no Facebook.

(3) Materiais e Métodos

Metodologicamente, a pesquisa possui uma abordagem quali-quantitativa e utiliza o método da análise de conteúdo, seguindo a proposta de Bardin (1997). Foi realizada a pesquisa exploratória, descritiva e analítica, a partir do referencial teórico, do histórico do MST e da análise de sua página no Facebook. A princípio, foi preciso adotar um referencial bibliográfico sobre influência da internet na sociedade atual, assim sobre como utilizá-la como uma forma de otimizar as ações de movimentos sociais. Além disso, buscou-se por referencial teórico que abordasse os desafios e as novas perspectivas da comunicação, assim com conceito de movimento social será amplamente discutido e relacionado à comunicação e às principais ferramentas estratégicas no cenário digital.

Foram analisadas 130 publicações da página do MST no Facebook durante o mês de novembro de 2018. Posteriormente, para a sistematização da análise, foi criada uma tabela com as seguintes informações: temas, horários, dias da semana, número de comentários-curtidas-compartilhamentos, reações, teor dos comentários (positivo/negativo/neutro), e tipo de linguagem utilizada (acessível ou não).

Por fim, foi possível realizar o cruzamento de dados e identificar as temáticas com mais ou menos adesão, assim como pontuar algumas possíveis alterações técnicas para aumentar o potencial comunicacional do movimento.

(4) Resultados e discussões

A partir da análise e sistematização das 130 publicações foi possível identificar que o MST utiliza o Facebook de maneira mais passiva, uma vez que está na rede social mais para compartilhar as ações já realizadas, do que para chamar para ações e mobilizar seus públicos.

A análise sugere que o movimento não se preocupa em estabelecer o diálogo com seus públicos, visto que apenas um comentário foi respondido, dentre todos as publicações analisadas. Ou seja, o movimento deixa vazios comunicacionais sobre sua atuação e não estabelecer relacionamento com seus públicos.

Além disso, as publicações não apresentaram regularidade, cada dia havia uma quantidade diferente de publicações, assim como eram postadas em horários aleatórios, ou seja, não havia uma preocupação com os horários de maior alcance.

(5) Considerações finais

Foi possível reafirmar, através deste estudo, o potencial da internet como um ambiente capaz de expandir o potencial dos movimentos sociais. Desta forma, o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra poderia realizar um planejamento da comunicação digital para garantir a regularidade e estar presente neste ambiente que é tão efêmero, assim como se dedicar a responder aos comentários, a fim de estabelecer um relacionamento baseado no diálogo, clareza e aproximação.

O estudo aponta que os movimentos sociais no Brasil enfrentam o desafio de promover a consciência sobre a importância da mobilização como uma ação cidadã, e por consequência, a reconstrução da imagem dos movimentos sociais para que de fato suas ações sejam reconhecidas e valorizadas por esses públicos.

(6) Referências bibliográficas

BARDIN, Laurence. Análise de Conteúdo, Presses Univcrsitaires de France, Edições 70, 1977.

LEVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Editora 34, 1999.

MORAES, Denis, Comunicação virtual e cidadania: movimentos sociais e políticos na Internet.Revista Brasileira de Ciência da Comunicação, Vol. XXIII, nº 2, julho/dezembro de 2000, p. 142-155.

PERUZZO, C. M.K. . Relações Públicas nos Movimentos Sociais e "Comunidades": princípios, estratégias e atividades. ABRAPCORP, Anais 2008.

AS FACES DE UM MORO: A LINGUAGEM JUDICIÁRIA NAS CAPAS DA REVISTA VEJA

Audrey do Nascimento Sabbatini Martins

Palavras-chave: Comunicação; Revista Veja; Análise do discurso; Linguagem jurídica.

1.Breve descrição da Pesquisa:A construção do discurso jurídico nas revistas e nos noticiários, a partir da análise do discurso, de modo a verificar as influências inter-discursivas bem como as correlações entre linguagens no fomento da ideia de informação e de relatos dos fatos.2. Compreender como se constrói o discurso jurídico nas revistas e noticiários, evidenciando nessas construções as diferenças entre as linguagens e ainda a contribuição de uma linguagem para outra.3. Material e Métodos: Usar-se-ão as capas da Revista Veja de 2015, que tem como manchete "Retrospectiva" e a capa de 19 de junho de 2019 "Desmoronando". Far-se-á a pesquisa exploratória alçando a revisão bibliográfica, apoiada nas teorias de Bakthin e de Patrick Charaudeau. 4. Resultados e discussões: O discurso estampado na capa da Revista Veja intitulado Retrospectiva, conota duas vertentes da restrospectiva de notícias de final de ano, sendo uma de fatos e outra da Operação Lava-Jato, sintonizando o leitor na ideia de que no Brasil o único fato importante que vale ser revivido é a Operação e o heroísmo do juiz Sérgio Moro. A legenda situada na parte inferior da capa da revista: "Ele salvou o ano!" tem como fundo o rosto do Juiz Sérgio Moro, com dizeres sobre as mais de trezentas sentenças lavradas pelo juiz que é desenhado pela Revista como um ser determinado e eficiente que veio salvar o país da corrupção. As palavras "sentenças", "lavradas" usuais na linguagem jurídica se mesclam às características da linguagem jornalística, ou seja, há palavras do universo jurídico na manchete que dão seguridade à manchete, ou seja, a linguagem jurídica é midiatizada e, nesse aspecto, levam o leitor a crer que há no discurso da Revista um aspecto legal que sagra a veracidade, dessa forma "A palavra dita, expressa, enunciada, constitui-se como um produto ideológico, resultado de um processo de interação na realidade viva." (STELLA apud VOLOSHINOV, p.178, 2008), ou seja, tem-se a realidade jurídica viva dentro do texto jornalístico. No texto não verbal os jogos de luz sobre a imagem da face do juiz geram uma construção que remetem ao jogo de claro e escuro da época do Barroco, representando a dubiedade vivida pelo homem seiscentista que se assemelha a instaurada no Brasil pela busca da paz com o fim da corrupção. Em 19 de junho de 2019, após nomeação do Juiz para ocupar o cargo de Ministro e, em seguida serem apurados e veiculados diálogos transgressores do juiz com o Ministério Público, a Revista Veja coloca então em sua capa a manchete "DESMORONANDO" com a imagem do busto do Juiz se desintegrando. O texto jornalístico se apossa da linguagem jurídica novamente, porém para mostrar os diálogos transgressores do então Ministro da Justiça . Eis que a construção do discurso se inverte e a revista usa a lingaugem jurídica para então - em seu discurso - avaliar a justiça, o poder judiciário. 5 Considerações Finais: A Revista faz o uso seu de palavras do universo jurídico e com elas fortifica a ideologia de seu discurso e, ao relacionar comum busto se desintegrando mostra no discurso midiático mais justiça que a própria justiça gerando uma nova ideologia que questiona o herói e a crença na justiça. Cria-se então uma inversão de vozes, a voz da mídia passa a ser justa; enquanto a justiça questionável. Empodera-se então de se mostrar justa enunciando uma transgressão sem ter conhecimento de como se analisa legalmente um fato a partir de sua jurisprudência e ou do ordenamento jurídico. Dessa forma, o discurso midiatizado que é – na verdade a ferramenta para elucidar fatos – passa a gerar um fato: a decadência do Juiz que, nesse discurso, representa metaforicamente a justiça. Referências bibliográficas BRAIT, Beth. Bakhtin:conceitos-chave. Beth Brait (org). 4ª. ed. 1ª. reimp. São Paulo: Contexto, 2008. _____. Bakthin: outros conceitos-chave. Beth Brait (org.), São Paulo: Contexto, 2006.CHARAUDEAU, Patrick. Linguagem e discurso: modelos de organização. 2ª. ed. 3ª. reimp., São Paulo: Contexto, 2016.

AS MÍDIAS SOCIAIS E A ASCENSÃO DO EXTREMISMO RELIGIOSO NO BRASIL

Mike Ceriani de Oliveira Gomes

Palavras-chave: Mídias sociais; Extremismo religioso; Intolerância.

1. INTRODUÇÃO

Se pensado no pós século XXI, a justificativa da intolerância religiosa, quando se tem como vítimas os adeptos de religiões de matriz africana, muitas vezes se dá, ironicamente, pela de liberdade de outras religiões, de modo similar ao dos antigos Jesuítas, que buscavam convertê-los ao catolicismo, mas também pela marginalização que fazem das representações desses adeptos.

Fato que gerou polêmica em 2015 foi uma convocação do pastor evangélico Lúcio Barreto, conhecido por Lucinho, feita a fiéis de sua igreja a atacarem a uma cerimônia festiva de adeptos do candomblé em Belo Horizonte (MG). Com base no ocorrido, a investigação tem como objetivo sua análise e das mídias sociais enquanto ferramentas alternativas de militância e autocrítica.

2. MATERIAL E MÉTODOS

A pesquisa ocorre pela análise literária que trata o tema abordado e, deste material, são apontadas convergências entre as exposições dos autores e o Discurso de Lucinho durante o culto em que exaltou a participação de fiéis em um ato de intolerância religiosa. A relação literária com o acontecido se dá pelo método comparativo e a análise do Discurso tem natureza observacional.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para compreender a internet enquanto mídia social é importante compreender seu formato. Bittencourt (2017, 56-57) entende que sua dinâmica tem inovado pela possibilidade de usuários dessas mídias sociais interagirem fácil e diretamente com os conteúdos expostos nas mesmas.

Com o surgimento das mídias sociais, porém, vem com elas a responsabilidade acerca de um ambiente que Bittencourt (2017, p. 185-186) aponta como atrativo, pelo livre acesso, facilidade em enviar mensagens, fotos e vídeos em extensão global e de maneira desburocratizada.

Ante o exposto, fica claro que a ideia de um movimento democrático que vem com a internet, trás consigo o espaço a personalidades que a buscam com intenções de propagação de violência para o alcance de objetivos pleiteados em causa própria.

No campo religioso, Castells (2018, p. 30) estabelece uma perspectiva nada positiva enquanto há um fundamentalismo com algum potencial para se instaurar na política e ditar suas regras, como ocorreu com Al-Qaeda.

Da mesma maneira que ocorre com Al-Qaeda, Castells (2018, p. 34-35) lembra que outros grupos Jihadistas se formam pela mesma motivação: morrer "heroicamente" por causas que as creem justas. O fundamentalismo, porém, pode surgir em qualquer corrente religiosa.

Ao passo que Castells (2018, p. 36) destaca o surgimento da islamofobia como consequência da ação de grupos radicais que manipularam a opinião pública, casos como o do pastor Lucinho podem ser nocivos aos evangélicos que não querem ser associados a qualquer terrorismo.

Em vídeo, Nogueira (2015) mostra como o pastor exaltava a disposição de adolescentes a participarem do terrorismo em uma cerimônia do candomblé, e demonstra emoção porque em consequência foram enquadrados pela Polícia Militar e o adolescente estava feliz por isso.

No mesmo vídeo, enquanto ovacionado pela igreja, o pastor elogia a atitude do adolescente perante jovens de mais instrução que se recusaram a participar do ato terrorista por questões éticas e legais, de modo a imbecilizar suas intenções pacifistas.

Nas declarações, Lucinho se coloca indignado à ideia de liberdade religiosa aos adeptos do candomblé, justificando que isso ocorre porque evangélicos o permitem, em tentativa de colocar sua religião como universalmente verdadeira e legitimar a violência.

As mídias sociais mostram sua importância na contracepção da intolerância do pastor a partir de críticas partidas de Youtubers influentes no meio protestante. Após quatro anos, Lucinho não teve seu nome envolvido em escândalos similares, que até então eram esporádicos.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Há um extenso estudo a ser feito sobre as vias para barrar as manifestações de intolerância religiosa no Brasil e no mundo. São diversas as áreas competentes, como História e Sociologia, responsáveis por analisar a origem e foco desses movimentos; a Psicologia, responsável por compreender o perfil de quem adere aos grupos extremistas; também as Mídias Sociais, que podem denunciar esses movimentos e dar-lhes novos rumos, para que não se tornem maiores, destrutivos e ditatoriais. Se todas essas áreas se unem, a luta contra a intolerância religiosa pode ser mais ampla. Propõe-se, então, a abordagem interdisciplinar para um estudo com obtenção mais eficaz de respostas para as principais indagações.

REFERÊNCIAS

BITTENCOURT, M. C. A. Convergência midiática e redes digitais: modelo de análise para pesquisas em comunicação. Curitiba: Appris, 2017.

CASTELLS, M. Ruptura: a crise da democracia liberal. Rio de Janeiro, Zahar, 2018.

NOGUEIRA, K. Pastor "Lucinho" incita seus fieis a invadir festas do candomblé. (2015). Disponível em: https://www.diariodocentrodomundo.com.br/pastor-lucinho-incita-seus-fieis-a-invadir-festas-do-candomble/. Acessado em Agosto de 2019.

BRIEFING E ELABORAÇÃO DE SPOT PUBLICITÁRIO: SODIÊ DOCES

Giovana Gomes Scoton

Palavras-chave: Briefing; Spot Publicitário; Sodiê Doces

(1) Área de concentração do trabalho: Publicidade e propaganda
(2) Breve descrição da pesquisa ou do projeto de extensão universitária;
O presente trabalho apresenta o briefing da empresa Sodiê Doces. As informações presentes foram retiradas de entrevistas online da proprietária da empresa, informações contidas no site e mídias sociais da marca.
O briefing tem um importante papel na elaboração de peças, projetos e campanhas, pois permite que se conheça melhor o cliente, podendo então obter um melhor resultado, fazendo algo de seu agrado e que tenha a cara da sua empresa e ao final desse trabalho foi elaborado um Spot Publicitário para a empresa
(3) Objetivos;
A campanha foi desenvolvida com o objetivo de fidelizar seus clientes, os aproximando ainda mais da marca e de conquistar novos clientes, pois o spot publicitário aponta vários motivos para o ouvinte comprar um bolo e assim demonstrar que a Sodiê Doces não trata seus clientes como mais um e sim de maneira próxima e especial.
(4) Material e métodos;
Mediante a criação de um spot publicitário, a ser transmitido em todas as cidades que tenham uma franquia Sodiê Doces através das rádios pré-definidas pela empresa.
O spot tocaria em rádios que tenham públicos de classe C á classe A, onde já possível de se encontrar consumidores da marca e atrair novos consumidores. No caso da cidade de Bauru a rádio escolhida seria a 96 fm, por ser um público mais adulto e por ser a que mais se aproxima do perfil de clientes Sodiê Doces.
(5) Resultados e discussões;
Ao final desse trabalho encontra-se a peça radiofônica no Apêndice A, composto por um spot que relata um pouco sobre as datas que devemos comemorar e sobre o amor e carinho que a Sodê expressa com cada cliente.
A peça é composta por um efeito sonoro e a música Peaceful Relaxing Acoustic Guitar Instrumental Royality, para dar melodia, um tom mais leve e muita delicadeza ao spot, para que o ouvinte realmente possa ter uma explosão de sentimentos e recordações ao escutar.
(6) Considerações finais;
Ao final desse trabalho conclui-se a importância do briefing antes de realizar qualquer campanha publicitaria, principalmente antes da produção de uma peça no meio radiofônico. Onde o locutor tem que se sentir próximo da empresa para expressar toda a característica da marca e sentimento que ela deseja que o cliente sinta escutando sua peça.
Neste presente trabalho a peça escolhida foi um Spot publicitário, onde o maior objetivo dele não é vender seus produtos e sim mostrar a visão da marca, o motivo dela estar crescendo e os valores que ela prega.
(7) Referências bibliográficas.
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL, INDUSTRIAL E AGRÍCOLA DE LEME – ACILEME. Entrevista - Cleusa Maria Da Silva. Bons Negócios, São Paulo, 10 de mai. de 2018. Disponível em: <https://www.acileme.com.br/noticias:entrevista----cleusa-maria-da-silva>. Acesso em: 18 mai. 2019
FOCO & GESTÃO. Sulivan França entrevista Cleusa Maria da Silva da Sodiê doces. 2018. (15m10s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=sdoT_5efJ6Y>. Acesso em: 18 mai.2019
INSPIRE-SE: SODIÊ DOCES – O QUE HÁ POR TRÁS DA HISTÓRIA DA LÍDER DE MERCADO? Empresas e Cooperativas, 2018. Disponível em: https://empresasecooperativas.com.br/sodie-doces/ Acesso em: 18 mai. 2019

MOUTA, Carol. Cleusa Maria da Silva: a identidade por trás da Sodiê. Disponível em: <https://novonegocio.com.br/casos/cleusa-maria-da-silva-identidade-por-tras-da-sodie/>. Acesso em: 18 mai. 2019

NEWTRADE. Sodiê doces: sua história nossa história. 2015. (21m54s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=r5uF5z7WAkU>. Acesso em: 18 mai. 2019

PORTAL SUA FRANQUIA. Sodiê doces: segredo da maior rede de bolos do brasil é o amor. 2012. (2m10s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=WKED4czIve4>. Acesso em: 18 mai. 2019

SODIÊ DOCES. Blog. Disponível em: http://sodiedoces.com.br/blog Acesso em: 18 mai. 2019

SODIÊ DOCES. Facebook. Disponível em: https://www.facebook.com/sodiedocesoficial Acesso em: 18 mai. 2019

SODIÊ DOCES. Instragam. Disponível em: https://www.instagram.com/SodieDoces/ Acesso em: 18 mai. 2019

SODIE DOCES. Oportunidade E Muito Trabalho são as Razões do Sucesso da Sodiê. Disponível em: <http://sodiedoces.com.br/a-sodie-doces>. Acesso em: 18 mai. 2019

SODIÊ DOCES. Twitter. Disponível em: https://twitter.com/SodieDoces Acesso em: 18 mai. 2019

VEJAPONTOCOM. A ex-boia fria que criou a maior rede de bolos artesanais do país. 2017. (27m07s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=-jNN9bSEPt0>. Acesso em: 18 mai. 2019

CENOGRAFIA BARATA

Alexandre Suárez de Oliveira

Palavras-chave: cenografia; cenário; baixo custo; espetáculo

1. Breve descrição da pesquisa

Os espetáculos teatrais e outros eventos artísticos com apresentação de artistas ao vivo ou em gravações podem necessitar de apoio de elementos visuais que podem ter diversas interatividades com o artista e o público, o termo genérico para essas informações visuais é cenografia. O Brasil tem problemas, quase crônicos, de falta de verbas para a realização desses espetáculos, em geral o problema de solução cenográfica acaba ficando em segundo plano e, muitas vezes, comprometido pelo contingenciamento orçamentário. O estudo de estratégias que podem contemplar realizações cenográficas de baixo custo é o principal foco de interesse dessa pesquisa.

2. Objetivos

Criar repertório de soluções cenográficas. Conhecer as técnicas possíveis de realização da cenografia. Conhecer os principais agentes envolvidos na realização da cenografia. Conhecer os principais materiais possíveis na realização da cenografia. Realizar estudos de caso para espetáculos e eventos como resultante das reflexões feitas durante a pesquisa.

3. Material e métodos

Pesquisa bibliográfica, com estudo do estado da arte sobre lugares cenográficos. Instituir convênio com a TV Unesp para o fim de realizar estudos de caso. Verificar experiências nacionais e internacionais, para contextualizar os objetos de estudo. Procurar instituir elementos de organização através de tipologias, soluções espaciais, usos etc.

4. Resultados e discussões

Multiplicidade: Produtos que usados aos milhares em multiplicidade de unidades podem compor superfícies com a repetição de elementos de baixo custo; o uso desses elementos de forma criativa pode compor uma área de superfície criando um plano e até criando volumes compondo uma informação que ressalta a memória imagética do produto, isso é mais indicado para cenários ou vitrines que deixam o público com um certo distanciamento da cenografia, como uma vitrine envidraçada, por exemplo. Uma visita às lojas de produtos "1,99" pode revelar soluções de produtos de baixo custo que usados em multiplicidade podem compor superfícies. Diversos outros produtos industrializados podem ser utilizados para essa estratégia, tais como: pregadores de roupa, caixas diversas, brinquedos plásticos, formas de brigadeiros, copos plásticos, parafusos, arruelas, porcas, dobradiças, talheres etc.

Mão de obra: Um recurso que pode baixar custos é trabalhar com mão de obra voluntária ou de baixo custo em número grande de pessoas. Podem compor essa massa de trabalhadores as pessoas da comunidade local ou de população de baixa renda. Essas pessoas podem ser treinadas e realizar trabalhos repetitivos e artesanais que produzam elementos que usados em associação com recursos de multiplicidade geram material cenográfico que podem compor grandes espaços.

Recurso tradicional: No período renascentista criou-se a técnica de desenho que simulava os efeitos de profundidade e a essa técnica deu-se o nome de "perspectiva". Hoje em dia, para reproduzir um ambiente realista em desenho, basta tirar a foto digital do lugar a ser retratado colocar essa imagem num projetor multimídia e projetar sobre a superfície que desejamos realizar o desenho. Por exemplo, se desejamos criar a imagem de uma escada vista de cima para baixo, basta tirar uma foto dessa escada e colocar o arquivo da imagem em um projetor multimídia e projetar numa lona; em poucos minutos podemos traçar com lápis sobre a tela a imagem projetada e, em seguida, pintar os traços conseguindo, dessa maneira, os efeitos da perspectiva.

Materiais tradicionais: Madeira, o ferro, tecido, papel, tinta, espuma, poliestireno expandido (isopor), espuma de poliuretano, plástico, resinas, colas etc.

Materiais reciclados: Diversos materiais podem ser reciclados para gerarem imagens cenográficas, uma visita a um ferro velho ou depósito de lixos industriais podem nos encher de ideias. O material reciclável mais difundido atualmente são as garrafas PET.

5. Considerações finais

É sempre bom lembrar que o mais importante numa cenografia é a ideia e o quanto ela contribui na realização do espetáculo desejado. Os custos não são os principais empecilhos para a produção cenográfica, mas temos outras problemáticas a considerar como os prazos e a longevidade pretendida para a cenografia.

6. Referências bibliográficas

GÓMEZ, J. A. Historia visual del escenario. Madrid, Editorial J. García Verdugo. 1997, 96p.
MANTOVANI, A. Cenografia. São Paulo, Ática. 1989, 96p.
OLIVEIRA, A. S. As festas e os bastidores das intervenções ao ar livre. São Paulo. 446p. Tese (Doutorado) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo. 2010
RATTO, G. Antitratado de cenografia: variações sobre o mesmo tema. São Paulo, SENAC. 1999,
SERRONI, J. C. Cenografia brasileira: notas de um cenógrafo. São Paulo, SESC. 2013, 376p.

CHATBOT CATARINA E A FORMAÇÃO CIDADÃ

Jocimara Costa
Maria Cristina Gobbi

Palavras-chave: TIC; Comunicação; Educação Especial; TDAH

Breve descrição

As crianças e os jovens pertencem a uma geração fortemente envolvida com os recursos tecnológicos e no seu uso cotidiano. Várias pesquisas têm demonstrado que privar sua utilização no ambiente escolar pode resultar em numerosas dificuldades, principalmente entre crianças e jovens diagnosticados como Transtorno de Déficit de Atenção e Hiperatividade, o (TDAH). De acordo com a Associação Brasileira de Déficit de Atenção - ABDA (2019, online), cerca de 3% a 5% das crianças em todo o mundo possuem o Transtorno e na maioria dos casos o TADH acompanha até a vida adulta, onde os sintomas de hiperatividade ficam suavizados. É um transtorno neurobiológico e o fator da hereditariedade pode contribuir para a sua ocorrência, mas não que seja o responsável. Para os pesquisadores George J. DuPaul e Gary Stoner (2007, p. 4), o TDAH também pode ser observado no espaço acadêmico pelo "[...] fraco desempenho em testes, habilidades deficientes de estudo, cadernos, carteiras e trabalhos escritos desorganizados e na falta de atenção às explicações do professor e/ou discussões em grupo", causando muitas vezes "perturbação" no desenvolvimento de atividades em sala de aula. Mas é importante reforçar que o TDAH não é uma doença ou uma deficiência, é um transtorno.

Material e métodos

Aliando pesquisa bibliográfica e desenvolvimento de aplicativo tecnológico, os resultados do projeto que está sendo desenvolvida no Mestrado Profissional em Mídia e Tecnologia da Unesp pretende demonstrar que a formação mediada pelas tecnologias deve ser percebida como uma dimensão social, capaz de delinear um sujeito com autonomia para exercer a reflexão crítica e com possibilidade de edificar seu conhecimento. Do mesmo modo, as tecnologias da informação e da educação devem ser vistas como mediadoras das relações de ensino-aprendizagem e das construções culturais resultantes dessa interação. Assim, o texto apresenta o protótipo do chatbot Catarina, para a área da educação. O aplicativo objetiva auxiliar no processo de ensino-aprendizagem na área da matemática, na primeira série do ensino fundamental, tornando-a uma matéria mais divertida, amigável e de fácil aprendizagem, proporcionando a inclusão social de estudantes diagnosticados com TDAH.

Resultados e discussões

O aplicativo irá atender a dois objetivos específicos que compõe o plano de aula de Catarina e estão divididos em dois cadernos de atividades escolares: no primeiro, de cor azul, para aprendizagem da contagem dos números naturais, pertencentes ao conjunto dos números naturais e agrupados em conjuntos de 10 em 10 unidades. O caderno de cor laranja irá auxiliar na aprendizagem da tabuada, do número 1 ao número 10.

As mudanças e transformações geram certo desconforto e impasse. Assim como todo o processo de aprendizagem é algo desafiador, principalmente quando é necessário desvincular-se de costumes e práticas que já foram incorporados na metodologia de formação do ser humano, desde as primeiras séries de aprendizagem escolar. Possivelmente essa seja uma forte razão, pela qual um migrante digital (que são os nascidos nas gerações anteriores a 1946) possua mais barreiras e dificuldades em incorporar os novos meios tecnológicos no seu dia a dia, algo que para um nativo digital tornou-se uma questão de pertencimento, não necessárias grandes adaptações, mas o simples processo de usabilidade.

Considerações finais

Considerando que toda criança e/ou jovem têm o direito a educação de qualidade, ao respeito e a oportunidade de estar inserido em sociedade, o uso das tecnologias, principalmente na área da educação, pode auxiliar no exercício da emancipação do pensamento, dos saberes e da liberdade de construção crítica do conhecimento, além de auxiliar o docente em suas atividades cotidianas. Por isso, é de

fundamental importância que o professor direcione o seu olhar para o universo da tecnologia e compreenda que este não representa nem para si e nem para os estudantes uma ameaça ou perigo, mas um ponto de apoio.

Quando usada com cuidado as tecnologias digitais podem resultar em muitos benefícios, principalmente no processo da aprendizagem.

Referências bibliográficas

ABA. Disponível em: https://tdah.org.br/sobre-tdah/o-que-e-tdah. Acesso em 02 fev 2019.

DUPAUL, George J.; STONER, Gary; tradução: Dayse Batista. TDAH nas escolas. Estratégias de avaliação e Intervenção.São Paulo: M. Books, 2007.

CIDADE PARA TODOS: EXISTÊNCIAS E RESISTÊNCIA NO ESPAÇO URBANO E A INFLUÊNCIA DO DISCURSO DE ÓDIO NAS MÍDIAS SOCIAIS

Alan Tomaz de Andrade
Gabriela Silva de Carvalho

Palavras-chave: Cidade; Hermenêutica; Mídia; Ocupação; Espaço público

(1) Área de concentração do trabalho: Humanidades
(2) Breve descrição da pesquisa ou do projeto de extensão universitária
O artigo é um estudo pautado em três discussões complementares, aonde se busca, em um primeiro momento, compreender o que vem a ser a cidade e quem tem o direito de habitá-la. Em um segundo momento, estudar de que forma essas violências atingem o conjunto dos oprimidos (Negros, LGBTQIA+, Mulheres e periféricos), logo em seguida, buscando abranger de que forma a mídia pode contribuir neste cenário de violência por meio de seus discursos.
(3) Objetivos
A produção tem como objetivo analisar de que forma essas violências se intensificam nas cidades, trazendo também os prejuízos destes atos para a democracia e o pleno desenvolvimento do país, buscando evidenciar que a mídia também possui influência neste cenário, uma vez que fortalece o discurso de ódio contra os grupos subalternos.
(4) Material e métodos;
O trabalho foi produzido por meio de um estudo bibliográfico, referenciando autores que compreendessem os três pilares do tema abordado. Assim, partimos da contextualização de cidade para as vivências de grupos excluídos do contexto urbano e, por fim, utilizamos a hermenêutica para diferentes análises da atuação da mídia nesse contexto.
(5) Resultados e discussões;
A mídia pode ser, à partir da hermenêutica, ser interpretada de diferentes formas. Embora proporcione uma ampla forma de interação e acesso a espaços e conteúdos informativos, o ciberespaço pode proporcionar a propagação de violência. Ao mesmo tempo que o espaço midiático pode unir e integrar, ele também pode agir reafirmando agressões ao conjunto de oprimidos que já não são pertencentes ao espaço urbano.
(6) Considerações finais
Assim como os avanços tecnológicos são de grande importância para o desenvolvimento sustentável das nações, também surge a necessidade de compreender como fiscalizar os espaços midiáticos para que não exista, também por meio da internet, a afirmação de que a cidade não é um espaço de pertencimento para pessoas que fazem parte do conjunto de oprimidos.
(7) Referências bibliográficas
FÓRUM BRASILEIRO DE SEGURANÇA PÚBLICA. Atlas da Violência 2019. Brasília: Rio de Janeiro: São Paulo: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada; Fórum de Segurança Pública, 2019. Atlas. Disponível em: http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/relatorio_institucional/190605_atlas_da_violencia_2019.pdf. Acesso em: 29 jul. 2019.
FRANÇA, Edson Alves de. Território e visibilidade: Educação e novas tecnologias como incrementos de ação e intervenção política. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/franca-edson-2018-territorios-visibilidade.pdf?fbclid=IwAR39iYP_gnIZgLP-c063qLMHi5IPPRaHCEZsLeXAond8swlnDvnP-98Joy0>. Acesso em: 13 ago. 2019.
GGB – GRUPO GAY DA BAHIA. Pessoas LGBT mortas no Brasil: Relatório 2017. Bahia: Grupo Gay da Bahia, 2017.
_____. Mortes violentas de LGBT+ no Brasil: Relatório 2018. Bahia: Grupo Gay da Bahia, 2018. Disponível em: http://twixar.me/dj91. Acesso em: 29 jul. 2019.

LOPPES, Maria Immacolata Vassallo de. Pesquisa em Comunicação. 12. ed. São Paulo: Edições Layola, 2014.

MARX, Karl. O capital: crítica da economia política. Livro I: o processo de produção do capital. São Paulo: Abril Cultural, 1988.

MBEMBE, Achille. Necropolitics. Public Culture (Duke), v. 15-1, p. 11-40, 2003

PAIVA, Cláudio Cardoso de. De olho nos traficantes, malandros e celebridades: um estudo de mídia e violência urbana. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/paiva-claudio-midia-violencia-urbana.html?fbclid=IwAR3YUyjYYzBBk2hH9Q1PLRfIq1QqXTv0dFE93mdC1A8lIqAUAhbe-gVmOzo>. Acesso em: 13 ago. 2019.

PAIVA, Cláudio Cardoso de. Muito Além do Jardim do Bem e do Mal: Um ensaio sobre o medo, a mídia e a cidade. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/paiva-claudio-medo-midia-cidade.pdf?fbclid=IwAR1ZH68oc-nlv81SxY5VGtis52x4EZkzzCFbMBqT_T9VIXrOF6myk5qc2v4>. Acesso em: 13 ago. 2019.

RACIONAIS MC's. Capítulo 4, versículo 3. In: _____. Sobrevivendo no inferno. São Paulo: Cosa nostra, 1997.

ROLNIK, Raquel. A cidade e a lei: legislação, política urbana e territórios na cidade de São Paulo. São Paulo: Studio Nobel, 1997.

ROLNIK, Raquel. Guerra dos Lugares: A colonização da terra e da moradia na era das finanças. São Paulo: Editora Boitempo, 2015.

RIBEIRO, Luiz Cesar de Queiroz. Cidade e cidadania: inclusão urbana e justiça social. 2004. Disponível em: <http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S000967252004000200020>. Acesso em: 20 jun. 2018.

RIGITANO, Maria Eugenia Cavalcanti. Redes e ciberativismo: Notas para uma análise do centro de mídia independente. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/rigitano-eugenia-redes-e-ciberativismo.pdf?fbclid=IwAR18deKUFNrVXNYP160YKZw8KCQhzHfocHAVg0sKHX-ahntwnZwn8NFmACk>. Acesso em: 13 ago. 2019.

SOUZA, Jessé. A elite do atraso: da escravidão à Lava Jato. Rio de Janeiro. Leya, 2017.

CIDADE, MORADIA E LUTA: O 'PROGRAMA MINHA CASA MINHA VIDA –ENTIDADES' NA ZONA LESTE DE SÃO PAULO

Isabela Arisa Ferreira

Palavras-chave: Programa Minha Casa Minha Vida, PMCMV-Entidades, zona leste, São Paulo, habitação social

(1)O Programa Minha Casa Minha Vida (PMCMV), na modalidade "Entidades", foi uma tentativa de resposta institucional ao longo processo de luta social pela moradia que resultou na formação de movimentos, cooperativas e entidades que congregam a população pobre, precisamente aquela enquadrada na Faixa 1 deste programa. O recorte espacial (a Zona Leste da capital paulista) sintetiza o longo processo contraditório de ocupação da cidade, marcado por intensa segregação socioespacial. A pesquisa examina justamente essa questão: se e como a implantação do 'PMCMV–Entidades' representa uma alternativa de política habitacional inclusiva para a população mais pobre ou se apenas reproduz as contradições entre habitação como direito e a financeirização da moradia.
(2)Analisar a implantação, o desempenho e os impactos urbanísticos do 'Programa Minha Casa Minha Vida – Entidades' na Zona Leste da cidade de São Paulo.
(3)A investigação adota duas dimensões metodológicas complementares: a primeira, quantitativa, remete à catalogação, classificação e inventário atualizado dos empreendimentos contratados e implantados na modalidade 'PMCMV–Entidades', envolvendo descrição e caracterização de sua tipologia (casa, apartamento), sua espacialização no recorte territorial selecionado (Zona Leste), identificação das entidades parceiras; a segunda dimensão, qualitativa, envolve a revisão da literatura interdisciplinar (urbanismo, sociologia urbana, antropologia, ciência política, demografia) que vem tratando dos temas do processo de urbanização paulistano, das políticas públicas de habitação social, dos movimentos sociais por moradia e, mais detidamente, da bibliografia contemporânea sobre o PMCMV. Para completar o estudo, também serão realizadas entrevistas com diferentes atores: empreendedores, representantes de entidades parcerias e moradores beneficiários do programa.
(4)Trata-se de pesquisa em desenvolvimento, em fase intermediária, e já foram identificados 35 empreendimentos do PMCMV-E na cidade de São Paulo, a maioria deles localizados nas periferias, seguindo a "lógica de confinamento da população pobre em áreas com baixo padrão de urbanidade" (ROLNIK, 2014, p.31). A Zona Leste recebeu 22 desses empreendimentos, região que é parte de uma recepção histórica de alocação das populações de menores faixas de renda em situação de luta, moradia, resistência e movimentação política. Os dados permitem relacionar as operações e contradições do programa aos diferentes agentes políticos e sociais envolvidos e aos impactos nos espaços onde ele se insere materialmente, a Zona Leste de São Paulo como parte desse processo de construção territorial e urbana. A implantação do PMCMV-E é decisiva nessa análise da política pública, pois cruza um processo perverso para as cidades de consolidação e expansão de novas fronteiras periféricas, administradas principalmente pelo e para o mercado.
(5)O PMCMV apresenta uma contradição estrutural: ao mesmo tempo em que favorece os segmentos imobiliário e da construção civil, contribuindo para dinamizar a economia e assumindo um perfil mercadológico, também admite outras modalidades alheias ao mercado tradicional, como o PMCMV-Entidades (CARDOSO, ARAGÃO e JAENISCH, 2017). Em síntese, "o MCMV Entidades coloca-se entre os direitos, as urgências e os negócios demonstrando a necessidade de se sustentar em um contexto político que ameaça a manutenção da única modalidade que procura resistir às operações de mercado" (CAMARGO, 2017, p.16).
(6)Rolnik, R. Ferramentas para avaliação da inserção urbana dos empreendimentos do MCMV. Chamada MCTI/CNPq/MCIDADES Nº 11/2012. Publicado em Novembro de 2014.

Cardoso, A.L.; Aragão, T.A. Do fim do BNH ao Programa Minha Casa Minha Vida: 25 anos da política habitacional no Brasil. In: Cardoso, A.L. (Org.). O Programa Minha Casa Minha Vida e seus Efeitos Territoriais. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2013.

Camargo, C.M. MCMV Entidades: outras interações reguladas pelo mercado. Trabalho apresentado ao XVII ENANPUR. São Paulo, 2017.

COMPETÊNCIAS EM COMUNICAÇÃO E INTERCULTURAIS EM ORGANIZAÇÕES EM ÉPOCA DE CULTURA DA CONEXÃO

Carolina dos Santos Uzeloto
Roseane Andrelo

Palavras-chave: Comunicação; Interculturais; Organizações; Relações Públicas; Cultura de conexão.

1.Introdução

A presente pesquisa está concentrada na área das Ciências Sociais Aplicadas e propõe a formação de alunos de Relações Públicas capacitados para gerir relacionamentos e diálogos interculturais em contexto internacional, visto que é uma necessidade atualmente, devido à globalização e à tecnologia.

Aspectos como o crescente acesso às Tecnologias de Informação e Comunicação e a mundialização da cultura têm levado a alterações significativas na sociedade. Entre elas, mudanças no processo comunicativo, que alteram a lógica unilateral do emissor-receptor, fazendo com que a comunicação se caracterize, cada vez mais, como um movimento de interpretação e reinterpretação das relações sociais, nas quais os diversos atores envolvidos, agora também produtores de informação, atuam na construção de sentido.

As organizações, enquanto redes de interação social, coexistem em um ambiente marcado pela interdependência com diversos públicos, cada vez mais exigentes e participativos, e precisam alinhar seus discursos às suas práticas, porém, a partir de um processo continuo de ressignificação (ALMEIDA, 2009).

Nesse contexto, a comunicação organizacional deixa de ser pensada pelo paradigma informacional para ser refletida a partir do paradigma relacional (OLIVEIRA et al, 2015). A relação torna-se o ponto central da comunicação, o que coloca em evidência a área de Relações Públicas como gestora e mediadora dos relacionamentos entre as organizações e seus públicos. Mais do que técnicas, tornam-se relevantes as competências em comunicação e as competências interculturais, o que remete ao papel educativo das relações públicas. Afinal, na perspectiva da relação, pressupõe-se que todos os atores sociais envolvidos estão preparados para o processo comunicativo.

Frente a esse cenário, o presente projeto de Iniciação Científica insere-se no projeto de pesquisa do orientador, que tem como principal questionamento: como promover competências interculturais e em comunicação, por meio de plataformas digitais, considerando aspectos interacionais e a cultura da conexão?

2.Objetivos

a)Identificar como o processo de construção e utilização de uma mídia social pode permitir a constante interação entre os envolvidos e as características da aprendizagem aberta, promovendo competência em comunicação;

b)Verificar como as tecnologias da informação e da comunicação impactam na promoção da comunicação intercultural e na negociação de sentidos;

c)Refletir sobre o papel educativo das relações públicas.

3.Metodologia

a.Pesquisa bibliográfica sobre comunicação organizacional na perspectiva relacional; cultura da conexão; diálogo intercultural e competência em comunicação;

b.Aplicação de questionário com alunos de Relações Públicas de duas universidades - Unesp e Universidade Beira Interior (Portugal, cujo contato já foi realizado), visando levantar dados sobre competências interculturais e em comunicação, uso de mídias sociais e a visão deles sobre a área de conhecimento e os valores presentes na concepção da gestão de relacionamentos;

c.Criação de uma mídia social e gestão da mesma para que os alunos interajam entre si e com conteúdos da área de Relações Públicas;

d.Análise dos resultados.

4.Resultados e Discussões

Por se tratar de uma pesquisa que teve início recentemente, ainda não há nenhum resultado concreto, porém, entende-se que serão utilizados recursos e processos metodológicos que auxiliem na resposta das demandas levantadas nesta presente pesquisa. Desta forma, este estudo contará com o apoio de uma bibliografia sobre comunicação organizacional na perspectiva relacional; cultura da conexão; diálogo intercultural e competência em comunicação; a partir disso, este conteúdo contribuirá no processo de obtenção de conhecimento e servirá como subsídio para as necessidades desse estudo.

5.Considerações Finais

Tendo em vista os objetivos desta pesquisa, é possível compreender que será executado um percurso metodológico que possibilite um levantamento de informações, que auxiliem na resolução das questões levantadas neste estudo, assim, será possível identificar como o uso de uma mídia social pode permitir a constante interação entre os estudantes de Relações Públicas e as características da aprendizagem aberta, promovendo competência em comunicação; além de verificar como as tecnologias da informação e da comunicação impactam na promoção da comunicação intercultural e na negociação de sentidos e, por fim, refletir sobre o papel educativo das Relações Públicas.

6. Referências

ALMEIDA, A.L. de C. Identidade, imagem e reputação organizacional: conceitos e dimensões da práxis. In: KUNSCH, Margaria M. K (org.). Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectivas. Vol. 2. São Paulo: Saraiva, 2009. p.215-242.

OLIVEIRA, I. de L; PENNINI, A.; MOURÃO, I (orgs). Compreendendo um campo de conhecimento: reflexões epistemológicas sobre a comunicação organizacional a partir de autores brasileiros. Curitiba: CRV, 2015.

COMUNICAÇÃO E COMPETÊNCIAS INTERCULTURAIS NO ENSINO SUPERIOR: EXPERIÊNCIAS REAIS DE INTERNACIONALIZAÇÃO NA UNESP

Guilherme Ferreira de Oliveira

Palavras-chave: Comunicação Intercultural; internacionalização; interculturalidade.

Introdução

No atual contexto da globalização dos mercados e mundialização da cultura é cada vez maior a demanda por relacionamentos entre organizações e pessoas de distintas culturas (CASTELLS, 2003). Para atuar nesse cenário desafiador, instituições de ensino superior estão compreendendo a importância de investir em processos de internacionalização. De fato, tanto para estudantes, como docentes e profissionais, experiências interculturais se constituem como oportunidades para conhecer novas perspectivas a respeito de suas áreas de atuação, além de proporcionar o diálogo entre culturas, o que amplia a concepção de mundo frente aos seus novos desafios.

Percebe-se assim a necessidade do entendimento da relação entre o contexto atual de mundo globalizado e o impacto da comunicação intercultural nas experiências de internacionalização. Diante desse cenário, esta pesquisa parte do problema: qual a relevância da comunicação e seu impacto nos processos de internacionalização no ensino superior?

Com isso, sabe-se da relevância de um mapeamento de experiências reais de internacionalização no ensino superior (NOGUEIRA, 2018), como o iniciado em 2017 a fim de conhecer e sistematizar ações, estratégias e práticas que possam servir de referência para o desenvolvimento de competências interculturais na Unesp. Partindo da pesquisa previamente realizada em 2018, procura-se conhecer e estudar como essas experiências impactam na formação profissional de estudantes e docentes com relação ao desenvolvimento de uma comunicação para a interculturalidade e de competências interculturais.

Objetivos

Geral: Estudar a relação da comunicação intercultural com experiências reais de internacionalização no ensino superior e os dados já levantados a fim de que possamos compreender suas especificidades nesses contextos.

Específicos:

a) Sistematizar referencial teórico sobre os conceitos de multiculturalismo, interculturalidade, transculturalidade, comunicação e competências interculturais em processos de internacionalização no ensino superior;

b) Mapear experiências reais inovadoras de internacionalização no ensino superior em universidades brasileiras e estrangeiras;

c) Mapear experiências locais de internacionalização na Unesp de Bauru a fim de identificar a relação e impacto da comunicação intercultural para o desenvolvimento de competências interculturais.

Materiais e Métodos

Será realizada inicialmente uma pesquisa bibliográfica para o desenvolvimento do referencial teórico, principalmente em torno dos principais conceitos que orientam a pesquisa. Em seguida, serão mapeadas experiências de êxito em processos de internacionalização no ensino superior na Unesp de Bauru em outras universidades brasileiras e estrangeiras. E, por último, será feita uma pesquisa de campo com aplicação de questionário semi-estruturado com estudantes, docentes e técnico-administrativos que vivenciaram experiências de internacionalização nos anos de 2018 e 2019 pertencentes à Unesp de Bauru.

Resultados e Discussões

A pesquisa ainda se encontra em estado inicial de levantamento bibliográfico, portanto após a sistematização dos resultados, as análises poderão indicar o impacto da comunicação intercultural nesses contextos. Observa-se com os dados levantados previamente que ao proporcionar experiências interculturais que se configuram como práticas metodológicas para a formação de futuros profissionais

que atuarão nessa sociedade multicultural, a comunicação intercultural (RODRIGO ALSINA, 1999) apresenta certa especificidade em contextos interculturais e o quão importante é a intensificação de experiências de internacionalização no ensino superior, que permitam o contato intercultural presencial ou virtual.

Considerações finais

A partir desta pesquisa, poderemos dar continuidade aos estudos já iniciados, visando propostas que envolvam estudantes, professores e profissionais que possam ser aplicadas a fim de promover processos de internacionalização que produzam vivências interculturais para os profissionais que atuam na sociedade globalizada.

Referências bibliográficas

CASTELLS, M. La era de la información: economía, sociedad y cultura: El poder de la identidad. 2ª Ed. Alianza Editorial: Madrid, 2003.

NOGUEIRA, A. H. Experiências de internacionalização e aprendizagem para comunicação intercultural. Bauru, 2018.

RODRIGO ALSINA, M. La comunicacíon intercultural. Anthropos Editorial: Barcelona, 1999.

COMUNICAÇÃO PÚBLICA NO SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL: O DIÁLOGO EXTERNO ATRELADO À DECISÃO SOBRE A LEI DO SEAC

Isabela Santos Landim

Palavras-chave: Comunicação Pública, Supremo Tribunal Federal, Serviço de acesso condicionado.

Introdução

Com a promulgação da Constituição Federal de 1988, o Supremo Tribunal Federal (STF) passou a exercer um papel central nas decisões políticas do Brasil. Diante dessa realidade e da necessidade do órgão de se legitimar em pleno exercício junto à opinião pública, percebeu-se o aperfeiçoamento da dimensão comunicativa do STF, nos últimos anos. Pretendendo compreender essa dimensão, esta pesquisa se propôs a analisar a Comunicação Pública do órgão realizada no caso da Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADI) número 4679, referente ao caso das reservas de mercado de conteúdo publicitário em TVs por assinatura (Lei do Serviço de Acesso Condicionado).

Objetivo

O objetivo principal foi analisar o diálogo externo do STF (SILVA, 2009), com base no conceito de comunicação pública, estabelecido por Duarte (2012), em relação à ADI 4679 nos canais oficiais de comunicação do STF: TV e Rádio Justiça, portal eletrônico, Twitter e canal do Youtube.

Material e Métodos

O método utilizado para a pesquisa foi a Análise de Conteúdo (BARDIN, 2011) aplicada aos produtos jornalísticos publicados nos canais oficiais de comunicação do STF e postados no período de um mês, contado a partir das duas semanas precedentes à decisão, ocorrida dia 08 de novembro de 2017 e das duas semanas posteriores, de forma que foram considerados os conteúdos publicados entre os dias 25 de outubro e 22 de novembro de 2017.

Resultados e Discussão

Foram identificados nove produtos jornalísticos sobre a ADI 4679, no período acima mencionado, dos quais: um em texto no portal Notícias STF; dois em texto no site da TV Justiça; dois em áudio na Rádio Justiça; dois em vídeo no canal do STF no YouTube, produzidos pela TV Justiça; e dois tweets no perfil oficial do STF no Twitter marcando o início e divulgando a decisão final da ação. Todos foram identificados, a partir de seus indicadores, na categoria de informação e explicação, e nenhum foi identificado na categoria de promoção ou valorização das instituições, ou na categoria de discussões ou de proposição ao debate. Categorias definidas com base em Duarte (2012) para a análise dos conteúdos jornalísticos produzidos pelo STF.

Conclusões

A partir da análise, que categorizou os 9 materiais analisados como sendo de informação e de explicação, foi possível inferir que há de fato grande preocupação por parte da comunicação do Supremo Tribunal Federal em informar e chamar atenção da população para o que ocorre no órgão. No entanto, a estrutura política de organização do STF, considerada a não necessidade de eleição dos Ministros, influencia no modo da comunicação do órgão, descartando a necessidade de uma comunicação que vise à promoção ou valorização de valores. O fato de não haver nenhum material categorizado em discussão ou proposição de debate aponta uma grande falha na comunicação do órgão, pois indica apenas a prática de informação pública, que é unidirecional e não se importa com seu interlocutor. Comunicação pública é um processo em que a sociedade tem o direito à informação, mas também o direito ao debate.

BARDIN, L. Análise de conteúdo. São Paulo: Edições 70, 2011.

DUARTE, J. (Org.). Instrumentos de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (Org.). Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2012b, p. 59-71.

SILVA, V. A. O STF e o controle de constitucionalidade: deliberação, diálogo e razão pública. Revista de Direito Administrativo, Rio de Janeiro, n. 250, p. 197-227, 2009.

CONCESSÕES DE EMISSORAS DE RADIODIFUSÃO TELEVISIVA PARA POLÍTICOS NO ESTADO DE SÃO PAULO

Eduardo Moreira da Silva
Carlo José Napolitano

Palavras-chave: concessões de emissoras; políticas públicas de comunicação; liberdade de expressão; políticos; radiodifusão.

Partindo-se do preceito de que o Supremo Tribunal Federal (STF) é o guardião do texto constitucional, a presente pesquisa considera que decisões de tal instância relacionadas às políticas públicas de comunicação afetam diretamente o setor da comunicação, assim como a cidadania. Dessa forma, esta investigação, que decorre de pesquisa principal do orientador dessa Iniciação Científica, identificou três Arguições de Descumprimento de Preceito Fundamental (ADPF) em que o objeto de discussão é a constitucionalidade ou não das concessões de emissoras de radiodifusão para políticos.

A presente pesquisa de IC, tem como recorte, especificamente, as ADPFs 246 e 379, cujo teor afirma o descumprimento do artigo 54, I, "a" e II, "a" da Constituição Federal e a violação de preceitos que garantem a liberdade de expressão e o direito à informação (artigos 5º e 220). Sendo assim, pretende-se investigar e mapear as concessões de emissoras televisivas para políticos no Estado de São Paulo utilizando-se do método indutivo e, restringindo-se às cinco maiores redes de televisão (Rede Globo, Rede Band, Rede SBT, Rede Record e Rede RedeTV!).

Entende-se por "políticos" deputados e senadores diplomados, segundo o artigo 54 da Constituição Federal e, filhos e cônjuges, visto que indivíduos consanguíneos possuem relações estreitamente próximas. Para recorte temporal, considera-se o ano de 2011, o do ajuizamento da ADPF 246 como o princípio. Desse modo, engloba-se a legislatura atual (2019-2022) e as duas anteriores (2015-2018 e 2011-2014). Por fim, serão analisadas as concessões nominais e a estrutura societária de cada emissora.

Como objetivo secundário, com caráter bibliográfico/documental, utilizando-se do método analítico-sistemático, será analisada a questão levada ao STF nas ADPF 246, ADPF 379 e ADPF 429 sobre a concessão de emissoras de radiodifusão televisiva para políticos, analisando o andamento processual e seus incidentes, no intuito de extrair as justificativas em relação a constitucionalidade ou não das concessões. Caso seja proferida a decisão pelo STF, essa igualmente será analisada. Também será feita revisão bibliográfica sobre a temática.

A base empírica da pesquisa consiste na investigação das concessões de emissoras de radiodifusão televisiva a políticos no Estado de São Paulo e será realizada junto ao site do Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações, da Agência Nacional de Telecomunicações, bem como na internet e nos sites das próprias emissoras, cumprindo-se dessa forma o objetivo principal da pesquisa. O objetivo secundário da pesquisa será realizado em buscas no site do STF por materiais para a análise do tema, no intuito de localizar as petições iniciais, decisões em incidentes processuais, manifestações dos participantes do processo, etc. Além disso, será realizada pesquisa bibliográfica sobre a temática, em especial, no portal http://www.periodicos.capes.gov.br/.

Pelo fato de a pesquisa estar em etapa inicial, os resultados são mínimos e foram alcançados em investigações exploratórias junto aos sites das emissoras; do Sistema de Controle Societário (ANATEL, 2011) e, do Sistema de Consulta de Serviços de Radiodifusão, ambos da ANATEL (ANATEL, 2015); do CPDOC da FGV (FGV, 1973) e do "Media Ownership Monitor" (MOM, 2017). Como resultado preliminar e exploratório, constatou-se que Paulo Roberto Gomes Mansur, deputado federal nas legislaturas de 2011-2014 (PP) e 2015-2018 (PRB), nos mesmos períodos pertencia ao quadro societário da Rede VTV, afiliada da Rede SBT, como presidente, caracterizando descumprimento do artigo 54 da Constituição Federal.

Da mesma forma em relação aos resultados, não há conclusões concretas devido ao estado inicial da pesquisa, contudo, preliminarmente, pode-se considerar, baseado no resultado da pesquisa exploratória,

evidente descumprimento de preceito fundamental do texto constitucional com concessões de emissoras de radiodifusão televisiva para políticos no Estado de São Paulo.

Referências:

ARAÚJO, B. S. R. de. A Inconstitucionalidade da Participação de Politicos como Sócios ou Associados de Pessoas Jurídicas Prestadoras de Radiodifusão. Revista Trimestral de Direito Público, v.59, p.146-182, 2013.

Agência Nacional de Telecomunicações. Sistema de Controle Societário, 2011. Disponível em <https://sistemas.anatel.gov.br/siacco/>. Acesso em: 23 de jun. de 2019.

Agência Nacional de Telecomunicações. Sistema de Consulta de Serviços de Radiodifusão, 2015. Disponível em <http://sistemas.anatel.gov.br/se/public/view/b/srd.php>. Acesso em: 23 de jun. de 2019.

Fundação Getúlio Vargas. Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil, 1973. Disponível em <https://cpdoc.fgv.br/>. Acesso em: 23 de jun. de 2019.

Repórteres sem Fronteiras; Coletivo Intervozes. Media Ownership Monitor, 2017. Disponível em <https://brazil.mom-rsf.org/br/mídia/>. Acesso em: 23 de jun. de 2019.

CONTROLAR, PERSUADIR OU OUVIR? : REFLEXÕES SOBRE OPINIÃO PÚBLICA E A CAMPANHA "AGRO: A INDÚSTRIA-RIQUEZA DO BRASIL", SOB A ÓTICA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS

Fernanda Terezinha de Almeida
Roseane Andrelo

Palavras-chave: Relações Públicas; Opinião Pública; Públicos; Agro é Tudo, Agro é Pop

Breve Descrição

Ainda que o conceito opinião pública seja polissêmico e tenha sua existência questionada (BOURDIEU, 1981), ele tem sido considerado matéria-prima no ato de pensar o exercício das Relações Públicas - ora como algo a ser controlado, ora persuadido, ora escutado.

Com a consolidação das redes sociais digitais, cresceram os casos de crises de imagem, atingindo marcas reconhecidas nacional e localmente. Entre os principais condicionantes para a manifestação da opinião pública, destaca-se o potencial que as decisões organizacionais têm de afetar a vida das pessoas. Neste ambiente, a manifestação dos públicos sobre suas atividades tornou-se um importante desafio para as organizações, que despertam para a preocupação de "identificar e cultivar os formadores e influenciadores de opinião on-line com mais credibilidade e confiança" (TERRA, 2016, p.259).

Objetivo

Busca-se neste artigo refletir sobre as imbricações entre as Relações Públicas e o conceito de opinião pública, partindo-se da premissa de que essa relação nem sempre é tranquila ou óbvia. Toma-se como aporte teórico as proposições de Bernays, Grunig, Henriques e Bourdieu, relacionando-as à campanha "Agro: a Indústria-Riqueza do Brasil". Embora sejam olhares permeados por distintas ideologias, partem do princípio de que a opinião pública deve ser considerada na comunicação das organizações. A partir destas reflexões, questiona-se: a relação entre Relações Públicas a opinião pública é, atualmente, pautada na busca, com maior ênfase, pelo controle, pela persuasão ou pela escuta?

Material e Métodos

A partir da pesquisa bibliográfica e da análise de conteúdo de textos publicados por grupos de interesse envolvidos com o agronegócio, apontam-se relações e contradições presentes na comunicação das organizações e seus públicos a partir da campanha "Agro: a Indústria-Riqueza do Brasil", que foi motivo de manifestações de diversos entes ligados ao agronegócio e ao ativismo ambiental no Brasil.

Resultados e Discussões

A campanha 'Agro: a Indústria-Riqueza do Brasil', com a assinatura 'Agro é tech, agro é pop, agro é tudo', veiculada pela Rede Globo desde junho de 2016, tem como objetivo "conectar o consumidor com o produtor rural e desmistificar alguns mitos em torno do agronegócio", segundo o diretor de marketing da TV Globo Roberto Schmidt .

Iniciada a veiculação, houve grandes reações de organizações ligadas ao ativismo ambiental, apontando sobretudo o interesse de patrocinadores e/ou anunciantes da TV Globo, e a intenção de obter o apoio da opinião pública para o agronegócio, contrapondo os movimentos a favor da sustentabilidade ambiental e da vigilância com a produção dos alimentos, como o Projeto de Lei 6299/02, que visa alterar a legislação quanto ao uso e à denominação dos agrotóxicos, entre outras medidas. Nas redes sociais, essa discussão ganhou muitos críticos entre artistas e influenciadores da opinião pública.

Considerações Finais

A análise realizada demonstrou os motivos pelos quais as organizações estão voltadas para a relevância da opinião pública para sua reputação e apoio às suas condutas e políticas. No entanto, se discute que muitas vezes essa opinião pública pode ser fruto da criação de um acontecimento pela comunicação organizacional, que também pauta debates na sociedade.

Assim, as organizações buscam escutar a opinião pública para legitimar seu discurso, mantendo um ciclo que envolve difusão, criação de valores e representações e novamente a busca pelas opiniões, retomando aqui o questionamento inicial quanto às imbricações das Relações Públicas e opinião pública – ligação

visceral e que transita em diferentes contextos e circunstâncias entre o controle, a persuasão a escuta. Neste contexto, cabe às Relações Públicas, além de ouvir, também educar, direcionando as organizações para uma abordagem que possibilite aos públicos o desenvolvimento de competências em comunicação, preparando-os para atuar ativamente em um processo de comunicação bidirecional e simétrico.

Referências

BOURDIEU, P. A Opinião Pública Não Existe. In: THIOLLENT, M. Crítica Metodológica, investigação social e enquete operária. São Paulo: Polis, 1981. p. 137-151. (Extraído de Les Temp Modemes, nº 318, jan. 1973, p. 1292-1304.) Tradução de Ruth Joffily Dias. Disponível em: http://evoluireducacional.com.br/wp-content/uploads/2012/08/21979592-Bourdieu-A-opiniao-publica-nao-existe.pdf. Acesso em 10 fev 2019

TERRA, C. F. Redes e Mídias Sociais: desafios e práticas no contexto das organizações. In: KUNSCH, M. M. K. (org). Comunicação Organizacional Estratégica: aportes conceituais e aplicados. São Paulo: Summus, 2016. p.255-272

CRISE DO PAPEL DO JORNALISTA NA SOCIEDADE: DE FORMADOR DE OPINIÃO PÚBLICA A "CHECADOR" DE INFORMAÇÕES FALSAS SOBRE SAÚDE VEICULADAS NA INTERNET

Ana Carolina Pontalti Monari

Palavras-chave: Mídia; Fake News; Opinião Pública; Saúde.

O surgimento das tecnologias digitais promoveu mudanças nas relações dos indivíduos com a mídia e na rotina de produção jornalística. No século XXI, esses profissionais também estão tendo que lidar com outra problemática: as fake news. Allcott e Gentzkow (2017) definem este termo como sendo artigo noticioso produzido para ser intencionalmente falso e apto a ser verificado como tal, podendo enganar aqueles que tiverem contato com esse tipo de material.

As notícias falsas se transformaram em um problema em várias áreas, inclusive na saúde (MONARI, 2019). Surgiu-se, portanto, a necessidade de se debater essa questão e desenvolver formas de combatê-la.

Segundo Lippmann (2008), os cidadãos constroem suas opiniões a partir das relações que eles têm com outros atores sociais, tais como a mídia e organizações civis e públicas. Com a popularização das fake news, o debate público recebeu novas variáveis e os jornalistas observam uma mudança no seu papel na sociedade: de formador de opinião pública a checador de informações falsas.

O Ministério da Saúde, ciente dessa problemática, criou em 2018 o canal Saúde Sem Fake News para que a população consulte se um fato sobre saúde é verdadeiro ou não. Os questionamentos são publicados no Portal Saúde (saude.gov.br/fakenews), a fim de esclarecer a população em geral, e, nessas postagens, os jornalistas do canal oferecem explicações sobre o tema.

Diante desse cenário, este artigo busca analisar a mudança do papel do jornalista com o advento das fake news. Para isso, será feita uma análise de conteúdo (BARDIN, 2016) das postagens publicadas no canal Saúde Sem Fake News durante o primeiro semestre de seu funcionamento (de agosto a dezembro de 2018), com o intuito de verificar como esses profissionais estão atuando na checagem de fatos sobre saúde pública. Teorias sobre midiatização, prática jornalística e opinião pública deram aporte teórico para a pesquisa.

O canal Saúde Sem Fake News publicou 33 questionamentos durante o segundo semestre de 2018, sendo que todos - com exceção de duas publicações - apresentavam comentários e discussões sobre os assuntos apresentados. Nas publicações, os jornalistas do site traziam a mensagem enviada pelo usuário e, em seguida, ofereciam uma explicação sucinta sobre o assunto, desmistificando o tema, caso o conteúdo fosse falso, ou complementando a questão, caso a informação fosse verdadeira.

Estes profissionais se utilizaram de especialistas e instituições de saúde para validar o conteúdo. Oliveira (2012) explica que a divulgação científica aproxima o cidadão comum dos benefícios que ele tem o direito de reivindicar e contribui para uma visão mais clara da realidade.

O Saúde Sem Fake News, no entanto, não oferece mais elementos para que o tema das mensagens seja discutido e fomentado pela opinião pública. Embora faça uso de profissionais e órgãos especializados em saúde, o canal não traz uma análise mais aprofundada sobre o tema, "empobrecendo" o debate.

Ainda que os pareceres técnicos e científicos sejam válidos, seria necessário que o site oferecesse mais espaço para que o debate público pudesse ser desenvolvido de forma mais densa, tal como é proposto por Lippmann (2008). Em uma sociedade midiatizada (SODRÉ, 2002; HJARVARD, 2013), em que todos os processos sociais perpassam a mídia, é válido que a discussão de assuntos, que são tão caros à população como a saúde, ganhem mais destaque e aprofundamento, uma vez que a informação é uma das ações fundamentais para combater as fake news.

É possível apreender com a investigação que houve uma mudança na rotina jornalística e no papel que este profissional desempenha na sociedade. De promotores da opinião pública, os jornalistas passaram a serem verificadores de informações, em uma tentativa de combater às notícias falsas, que vêm ganhando cada vez mais espaço nas redes sociais digitais. Essa nova perspectiva de especialização do trabalho

jornalístico é válida, porém, é necessário que esses profissionais também abram espaço para que o debate público continue se fazendo presente, a fim de que o combate às fake news seja mais efetivo e eficaz.

Referências bibliográficas

ALLCOTT, H.; GENTZKOW, M. Social media and fake news in the 2016 election. Journal of Economic Perspectives, v. 31, n. 2, p. 211-236, 2017.

BARDIN, L. Análise de conteúdo. São Paulo: Edições 70, 2016.

HJARVARD, S. The Mediatization of Culture and Society. New York: Routledge, 2013.

LIPPMANN, W. Opinião Pública. Petrópolis: Vozes, 2008.

MONARI, A. C. P. Saúde sem Fake News: Estudo e Caracterização das Notícias Falsas Divulgadas no Canal de Informação e Checagem de Fake News do Ministério da Saúde. Revista Mídia e Cotidiano, v. 13, n. 1, p. 160-186, 2019.

OLIVEIRA, F. Jornalismo científico. São Paulo: Contexto, 2012.

SODRÉ, M. Antropológica do Espelho: Uma Teoria da Comunicação Linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2002.

CRISE E DIVERGÊNCIA DE INFORMAÇÃO: O VÍDEO INTERATIVO COMO MEDIAÇÃO ENTRE EMPRESA-USUÁRIO.

HUMBERTO ANTONIO ANTICO
REGILENE APARECIDA SARZI RIBEIRO

Palavras-chave: CRISE;INTERNET;VÍDEO INTERATIVO;

1 - RESUMO

Esse trabalho tem por objetivo propor a utilização de vídeos interativos, aplicados como ferramenta web para o registro em banco de dados, dos dados pertinentes a solicitações feitas pelo consumidor, para execução de manutenção de vazamentos de água nas redes de abastecimento de água e vazamentos de esgoto nas redes de coleta de esgoto. A ferramenta proposta busca esclarecer dúvidas do solicitante, quanto à realidade de seu problema, já que a estética midiática contextualizada nos vídeos pode exemplificar ilustrativamente as particularidades de cada problema norteando o consumidor ao registro correto dos dados.

2 - OBJETIVOS

O registro correto de solicitações de manutenção de vazamentos quanto suas particularidades, evitando falha de comunicação entre solicitante e atendente quando esses registros são feitos pela forma tradicional via SAC, aumentando assim a eficiência para a execução das manutenções do vazamento.

3 - MATERIAIS E MÉTODOS

O vídeo interativo proposto otimiza e inova a forma de registrar solicitações de manutenção de vazamento de água e esgoto na base de dados das empresas de saneamento. O intuito é que o próprio consumidor acesse essa ferramenta disponibilizada em um ambiente virtual, interagindo com os links dispostos no decorrer da narrativa do vídeo. Assim, ao final das interações, as informações podem ser registradas na base de dados com maior fidelidade quanto as particularidades e características do vazamento a qual o consumidor deseja a manutenção, em outras palavras, pretende-se maximizar a congruência dos dados registrados com a realidade do estado físico do vazamento. A seguir é apresentado o fluxograma do vídeo proposto, com as interações solicitadas ao decorrer do progresso da narrativa e os respectivos caminhos interconectados que vão se estreitando para findar com a gravação das solicitações de manutenções no banco de dados. Ao final das interações nos vídeos, em todos os níveis conforme o fluxo, é perfeitamente possível definir a real característica do vazamento e assim efetuar o registro fidedigno da solicitação na base de dados, determinando a codificação e descrição exata das características do vazamento para posteriormente ser realizada a manutenção. Isso é possível pois as interações realizadas pelo usuário nos vídeos, vão estreitando as possibilidades definidas em cada interação, até que se obtenha uma exata convergência quanto as características e particularidades do vazamento a ser registrado para manutenção.

4 - RESULTADOS E DISCUSSÕES

A divergência de informação na troca de mensagem é comum, dependendo do contexto em questão, principalmente quanto o canal de transmissão da mensagem é pouco eficiente e não dá o suporte necessário para que a eliminação de ruído seja minimizada. Muitas vezes o emissor não consegue expressar o real significado da mensagem ou o emissor não interpreta de forma congruente a mensagem recebida. Com a evolução da internet e os recursos por ela oferecidos, esse problema tende a diminuir, e os vídeos interativos podem ser uma solução adequada para maximizar a eficiência da troca de informações e direcionar melhor as particularidades da mensagem quanto a seu envio e recebimento.

5 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

A utilização de vídeos interativos caracteriza-se como recurso eficiente de mediação entre empresa e usuário no que diz respeito a fidelidade de troca de informações, de forma que aproxima a realidade da congruência da mensagem entre emissor e receptor.

No contexto da troca de informação apresentado nesse trabalho, o vídeo interativo tem papel fundamental pois acrescenta uma estética midiática que possibilita a eliminação de possíveis divergências que possam ocorrem na troca de informações.

6 - REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS :

MACHADO, A. O quarto iconoclasmo e outros ensaios hereges. Rio de Janeiro: Marca d' Água, 2001.
SANTAELLA, L. Matrizes da linguagem e pensamento. Sonora visual verbal. São Paulo: Iluminuras, 2001.

CULTURA LOCAL E JORNALISMO COMUNITÁRIO: UM PERFIL DAS PRODUÇÕES CULTURAIS EM DIFERENTES MÍDIAS

Isabella Pilegis Rocha
Luana Catharina La Porta Di Tomaso Forigo
Maria Clara Pereira de Oliveira
Eduarda Albrechete Motta

Palavras-chave: cultura, comunicação popular, jornalismo comunitário, jornalismo comercial, identidade

Descrição do projeto
O projeto Voz do Nicéia é um jornal comunitário, criado em 2008, que atua na mídia impressa e digital, com periodicidade bimestral. O jornal, que é produzido por estudantes de Jornalismo da Unesp Bauru, visa atender às demandas da população do bairro Jardim Nicéia, e conta com a participação dos moradores nas escolhas de pautas e realizações de matérias.
Objetivos
Buscamos compreender a abordagem de pautas culturais de jornais comunitários e comerciais, enfatizando a diferença entre ambas de modo a traçar um perfil sobre a abordagem cultural no jornalismo comunitário.
Materiais e Métodos
Analisaremos as publicações de quatro jornais – dois comunitários e dois comerciais – que possuem a mesma abrangência espacial. A metodologia se fundamenta em uma pesquisa bibliográfica, a partir de artigos que tratem sobre Jornalismo Comunitário e Cultura Popular, produzidos entre 2007 e 2019 e disponibilizados pela plataforma Google Acadêmico, bem como e em uma pesquisa descritiva sobre conceitos de cultura.
Resultados e discussões
A partir do estudo das publicações do "O Globo" é possível notar que, geralmente, a abordagem cultural é voltada para a comercialização, ou seja, os eventos com maior possibilidade de lucro tem preferências na hora de serem noticiados.
"Segundo Gadini (2006), no Brasil, grande fatia dos cadernos diários dedicados a temáticas culturais, tem a metade do seu espaço total dedicada à publicação de programação televisiva, os roteiros (como serviços de eventos), e colunas sociais. (...) Na análise do autor, restaria, dessa maneira, 40% de espaço para reportagens ou textos críticos. Não obstante, cadernos e editorias destinadas à 'Cultura' nos veículos de comunicação têm priorizado reportagens centradas ainda no chamado 'celebrismo'." (SEGURA; GOLIN; ALZAMORA, 2011).
O jornal "O Cidadão", por sua vez, prioriza a divulgação de eventos que possuem ligação direta a população da Maré e reforçam a identidade cultural específica daquela população, como a organização de saraus. O mesmo ocorre com o jornal "A Sirene", que na edição de maio de 2019, publicou um depoimento sobre a importância da identidade de um povo para as produções culturais por eles vivenciadas.
"(...) é muito difícil conviver em outra comunidade e participar de festividades, como a da Semana Santa, em outros lugares. Fora daqui somos meros espectadores. Nós voltamos para relembrar, para viver aqueles momentos que nós vivíamos aqui." (A SIRENE, 2019)
No site do "A Sirene" é possível encontrar uma editoria voltada a tal temática, nomeada "Cultura e Memória". Muitos poemas e relatos pessoais escritos por pessoas da comunidade são publicados em ambas versões, abordando temas como saudade e memória.
"A vale vai fazer um vale de cem mil reais do que te deve, por ter acabado com o Vale, e com tudo o que pra você vale, mais o que realmente vale, isso a vale não paga, pois nem todo dinheiro vale, a vida que ela tirou do Vale, mesmo que ela nos dê outro Vale, de nada vale. Quanto vale uma vida, no Vale? Debaixo

da lama, por cima da lama, para nós tudo vale. E pra vale? Debaixo da lama, 100.000 é o que vale. (...)" (A SIRENE, 2019)

Para Cerigatto, esse tipo de publicação é singular pelo seu caráter reflexivo, o que justifica a função social do jornalismo cultural. Morin argumenta que o jornalismo cultural é unico porque incentiva a análise crítica de seus conteúdos.

"(...) Ou seja, enquanto as editorias de economia, do dia a dia, de política, entre outras, noticiam as práticas, o jornalismo cultural pode e deve provocar a reflexão sobre essas práticas. A função do jornalismo cultural é revelar de forma clara e acessível "que, em toda grande obra, de literatura, de poesia, de música, de pintura, de escultura, há um pensamento profundo sobre a condição humana" (MORIN, 2001, p. 45).

Considerações finais

Berger aponta que o campo jornalístico "detém o poder de incluir ou excluir, de qualificar ou desqualificar, de legitimar ou não, de dar voz, publicizar e tornar público" (BERGER, 1996, p.190). Sendo assim, a existência de pautas culturais locais no jornalismo comunitário é de extrema importância, não apenas para reforçar os laços identitários de uma comunidade, mas para compartilhar com o restante da sociedade a cultura daquele povo, tirando alguma invisibilidade que sua história possa assumir.

Referências

A SIRENE. Mariana, 2019.

BERGER, Christa. Em torno do discurso jornalístico. In: FAUSTO NETO, Antônio; PINTO, Milton José (Org.). O indivíduo e as mídias. Rio de Janeiro: Diadorim, 1996.

CERIGATTO, Mariana Pícaro. O papel do jornalismo popular e a relação com a cultura popular. Extraprensa, São Paulo, v. 9, n. 17 , p.38-49, jun. 2015. Semestral.

O CIDADÃO. Rio de Janeiro, 2019.

O GLOBO. Rio de Janeiro, 2019.

SEGURA, Aylton; GOLIN; Cida; ALZAMORA, Gean. O que é Jornalismo Cultural. In: Jornalismo Cultural – Trajetórias e Reflexões. Rio Grande do Sul: UFRGS, 2011. Cap. 4, p. 1-20. Disponível em: . Acesso em: 20 abr. 2012.

CULTURA PARTICIPATIVA NO YOUTUBE: RELAÇÃO ENTRE ÍDOLO-FÃ EM CANAIS BRASILEIROS

Caroline Mazzer de Souza

Palavras-chave: YouTube; Cultura Participativa; Fã; Ídolo; Comunicação Midiática

Para compreender as relações entre o ídolo (youtuber) e seus fãs dentro de uma cultura participativa online, torna-se fundamental aproximar Comunicação e Cultura, evidenciando que os fãs não podem mais serem vistos como dóceis audiências, mas sim como "pessoas que estão moldando, compartilhando, reconfigurando e remixando conteúdos de mídia [...]" (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p.24). Assim, o fã é detentor de sua própria subjetividade, e é por meio de sua bagagem cultural (MARTÍN-BARBERO 1997) que ele interpreta e se apropria dos conteúdos midiáticos.

Nessa perspectiva, considera-se que na cultura participativa do YouTube, há uma troca entre os produtores de conteúdo e suas audiências, na medida em que há uma relação de mão dupla, possibilitada por exemplo, por meio de ferramentas interativas da plataforma, como botão de curtir e de comentar, por exemplo. Assim, pode-se dizer que a internet facilita e agiliza o contato entre pessoas, que com interesses comuns, podem formar comunidades virtuais e trocar informações e conteúdos, formando uma cultura participativa (JENKINS, 2009). Há portanto, uma troca de experiências, já que essas comunidades transformam o ciberespaço na medida em que compartilham conteúdos, e também são transformadas por esse meio, já que por ele se tem acesso a conteúdos e informações de culturas diversas, que, se internalizados, podem constituir a própria subjetividade do indivíduo.

Dessa forma, visando o objeto de pesquisa desse estudo, destaca-se a relação entre os youtubers enquanto mídias ou "objetos culturais", e seus fãs ou público, já que os youtubers e seus conteúdos serão um dos fatores que constituirão a subjetividade de sua audiência, na medida em que estes se apropriam dos conteúdos, criando relações de sentido, identificação e de significação, por meio dessa e de outras mediações culturais. Enquanto isso, o youtuber também cria uma identidade ao se "narrar" na internet, e ao interagir com o público, lendo suas opiniões e trocando informações e experiências. Assim, fica evidente uma relação existente entre a comunicação e identidade, já que "[...] em uma sociedade articulada com a mídia, a construção da identidade passa pela relação entre as pessoas e os meios de comunicação, em diversos graus de articulação entre eles" (MARTINO, 2010, p.16).

Focando na perspectiva do YouTube, e tendo em vista o contexto da sociedade em midiatização, essas discussões se tornam relevantes na medida em que se pretende estudar essa plataforma não apenas enquanto uma tecnologia proporcionada por aparatos tecnológicos, mas como, uma mídia integrada no dia a dia das pessoas, fazendo parte de seu cotidiano na medida em que se assiste clipes de músicas, vlogs, tutoriais, ou mesmo quando se grava um vídeo e o disponibiliza nesse veículo (BURGESS, GREEN, 2009). Assim, pretende-se explanar questões inciais sobre as relações estabelecidas entre os ídolos (youtubers) e seus fãs, dentro dessa cultura participativa do YouTube. Essas e outras questões serão analisadas mais a fundo posteriormente, por meio de uma pesquisa exploratória e etnográfica e de uma abordagem qualitativa da amostra selecionada.

Para seleção dos canais brasileiros do YouTube a serem estudados, chegou-se ao número da amostra de 3 canais, para que se pudesse ter uma diversidade de público e interações, enriquecendo a pesquisa. A amostragem composta de 3 exemplos de canais será escolhida, seguindo as principais categorias de canais apontada pelo Google: Música, Gastronomia, Gaming, Moda e Beleza e Futebol, e as principais categorias de canais em crescimento, de acordo com a própria plataforma.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GREEN, Joshua; BURGESS, Jean. YouTube e a Revolução Digital. Como o maior fenômeno da cultura participativa está transformando a mídia e a sociedade. São Paulo: LAEPH, 2009.

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

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.
MARTÍN-BARBERO, J. Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.
MARTINO, L. M. S. Comunicação & Identidade: quem você pensa que é? São Paulo: Paulus, 2010.

DESAFIOS DA IDENTIDADE CULTURAL DO CINEMA NACIONAL A PARTIR DA PERSPECTIVA DE HALL

Vivianne Lindsay Cardoso

Palavras-chave: Cinema, Identidade Cultural, Diversidade Cultural, Audiovisual

Desafios da identidade cultural do cinema nacional
a partir da perspectiva de Hall
Área: Ciências Sociais Aplicadas
Vivianne Lindsay Cardoso

A partir do pensamento do sociólogo Stuar Hall, identifica-se a identidade cultural como elemento diretamente relacionado as características e desafios para a compreensão das identidades manifestas no cinema brasileiro. Para o autor (2006), o conceito de identidade "é demasiadamente complexo, muito pouco desenvolvido e muito pouco compreendido na ciência social contemporânea para ser definitivamente posto à prova" (HALL, 2006, p. 9). Por conta disso, defende que "as identidades modernas estão sendo "descentradas", isto é, deslocadas ou fragmentadas" (Ibid., p. 8). Acredita que há um processo de fragmentação das "paisagens naturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade, que no passado, nos tinham fornecido sólidas localizações como indivíduos sociais" (Ibid., p. 9). O que acaba também mudando as identidades pessoais "abalando ideias que temos de nós próprios como sujeitos integrados" (Ibid., p. 9). Esta perda de um "sentido de si" é chamada de deslocamento ou descentração do sujeito.

Para Hall (Ibid., p. 15), as sociedades modernas são "sociedades de mudança constante, rápida e permanente" que envolvem um ritmo intenso e amplo alcance. Nas palavras de Giddens (1990, p. 6) "à medida em que áreas diferentes do globo são postas em interconexão uma com as outras, ondas de transformação social atingem virtualmente toda a superfície da terra – e a natureza das instituições modernas". Observa-se a partir da compreensão de Hall (2006) que a identidade nacional, bem como a cultura nacional tem sido ajustadas não para a compreensão da soma de diversas formas de ser e existir de um povo de uma dada nação, mas sim para uma unificação ou homogeneização de modo a sobrepor raízes diversidades de um povo. Como resultado, a diferença como unidade da identidade, tão rica para o desenvolvimento de uma nação, passa a ser subjugada e, com isso, a diversidade cultural se perde em sua capacidade de ação e transformação.

No caso da identidade nacional brasileira, no que envolve as produções cinematográficas, identifica-se uma forte presença da cultura audiovisual instaurada pela televisão por meio das telenovelas e programas de entretenimento que seguem modelos de identidade cultural estereotipados. Formatos, linguagens, atores, conduções narrativas, padrões estéticos, etc tentem a seguir no cinema a identidade cultural audiovisual construída na televisão. Prova disso são as maiores bilheterias de cinema da história nacional que envolvem produções e atores vinculados a emissora. A partir dos dados do Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual, desenvolvido pela Ancine – Agência Nacional de Cinema, em agosto de 2019, entre as dez maiores bilheterias do cinema, entre 1970 e 2018, estão direta e/ou indiretamente ligadas ao televisão: Os Dez Mandamentos – O Filme, Tropa de Elite 2, Dona Flor e seus Dois Maridos, Minha mãe é uma peça 2, A Dama da Lotação, Se Eu Fosse Você 2, O Trapalhão Nas Minas do Rei Salomão.

Muito do que se pode compreender por identidade nacional cinematográfica também é adequada ao modelo mais consumido nas salas de cinema: o modelo norte-americano de linguagem cinematográfica voltado ao entretenimento. No processo de relações entre o local e o global, o cinema nacional possui ainda uma identidade cinematográfica fortemente concentrada nas produções oriundas da região sudeste e influenciada pelo modelo comercial norte-americano de entretenimento. Conclui-se que se vive no Brasil o conflito entre o local e o global, entre as diversas culturas existentes. Ambos os

movimentos de identidades cinematográficas nacionais são entendidas a partir da teoria de Hall (2006), conforme foi possível observar.

REFERÊNCIAS

GIDDENS, A. The Consequences of Modernity. Cambridge: Polity Press, 1990.

HALL, S. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

OCA. Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual. Disponível em: https://oca.ancine.gov.br/. Acesso em: 12/08/2017.

DESIGN, CONSUMO E DESCARTE: QUANDO O CICLO DE VIDA DO PRODUTO INCLUI A APROPRIAÇÃO LÚDICA INFANTIL

Valéria Ramos Friso
João Carlos Riccó Plácido da Silva

Palavras-chave: design; consumo; descarte; infância

1 Introdução

Apesar dos inúmeros brinquedos desenvolvidos especificamente para as crianças, são encontrados muitos objetos de uso cotidiano em ambiente lúdico, os quais se tornaram obsoletos para os adultos. Surgiu então o questionamento que deu vazão à presente pesquisa, que trouxe questões a cerca do comportamento do consumidor, do usuário, e como o design do produto interfere nesse câmbio de aplicações. As caixas de brinquedos se mostram uma fonte bastante rica de informações sobre a atividade da criança e sua relação com o design das peças. Objetos descartados após o uso esperado acabam, pelo seu apelo como novidade nesses espaços lúdicos (Quilitch e Risley, 1973). A cultura do consumo é parte responsável por este fenômeno. Segundo Capra (1999) O apropria-se sem restrições dos recursos naturais, pois sua única função seria servi-lo. Moles estudou amplamente essas relações e define o objeto como "mediador entre o homem e o mundo", ou "entre cada homem e a sociedade " (Moles, 1981). Como então o design do produto interfere no abandono do objeto pelo adulto e na apropriação pela criança? Investigar esse fenômeno e detectar os possíveis benefícios e malefícios devem nos ajudar a entender as relações de consumo induzido e espontâneo.

Os brinquedos estruturados industrializados devem seguir normas de segurança (ASOCIACIÓN MERCOSUR DE NORMALIZACIÓN, 2007) , que muitas vezes não são conhecidas pelos pais que fornecem esses objetos de usos diversos para as crianças. Observando as normas podemos destacar alguns possíveis problemas da subversão do uso desses objetos.

2 Objetivo: detectar objetos de uso cotidiano em ambiente lúdico doméstico, e traçar uma relação entre o design e o abandono inicial e a apropriação posterior desse.

3 Material e Métodos

A presente pesquisa é de Natureza Básica, Exploratória, de abordagem Qualitativa. Os materiais utilizados para documentação das informações foram: Câmera fotográfica e filmadora Sony Cyber-shot DSC-W230, Prancheta papel e caneta e Software Microsoft Word 2013;

Foram selecionadas casas com crianças entre 3 e 6 anos, com ou sem irmãos, quem não apresentassem deficiências físicas ou mentais. Na casa procuramos localizar onde ficavam armazenadas a maior variedade de brinquedos das crianças, aqueles que não ficam organizados por categorias ou expostos para decorar o ambiente. Localizados os brinquedos, esses eram analisados e distribuídos no chão, de forma que fosse possível detectar posteriormente através de registro fotográfico quais objetos estavam entre os brinquedos mesmo não tendo a brincadeira como função primordial.

7 Resultados

A partir dos dados foram produzidos gráficos para ilustrar o volume e quantidade em incidências de acordo com sua função primária. Encontramos que os objetos mais encontrados são os que estão relacionados a alimentação e instrumentos de trabalho com 10 objetos cada, seguidos pelos objetos de acondicionamento com nove incidências e objetos para cuidados pessoais com sete unidades.

A maior parte dos instrumentos de trabalho encontrados eram produtos que perderam sua função por terem se quebrado o que justificaria o descarte. Fica subentendido que o valor desses produtos está intimamente ligado a função, uma vez que são usados para obter resultados objetivos. Por outro lado reflete a obsolescência precoce, uma característica advinda da revolução industrial.

Os objetos usados originalmente para alimentação caracterizam-se pelo baixo preço e consumo em grandes volumes. São objetos encontrados encontrados nas mais diversas formas em lojas de utilidades e variedades, e cujo valor se ampara em relações de diferenciação social.

Os objetos de acondicionamento são produtos já descartáveis e outros incompletos, que perderam sua função. Apesar de perderem sua função não perderam necessariamente seu funcionamento mecânico, pois podem ser tampados e destampados por pressão ou por rosca.

5 Considerações Finais

Os objetos encontrados e analisados comprovam o ciclo do brinquedo não estruturado, trazendo à superfície a importantes considerações a respeito da saúde das crianças e o consumo exacerbado de objetos com rápido descarte.

O design de produtos tem sua participação no fenômeno abordado, uma vez que interfere na durabilidade de produtos com apelo funcional, na estética e tendências de consumo dos objetos de diferenciação social e é um dos responsáveis por determinar o ciclo de vida de objetos descartáveis.

6 Referências Bibliográficas

ASOCIACIÓN MERCOSUR DE NORMALIZACIÓN. NM 300-1:2002/ERR.3:2008: Segurança de brinquedos – Parte 1: Propriedades gerais, mecânicas e físicas. Rio de Janeiro, 2007.

CAPRA, F. A teia da vida: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos. Trad. Newton Roberval Eichemberg. São Paulo: Cultrix, 1999.

MOLES, Abraham A Teoria dos objetos. Rio de Janeiro: Edições Tempo Brasileiro, 1981.

QUILITCH, H. R.; RISLEY, T. R. – The effects of play material on social play. Journal of Applied Behavior Analysis, 1973

DIREITO À COMUNICAÇÃO E MÍDIAS DIGITAIS: ANÁLISE DA EXPERIÊNCIA DE YOUTUBERS NEGRAS

Felipe de Oliveira Mateus

Palavras-chave: Direito à Comunicação; Midiatização; YouTube; Racismo; Empoderamento

O presente trabalho diz respeito ao estado preliminar de desenvolvimento da pesquisa de doutorado desenvolvida pelo autor em nível de doutorado pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da FAAC/Unesp, sob orientação do Prof. Dr. Carlo José Napolitano. Iniciado em 2017, o projeto tem como questão principal a identificação de relações entre as práticas de produção e consumo de conteúdos por meio do site YouTube e o exercício do direito à comunicação e ao acesso à informação. Para tanto, o projeto toma como objeto científico de estudos a produção de vídeos feita por jovens negras, que aborda temas relativos às experiências de ser mulher e do ser negra, e tem como meta verificar de que forma a produção realizada por elas e o consumo desses vídeos por meio do site podem ser compreendidos como formas de exercício e garantia das liberdades constitucionais de informar e ser informado e em que medida isso pode contribuir para atualizar o entendimento sobre o direito à comunicação em um contexto de midiatização.

As bases do projeto se sustentam em dois campos principais: a primeira de estudos comunicacionais, que analisam o cenário midiático contemporâneo em que a comunicação por meio de plataformas digitais, como o YouTube, ocorrem. São considerados os estudos realizados a respeito das mudanças que ocasionaram a formação da chamada Sociedade da Informação (CASTELLS, 2003) e a relação desta com a evolução tecnológica dos meios, originando o cenário de convergência digital (JENKINS, 2009). Também são base fundamental os estudos a respeito dos processo de midiatização da sociedade e de como ela abre espaço para uma apropriação dos meios de comunicação pelos cidadãos de forma a possibilitar a produção de conteúdos que ressignifiquem e complementem o que se consome pelos meios de comunicação tradicionais de forma ativa e crítica.

Já o segundo campo contempla a configuração das leis que regem as relações comunicacionais no país e garantem o direito de informar e ser informado, conforme prevê a Constituição Federal de 1988 (BITELLI, 2004; RAMOS, 2007; INTERVOZES, 2018). A estas duas esferas, somam-se estudos sobre a realidade social e comunicacional das mulheres negras no Brasil, tendo por pressuposto que, por sofrerem os impactos e opressões do machismo e do racismo, suas demandas por direitos sociais em uma sociedade midiatizada têm reflexos diretos nas relações comunicacionais (CARNEIRO, 2018; ALMEIDA, 2019, RIBEIRO, 2019; BERTH, 2018).

Dessa forma, a pesquisa pretende analisar as esferas de produção e consumo dos vídeos produzidos por quatro youtubers selecionadas, que demonstram uma produção sistemática a respeito de temas ligados à experiência da mulher negra na sociedade. A etapa de produção e o papel comunicacional das youtubers serão estudados a partir de análises exploratórias do canal e entrevistas em profundidade, com o objetivo de caracterizar a produção realizada por elas e a compreensão delas sobre seus papéis enquanto agentes comunicacionais. Já a etapa de consumo será analisada a partir de procedimentos netnográficos aplicados nos comentários registrados em vídeos selecionados dos respectivos canais.

Com isso, a pesquisa ambiciona estabelecer uma relação entre a atuação das youtubers e o consumo dos vídeos a uma possível nova forma de entendimento de como o direito à comunicação pode ser exercido e incentivado no país.

ALMEIDA, Silvio. Racismo Estrutural. São Paulo: Pólen, 2019.
BERTH, Joice. O que é empoderamento? Belo Horizonte: Letramento, 2018.
BITELLI, Marcos Alberto Sant'Anna. O Direito da Comunicação e da Comunicação Social. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.
BRAGA, José Luiz. A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006.

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em 28 jan. 2018.
CARNEIRO, Sueli. Escritos de uma vida. Belo Horizonte: Letramento, 2018.
CASTELLS, Manuel. A Sociedade em Rede. São Paulo: Paz e Terra, 2003.
FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. Métodos de pesquisa para internet. Porto Alegre: Sulina, 2013.
HJARVARD, Sitg. A midiatização da cultura e da sociedade. São Leopoldo: UNISINOS, 2014.
INTERVOZES. Direito à comunicação e internet: o empoderamento digital como garantia deste direito no ambiente online. São Paulo: Intervozes, 2018.
JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. São Paulo: Aleph, 2009.
KOZINETS, Robert V. Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online. Porto Alegre: Penso, 2014.
RIBEIRO, Djamila. Lugar de Fala. São Paulo: Pólen, 2019.

DIVERGÊNCIAS ENTRE A MP 881/19 E A TEORIA DAS RELAÇÕES HUMANAS DE GEORGE ELTON MAYO

Mike Ceriani de Oliveira Gomes

Palavras-chave: Relações Humanas; MP 881/19; Direitos Trabalhistas.

1. INTRODUÇÃO

Com a evolução da Gestão Empresarial, é estudada a viabilização de uma equação de produção em que seu equilíbrio se dá pela valorização da mão de obra do trabalhador e por sua produtividade. Esta equação se basearia na harmonia dos agentes interessados (empresa e trabalhador), fenômeno que o sociólogo George Elton Mayo viria a chamar de Teoria das Relações Humanas.

Esse experimento influenciou a criação de leis que, não apenas beneficiaria o trabalhador, mas a subsistência das empresas em tempos de Depressão Econômica nos EUA. Tal medida configura um sistema que coloca o empregado como peça central na gestão empresarial. Posteriormente no Brasil houve a criação da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT).

Os direitos do trabalho no Brasil, porém, cada vez mais vêm sendo ameaçados por entidades que buscam tudo aquilo que veio antes dos anos 30, um sistema que 92 anos atrás Elton Mayo já provou cientificamente como sistema falho, toma-se como exemplo a reforma trabalhista de 2017 e a Medida Provisória 881, de 2019.

Ante o exposto, objetiva-se analisar a ideia geral da MP 881/19 sobre tudo o que Mayo constatou como ineficaz na gestão de pessoas nas empresas.

2. MATERIAL E MÉTODOS

A pesquisa é desenvolvida pela análise crítica dos autores sobre a MP 881/19 com base na Teoria das Relações Humanas de Elton Mayo.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O texto da MP 881/19, nomeado "Liberdade Econômica", aponta diversas vantagens para a classe patronal para a exploração de trabalho e quebra da obrigatoriedade de direitos que antes garantidos por lei se tornam negociáveis. Tuon (2019) destaca como suas principais características a redução de restrições para o trabalho nos domingos e feriados; limites aos conselhos profissionais na fiscalização dos trabalhadores e o fim da obrigatoriedade de criação das Comissões Internas de Prevenção de Acidentes (Cipas) em situações específicas.

Vale lembrar que o suporte a tais medidas, enquanto partidas do Governo Federal, tornam-se bem promissoras, uma vez que sua própria eleição é calcada em propostas favoráveis à classe patronal, pela desburocratização de suas atividades, ou seja, liberdade para que realizem suas atividades sem interferência crítica dos órgãos vigentes responsáveis por assegurarem direitos trabalhistas.

Como as demais propostas de flexibilização nas leis trabalhistas, a MP 881/19 se justifica por ser uma suposta medida para aumentar a empregabilidade, mas ao analisar uma organização empresarial, que objetiva o lucro, deve ser averiguada qualquer demonstração de boas intenções em que esta não garante alguma vantagem. Em um cenário em que grandes empresas devem grandes montantes de dinheiro pela infração a leis trabalhistas, seus interesses com tais flexibilizações se mostram mais evidentes, bem como as relações que venham a assumir com autoridades políticas pela manutenção de seus interesses na esfera pública.

Prado (1998, p. 33) lembra, porém, o estudo de Mayo sobre relações Humanas no trabalho, e dentre suas primeiras propostas de solução estava a de melhorar a iluminação da fábrica Western Electric Company, no Bairro de Hawthorne, em Chicago. Em curto prazo, a fábrica obteve bons resultados. Dentre as observações, Mayo concluiu que a preocupação da empresa para com as condições de trabalho dos trabalhadores era vetor influente de sua produtividade.

A CLT, no Brasil (1943), influenciada pela italiana Carta del Lavoro (1927) aponta características que claramente remetem às preocupações de Mayo no que se refere à segurança do trabalho e as relações

entre empregado e empregador. Tais medidas foram tomadas em governos que contavam com pressão da classe patronal, isso porque havia um claro argumento cientificista quanto às necessidades de se garantir a segurança dos trabalhadores.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A luta pelas leis trabalhistas, conquistas de anos de pesquisas e lutas, deve vir não apenas por parte dos trabalhadores de baixa posição hierárquica, mas também por parte de gestores empresariais que reconhecem sua importância, bem como as crises sociais que sua falta pode trazer em médio e longo prazo. Se organizações de grande porte passam a pleitear com o governo federal o fim dessas leis, podem obter resultados satisfatórios aos mais ricos em curto prazo, mas terão de recorrer a novas medidas a cada crise econômica, até que o retrocesso seja total, os trabalhadores não tenham mais direitos, tampouco salários dignos.

REFERÊNCIAS

PRADO, J. R. Iniciação à administração: preceitos básicos. 5ª ed. São Paulo: Global, 1998.

TUON, L. MP da Liberdade Econômica inclui "minirreforma trabalhista" (e polêmicas). (2019). Disponível em: https://exame.abril.com.br/economia/mp-da-liberdade-economica-inclui-minirreforma-trabalhista-e-polemicas/ acessado em 13 de agosto de 2019.

DO LENCINHO BORDADO AO TINDER: O USO DAS TIC NO FLERTE

Christiane Delmondes Versuti

Palavras-chave: Regime de visibilidade; Persona; TICs; Mídias Sociais

O presente trabalho busca realizar um paralelo entra a tradição dos lencinhos bordados das vilas portuguesas e o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nas relações interpessoais amorosas e/ou sexuais. O objetivo é demonstrar como a tecnologia e as mídias sociais foram implementadas a essas relações e quais suas implicações nesse contexto. Para tal paralelo, usaremos como metodologia a revisão bibliográfica sobre os conceitos de Regime de Identidade e Persona, e tecer relações acerca desses conceitos ao modo de flertar off-line dos lenços bordados e o on-line do aplicativo Tinder.

De acordo com Miskolci:

Um regime de visibilidade traduz uma relação de poder sofisticada, pois não se baseia em proibições diretas, antes em formas indiretas, mas altamente eficientes, de gestão do que é visível e aceitável na vida cotidiana. Assim, um regime de visibilidade é também um regime de conhecimento, pois o que é visível e reconhecido tende a estabelecer as fronteiras do pensável (MISKOLCI, 2014, p. 62).

Já o conceito de Persona figura desde o teatro grego, designando a máscara usada pelos atores para indicar o personagem a ser interpretado. Esse termo, na psicologia analítica, designa "a máscara irreal vestida pelo indivíduo para a adaptação aos conteúdos socialmente aceitos e almejados." (MOTEIRO & FARIAS, 2012, p. 5).

Na tradição portuguesa, séculos atrás, as moças das vilas rurais, após trabalhem a semana na lavoura, reservavam o final de semana para bordar lenços com versos de amor que seriam entregues aos seus pretendentes na missa de domingo. Na missa, elas entregavam o lenço ao rapaz, e se esse aceitasse o presente, era sinal de que também estava interessado e poderiam iniciar um namoro. Caso o rapaz não tivesse interesse, devolvia o lenço. Nesse momento, a o regime de visibilidade e a persona relacionam-se às vestimentas, adornos, perfume, modo de andar, de se portar, e gestos no momento da entrega e recebimento do presente, e também do período em que estariam no mesmo local.

Em paralelo, no aplicativo Tinder, o regime de virilidade e a persona estão relacionados à autodescrição que cada participante faz de si mesmo, suas atividades, preferências, interesses, fotos e até mesmo um vídeo curto. A a aceitação do início da conversação é indicada pelo "match", ou seja, "combinar" com a outra persona que foi visualidade e assim iniciar a conversação, que pode resultar numa relação de afeto e/ou sexual ou não.

Para Jung (1979, p.134.) a persona, "em relação à individualidade essencial da pessoa, representa algo de secundário, apenas uma imagem de compromisso na qual os outros podem ter uma quota maior do que o indivíduo em questão." Com as TICs, os indivíduos passaram a se relacionar virtualmente, e também assumem um personagem, espelhando o que almejam através de uma identidade criada para aparecer e se relacionar na internet. Como colocado por Bauman (2005), a persona é uma faceta adquirida para melhor comunicar-se, ou no caso, para demonstrar uma identidade que se pretende ser nas redes sociais. A diferença fundamental entre as duas maneiras de diálogo entre as partes é que a persona criada on-line pode ser muito mais complexa e duradoura, pois pode-se manter a distância pessoal por mais tempo e buscar muitos mais elementos para compor sua máscara virtual. Enquanto que, em uma relação face a face, as nuances entre a persona e a verdadeira personalidade tendem a ser reveladas. Como aponta Sibilia ((2008), o persona construído para a internet pode criar uma identidade virtual irrealizável pelo seu 'eu' fora da rede, ou demonstrar características e valores incompatíveis a seu criador. E essa incompatibilidade pode ser notada com mais facilidade numa relação pessoal off-line.

Por fim, a necessidade e busca por afeto ou satisfação sexual não são nenhuma novidade, o que muda são os meios e táticas utilizadas para chegar aos pretendentes e construir tais relações. Com as TIC amplia-se a quantidade de conexões possíveis, porém, o regime de visibilidade e as personas se tornam mais complexos e por vezes mais irreais, o que também pode ser ligado aos relacionamentos menos

duradouros, que surgem baseados em personas compatíveis, porém, personalidades reais que não combinam.

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

FARIAS, Lídia; MONTEIRO, Taís. A identidade adquirida nas redes sociais através do conceito de persona. XIX Prêmio Expocom, 2012.

JUNG, C. G. O Eu e o Inconsciente. Petrópolis: Editora Vozes, 197

MISKOLCI, R. 2014b. Negociando visibilidades: segredo e desejo em relações homoeróticas masculinas criadas por mídias digitais. Bagoas – Estudos gays, gêneros e sexualidades, 8(11):51-78.

SIBILIA, Paula. Em busca da aura perdida: espetacularizar a intimidade para ser alguém. In: ANTOUN, Henrique (Org.). Web 2.0: participação e vigilância na era da comunicação distribuída. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

EDUCAÇÃO EM DIREITOS HUMANOS: FILOSOFIA E HISTÓRIA

Maria Laura Musegante

Palavras-chave: Pensamento Crítico; Emancipação; Direitos Humanos; Educação;

RESUMO
Discute-se a importância da prática pedagógica como promotora de emancipação do ser humano por meio da educação e como essa prática pode vincular-se as disciplinas de ciências humanas, como instrumento de formação da autonomia, do pensamento crítico dos jovens e do rompimento com paradigmas institucionalizados que acabam engessando a ação docente.
O ensino de filosofia vive um paradoxo, entre a modernização acelerada de mecanismos técnicos e científicos. Essa ambiguidade vivida pela educação não é recente e o educador, como membro ativo desse processo, deve munir-se de estratégias para desenvolver em sala de aula ações que promovam um senso crítico frente a esse paradoxo.
Nesse sentido, considerando uma proposta pedagógica crítica e de intervenção faz-se necessário retomar pensadores Iluministas que já problematizavam a formação de um indivíduo esclarecido. Immanuel Kant, em sua obra "O que é o Esclarecimento? ", questionava-se como encontrar uma solução para o que ele entendia como minoridade, e tinha como proposta rever ideais limitadores e tutelares do homem, que o impediam de se emanciparem.
Theodor Adorno também argumentava sobre esse descompasso entre a valorização da razão instrumental e a educação. Segundo ele, a educação localiza-se entre a emancipação e a barbárie. De acordo com esse pensamento, Adorno defendia que o problema da educação é ter permitido um afastamento da produção do conhecimento autônomo e da capacidade de reflexão crítica do homem.
Esse impasse vivenciado pelo sistema educacional de hoje apresenta alguns agravantes que precisam ser superados através da intervenção docente, que vão além do apenas repensar a razão instrumental e a minoridade do homem, mas perpassa pela ação do docente que tem a função de formar cidadãos capazes de interferir de maneira autônoma, no seu contexto social.

OBJETIVO
O projeto visa atingir alunos do ensino médio, e propõe a leitura de obras de Kant e Adorno sob a ótica da segunda guerra mundial e Declaração Universal dos Direitos Humanos, objetivando que, os alunos, se apropriem de novos conceitos que possibilitarão construir seu papel na promoção de valores como ética, cidadania, tolerância e respeito ao outro.

METODOLOGIA
-Leitura reflexiva da Declaração Universal dos Direitos Humanos e debate sobre ética;
-Leitura de textos: " O que é Esclarecimento? " Immanuel Kant, "Educação após Auschwitz" Theodor Adorno;
-Contextualização histórica do problema levantado por Adorno, por meio da exposição das obras em quadrinho "Maus", - de Art Spiegelman-, trechos dos livros " É isso um homem? "- de Primo Levi- e o "O Diário de Anne Frank" – Anne Frank.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO
A sequência didática proposta nasce da necessidade de repensar a função da escola como promotora de esclarecimento, é uma proposta posta em prática no currículo de ciências humanas do estado de São Paulo. Os alunos da terceira série do ensino médio vivenciam, durante o ano letivo, temas como ética e reificação, com a função de construir argumento crítico sobre práticas sociais de discriminação e preconceito.
Nesse sentido, as discussões levantadas durante as aulas têm por objetivo sensibilizar os alunos para a função que Adorno propõe a educação, ser uma força de prevenção a barbárie. A discussão, ganha ainda mais força, aliada a uma reflexão sobre a Declaração Universal dos Direitos Humanos.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Dessa maneira, o conjunto das ações desenvolvidas, vão otimizar condições para que os alunos possam transferir o conjunto de informações teóricas para a sua vida prática, tanto a escolar como a social.

Se os alunos já estão sensibilizados a pensar a contribuição da educação em sua formação moral e cívica, com a inclusão da leitura dos pensadores Kant e Adorno, sobre o esclarecimento, aliados com a leitura da Declaração Universal dos Direitos Humanos e algumas experiências vividas em Auschwitz; pode-se levar além da discussão superficial da função da educação e desenvolver o espírito crítico na superação de conflitos sociais, da desigualdade, do racismo e dos preconceitos diversos.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W. Educação após Auschwitz. In: Educação e Emancipação. 3ª Ed. São Paulo: Paz e Terra. Tradução de Wolfgang Leo Maar, 2. 1995.

DUDDHumanos-Disponível na Biblioteca Virtual deDireitos Humanos, 2013. Acesso: 15 de março de 2019.

KANT, Immanuel. Resposta à pergunta: o que é Esclarecimento? Textos Seletos.Tradução Floriano de Sousa Fernandes. 3 ed. Editora Vozes: Petrópolis, RJ. 2005,

EDUCAÇÃO PARA AS MÍDIAS ATRAVÉS DAS FAKE NEWS

Fabiano da Silva Araujo
Daniel Vieira Sant'Anna
Roseane Andrelo
Daniele de Fátima Fuganholi Abiuzzi Sant'Anna

Palavras-chave: Educação; Fake News; Kahoot; Literacia; Mídia.

O presente trabalho se enquadra na área de concentração humanidades pois tem o foco nas ligações entre esses seres humanos, principalmente na área educacional e discute uma proposta de educação para as mídias a partir da compreensão do potencial de alcance e impacto das fake news em alunos de duas escolas públicas, uma do estado de São Paulo e outra do estado de Mato Grosso do Sul, realizada através de levantamento de referencial teórico através da leitura de livros, artigos e periódicos sobre mídia e educação e de estudo de caso, a partir da atividade desenvolvida pelos pesquisadores com o título de FakeQuizz News, mediado pelo uso do aplicativo Kahoot!, visando auxiliar os estudantes das séries finais do ensino fundamental a identificar a veracidade de uma informação divulgada na mídia e promover uma leitura crítica da mesma e o uso responsável das tecnologias para que assim possam comparar e analisar as características de uma notícia e de uma fake news. A proposta busca o estudo da mídia no contexto da educação, oferecendo aos estudantes contato direto e contextualizado com as fake news e permitir uma reflexão e ao mesmo tempo um envolvimento maior com a educação midática e informacional. A escola tem um papel relevante na formação de uma geração mais crítica e consciente em relação a informação ao mesmo tempo em que é possível evidenciar aos estudantes o uso das tecnologias digitais de forma crítica, significativa, reflexiva e ética, acessando e disseminando informações, tanto na vida pessoal quanto na coletiva. A sociedade de informação possibilita experiências com a linguagem em diversos formatos visuais, escritos ou orais, por isso é muito relevante permitir no ambiente escolar experiências que possam desenvolver nos educandos habilidades que resultem na compreensão da informação, sua análise crítica face às notícias, a percepção da veracidade contida nelas bem como a verificação de manipulação da sua veracidade. É saudável para o processo de letramento midiático dos estudantes promover contextos para que possam refletir os impactos causados pela facilidade de acesso as tecnologias digitais no ensino tradicional. Neste sentido é muito pertinente dialogar o uso das mídias digitais, tanto quanto facilitadora do processo de ensino, auxiliando o professor a promover situações de aprendizagem significativa, aproximando o universo das mídia com a realidade vivida pelo aluno. As vantagens obtidas a partir dessa letura das tecnologias de informação enquanto promotora do ensino diferenciado, baseado nas práticas de comunicação, permitindo mediações entre a leitura crítica e a escrita autoral. A escola não pode mais se isolar da socidade em rede no qual é cada vez mais inserida, é preciso estabelecer uma ligações entre a teoria e a prática, explorando o potencial pedagógico oferecido pela inserção midiática. Muito mais do que apresentar o papel das mídias digitais nas aulas é necessário contemplar o ensino que articule a partir da escola, currículo, mídia, tecnologia, cultura e educação criar, experimentar, refletir e divulgar no cotidano da escola vivencias, as quais não podem ser deixadas de lado. Desta maneira, assumir um papel mais crítico frente às novas tecnologias favorecerá a formação de gerações mais atuantes, conscientes dos recursos oferecidos pelas mídias, não somente em sala de aula, mas para além dos muros da escola. Por fim, estimular a ótica dos docentes coordenada para novos contextos de aprendizagem, incorporando as mídias em novas dinâmicas de criticidade, de colaboração muito significativa, com novas visões de mundo, apliando assim seus conhecimentos.

ELENÃO: UMA FÓRMULA ENTRE OS DISCURSOS DE RESISTÊNCIA

Giseli Bueno Berti
Gustavo Roberto Martins

Palavras-chave: EleNão; Fórmula; Discursos; Resistência.

As eleições para presidência da República provocaram uma série de reações em repúdio à candidatura do deputado Jair Bolsonaro e, em meio a essa insatisfação, uma fórmula surgiu entre mulheres que eram contrárias ao candidato: a expressão EleNão. Ela viralizou na internet, em especial nas redes sociais Twitter, Instagram e Facebook.

O conceito de fórmula, segundo Krieg-Planque (2009, p. 66), pode ser compreendida como: "a fórmula é um conjunto de enunciados ou fragmentos de enunciados que circulam em bloco em um momento determinado e que são percebidos como constituindo um todo, cuja origem pode ou não ser identificada".

A fórmula #Elenão possui um caráter cristalizado, uma dimensão discursiva, um referencial social e se enquadra a um contexto polêmico. Os usos e sentidos a partir do slogan e também suas variantes surgiram de um contexto histórico-social que possui um potencial de destacamento. Esses sentidos foram ampliados para as lutas contra o racismo, a favor do feminismo, a favor do movimento LGBTI+ e contra o machismo, como pretensão de posicionamento diante da fórmula e da sua hashtag.

O objetivo geral deste artigo buscou analisar o sintagma EleNão como fórmula segundo a concepção de Krieg-Planque (2009; 2010). Os objetivos específicos foram: verificar os possíveis discursos da expressão e investigar o caráter da fórmula no discurso de resistência.

Para realizar essa pesquisa, foi realizada a análise dos dados por meio da coleta de dados levantados de ocorrências dos sintagmas "EleNão", e o uso das hashtags nas redes sociais Instagram e Twitter, durante o período de eleição para presidência da república no ano de 2018. Após a identificação e levantamento das ocorrências e, por meio o referencial teórico, foi realizada a análise dos dados e aplicada a proposta teórico-metodológica de Krieg-Planque (2009, 2010) sobre o conceito de fórmula ao corpus selecionado.

Para um sintagma se condensar enquanto fórmula, Krieg-Planque (2010) explica que a sequência linguística possui quatro critérios: assumir um caráter cristalizado, estar inscrita numa dimensão discursiva, funcionar como referente social e comportar um aspecto polêmico.

Sobre o primeiro aspecto, a cristalização da fórmula, Krieg-Planque (2010) explica que essa deve se materializar de forma significante e relativamente estável (p. 61), e que ela seja um sintagma básico ou derivado. Considerando o sintagma e a hashtag EleNão e, também suas variantes "EleNunca", "EleJamais", "Nothim", "Elenãoelenunca", "Elemente", é possível observar que essa expressão se cristalizou desde seu surgimento, pois tornou-se uma forma possível de rastreamento, além da estabilidade nos discursos de quem faz uso dela.

Em relação à segunda característica, a dimensão discursiva, o sintagma EleNão não surgiu com a intenção de ser uma fórmula, no entanto o que o classificou como fórmula foi o discurso, a circulação em um determinado recorte temporal, no caso, as eleições de 2018. De acordo com Krieg-Planque (2010), o campo discursivo no qual a fórmula surge é imprescindível para sua potencialidade.

A terceira característica elencada por Krieg-Planque (2010) é a fórmula como referente social. A estrutura da sequência #EleNão transcendeu os contextos sociais em que surgiu, se tornando até um slogan, confirmando, assim, o reconhecimento social por meio do compartilhamento de artistas brasileiros e internacionais, como ilustrado na figura abaixo.

Referente ao quarto aspecto, caráter polêmico, a fórmula possui diversos sentidos, como mencionado anteriormente, presente em discursos de diferentes instituições. A polissemia da fórmula EleNão se materializa em diferentes discursos, possibilitando o cruzamento discursivo com elementos em oposição a ela, tais como: armamento, autoritarismo, desigualdade, intolerância, desrespeito, caracterizando, também, o discurso de resistência

Nesse trabalho, foi feito um percurso teórico-metodológico acerca do conceito de fórmula e da aplicação desses conceitos elaborados por Krieg-Planque (2009, 2010). No entanto, é relevante considerar que a noção de fórmula não é somente linguística, como visto no decorrer da pesquisa, como também não é meramente uma aparição. Dessa forma, torna-se necessária a análise do contexto social e histórico em que ela surgiu, bem como o seu caráter discursivo.

Referências

KRIEG-PLANQUE, A. A noção de fórmula em análise do discurso: quadro teórico e metodológico. Tradução de Luciana Salgado e Sírio Possenti. São Paulo: Parábola, 2010.

_____. A noção de fórmula em análise do discurso: quadro teórico e metodológico. Trad. Luciana Salazar Salgado & Sírio Possenti. São Paulo: Parábola, 2009.

MAINGUENEAU, D. Novas tendências em análise do discurso. Campinas: Martins Fontes, 1997.

_____. Doze conceitos em Análise do Discurso. São Paulo: Editora Parábola, 2010.

ENRIQUECIMENTO CURRICULAR EM SALA DE ATENDIMENTO EDUCACIONAL ESPECIALIZADO

Michelle Aparecida de Almeida Teles de Ataíde
Suely Maciel

Palavras-chave: Altas Habilidades. Educação Especial. Inclusão.

RESUMO
O presente trabalho apresenta proposta de enriquecimento curricular para o atendimento educacional especializado para alunos com altas habilidades/superdotação Público Alvo da Educação Especial – PAEE. O tema proposto, tem a intenção de disponibilizar um recurso pedagógico, com orientação aos docentes, para atender os desafios acadêmicos desse público, além de disseminar conhecimentos com seus pares e comunidade escolar.

1 INTRODUÇÃO

A Política Nacional de Educação Especial abrange o Atendimento Educacional Especializado aos alunos com deficiências, transtornos globais do desenvolvimento e altas habilidades/superdotação e assim definem como aqueles que:

[...] demonstram potencial em qualquer uma das seguintes áreas, isoladas ou combinadas: intelectual, acadêmica de liderança, psicomotricidade e artes. Também apresentam elevada criatividade, grande envolvimento na aprendizagem e realização de tarefas em áreas de interesse. (BRASIL, 2008a, p.15).

A Resolução nº4 CNE/CEB (BRASIL,2009) regulamenta as diretrizes operacionais para o Atendimento Educacional Especializado, esta, constitui-se num espaço organizado com materiais didáticos, pedagógicos, equipamentos e profissionais que atendem os alunos com AH/SD, promovendo o enriquecimento curricular.

Com base nessa perspectiva, relacionam-se alguns aspectos importantes a serem considerados contribuindo para a promoção, participação e aprendizagem para os alunos com altas habilidades/superdotação, oportunizando uma gama de experiências e envolvimento com sua área de interesse para que possam impulsionar seus potenciais.

2 OBJETIVOS

ObjetivoGeral

Desenvolver e disponibilizar recursos didáticos para atendimento aos educandos com AH/SD que frequentam a sala de atendimento educacional especializado.

Objetivos Específicos

- Levantar possibilidades de enriquecimento curricular disponíveis para a organização do atendimento educacional especializado em sala de recurso multifuncional que atendem alunos com AH/SD;
- Elaborar um jogo de tabuleiro como recurso didático para utilização na SRM, especificamente para alunos AH/SD;
- Disponibilizar o recurso e organizar um guia de aplicação como apoio ao professor da SRM.

3 MÉTODO

A presente pesquisa é de natureza qualitativa com característica descritiva e de desenvolvimento, nesse sentido, pretendemos conhecer, interpretar e construir, à luz de um constructo teórico os objetos em questão.

Os Instrumentos de Coleta de Dados que poderão viabilizar a consecução dos objetivos pretendidos são o Diário de campo e o Formulário descritivo para elaboração do recurso.

A pesquisa será desenvolvida em uma Escola de Ensino Fundamental I, localizada em uma cidade do interior do estado de São Paulo e terá como participantes o aluno diagnosticado com AH/SD e a professora da SRM.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os alunos com AH/SD que frequentam sala de Atendimento Educacional Especializado serão beneficiários deste recurso pedagógico, na qual tem em seu âmago competências para proporcionar o enriquecimento PAEE.

Dessa forma, pretendemos melhorar a situação diagnosticada da seguinte forma: realizando o levantamento das necessidades da SRM frente ao desafio do AEE para o aluno AH/SD; análisar os registros de atendimento da professora para com o aluno com AH/SD; desenvolver do jogo de tabuleiro e aplicar do jogo e validação do procedimento.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através do estudo é possível observar a importância dos docentes pensarem nas possibilidades e alternativas para o estímulo e o desenvolvimento desse público, pois, os mesmos têm direito e a necessidade de terem reconhecidas suas áreas de interesse e receberem estímulo para as demais áreas

Contudo, os estudantes com AH/SD não deverão passar mais despercebidos após a realização do trabalho a comunidade escolar deverá ficar mais atentas e engajadas para melhor atender as necessidades desses alunos.

REFERÊNCIAS

ALENCAR, Eunice Soriano. Psicologia e educação do superdotado. São Paulo: EPU,1986.

ALENCAR,Eunice Soriano. Agerência da criatividade. SãoPaulo: Makron Books,1997.

ALENCAR,Eunice Soriano;FLEITH, Denise de Sousa. Superdotados: Depoimentos, educação e ajustamentos. São Paulo: EPU.

BRASIL. Ministério da Educação. Secretaria de Educação Especial. Política Nacional de Educação Especial na Perspectiva da Educação Inclusiva. Brasília. 2008.

BRASIL. Ministério da Educação. Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, LDB 9.394/96, de 20 de dezembro, 1996. Brasília. 1996.

VIRGOLIM,Angela; FLEITH, Denise de Souza. Lidando com as emoções, brincando com o pensamento através da criatividade. Campinas: Editora Papirus.

ENY´S BAR: NOVOS PARADIGMAS HOLOGRÁFICOS NA PAISAGEM URBANA

Fabrício Mesquita de Aro
Dorival do Campos Rossi
Marcos Américo
Jaqueline Costa Castilho Moreira

Palavras-chave: holograma; colisões; paisagem urbana; fenomenologia

(1)Breve descrição da pesquisa ou do projeto de extensão universitária;
A cidade de Bauru-SP tenta, arduamente em sua História, construir seu signo com vendas nos olhos. Do cesto de frutas ao sanduíche, passando pelo fantasma da malha ferroviária, a representação urbana vestiu uma "burca" como opção confortável aos olhos de seus habitantes. No caminho contrário a essa ação repressora, apresentam-se novos paradigmas de leitura da paisagem urbana da cidade, concretizados pela autora Lucia Helena Sant´Agostino em sua pesquisa entitulada "Bauru: Chão de Passagem". Com a inserção da espacialidade do Eny´s Bar, o bordel mais famoso do país, permitiu-se uma leitura histórica da cidade através de um novo ponto de vista, desvinculado das empoeiradas teorias de patrimônio histórico tradicionais e aproximando-se do campo da fenomenologia e da colisão de partículas da física quântica.
(2) Objetivos;
Neste processo de quebra de partículas espaço-tempo-informacionais, sugere-se a utilização do suporte holográfico como potência de criação de novos paradigmas de leitura da paisagem urbana. Para isso, utiliza-se como objeto precursor o "trixel" aliado à velocidade da tecnologia 5G. Tais pressupostos informacionais e tecnológicos entrarão em colisão para ressignificar a noção espaço-temporal que costuma-se aplicar à metrópole contemporânea.
(3) Material e métodos;
No campo metodológico são considerados os seguintes autores do campo da fenomenologia: Juani Pallasmaa e Charles S. Peirce. Para a análise de paisagem urbana inseridas no espaço-tempo serão citadas as obras de Lucrécia D´Alessio Ferrara (Olhar Periférico) e Lucia Helena Sant´Agostino (Bauru: Chão de Passagem). A fragmentação de partículas informacionais dará-se pela teoria da dobra de Gilles Deleuze e da perspectica inversa de Pável Floriênski. Com espaço e tempo desconstruídos, a ação é de colisão dos elementos, com embasamento teórico de Karl Popper.
(4) Resultados e discussões;
A tecnologia 5G tem como pressuposto revolucionar a ideia de velocidade que costuma-se apreender no cotidiano. Consolidada na China e na Coréia do Sul, a aceleração de partículas espaço-temporais já resulta em um contato direto com projeções holográficas em resolução considerável. O papel desta presente pesquisa é tornar a escala do objeto holográfico em proporção urbana, ressignificando a leitura da paisagem contemporânea atual.
(5) Considerações finais;
A cidade contemporânea é um objeto poroso que permitiu-se ser lido e apreendido por diversos autores ao longo da história ocidental. Neste percurso temporal, a noção de "lugar" é cada vez mais desconstruída. Permite-se, na atualidade, pensar sobre a colisão de partículas informacionais que reverbera na escala da paisagem urbana. Ao aproximar-se da tecnologla 5G, a virtualidade atinge sua potência máxima, criando novos significantes na composição espaço-imagética das cidades do futuro através do suporte holográfico. Neste campo de fricções, há uma noção de "atualização" de dados da urbe, que habita o tempo e sincroniza o espaço.
(6) Referências bibliográficas;
AUGÉ, Marc. Não lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade. Tradução de Maria Lúcia Pereira. Campinas, SP: Papirus, 2012.

DELEUZE, Gilles. A dobra: Leibniz e o barroco. Campinas: Editora Papirus, 1991.
FERRARA, Lucrécia D´Alessio. Olhar periférico. São Paulo: EDUSP, 1999.
FLORIÊNSKI, Pável. A perspectiva inversa. São Paulo: Editora 34, 2012.
PALLASMAA, Juani. Os olhos da pele: a arquitetura e os sentidos. Porto Alegre: Bookman, 2011.
_____Habitar. São Paulo: Gustavo Gili, 2017.
PEIRCE, C. S. The Collected Papers. Vols. I-VI. Cambrige, MA: Harvard University, 1958.
_____Semiótica. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1997.
POPPER, K.R. O universo aberto - Argumentos a favor do indeterminismo. Lisboa: D. Quixote, 1988.
SANTAELLA, Lúcia. Semiótica Aplicada. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2002.
SANT'AGOSTINO, Lúcia Helena Ferraz; FERRARA, Lucrécia D'Aléssio. Bauru: Chão de Passagem. São Paulo: Universidade de São Paulo, 1994.

FAKE NEWS E SEUS DESDOBRAMENTOS

Caroline Garcia Cafeo
Carlo José Napolitano

Palavras-chave: Fake News; Mídias Sociais; Projeto de Lei

Diante do contexto de avanços tecnológicos, mídias sociais e velocidade do compartilhamento e troca de informações, surgiu o fenômeno da Fake News na plataforma online. Conceituada como notícias falsas, publicadas e divulgadas de modo a enganar o público, atendendo a algum interesse escuso (ALVES, 2017). Sendo assim, a Fake News pode ser entendida como textos distribuídos principalmente em plataformas digitais semelhantes ao estilo jornalístico, constituídos de informação falsa com a intenção de enganar e em sua maioria ocultando a autoria (SAKAMOTO, 2018). Vale lembrar que em 2016, o termo obteve notoriedade de forma mundial após Donald Trump ser eleito presidente dos Estados Unidos, ressaltando a discussão sobre conteúdos falsos e a persuasão que essas informações têm de modificar e fortalecer pensamentos das pessoas e de comunidades.

O ano eleitoral no Brasil teve discussões semelhantes, mas ainda não existe uma legislação nacional específica, as sanções estão na justiça civil, criminal e eleitoral e há projetos de leis.

Objetivos

O presente trabalho tem como objetivo principal refletir e fazer o levantamento de projetos de leis da Fake News.

Material e métodos

Em um primeiro momento foi realizada a revisão bibliográfica no tema de Fake News visando conceituar no contexto atual. Posteriormente, ocorreu o estudo exploratório na concepção de proporcionar a identificação dos desdobramentos legais (GIL,1996), a partir da pesquisa no site oficial do Congresso Nacional de propostas legislativas na esfera eleitoral.

Resultados e discussões

No contexto de volumosa disseminação dos conteúdos, no qual os usuários são expostos as Fake News, principalmente no período de campanha eleitoral, e por diversas vezes devido a desinformação ou falta de checagem de fontes, acabam compartilhando as informações, surge uma rede de mentiras propagadas, se tornando dificultoso encontrar o responsável pelo início das informações.

Desta forma, é importante que a legislação brasileira esteja de acordo com as mudanças tecnológicas e acompanhe o fenômeno da Fake News buscando coibir sua propagação. Na perspectiva eleitoral existe o Código Eleitoral e a lei 12.891 de 2013 que apresentam que não será tolerada propaganda que caluniar, difamar ou injuriar, independente de ação penal, sendo responsável solidariamente o ofensor e seu partido político, sendo assegurada o direito de resposta e retirada do conteúdo ofensivo.

Além disso, o levantamento identificou que existem diversos projetos de leis sobre Fake News para os diferentes ramos do direito. Destacando-se três projetos de leis do Senado: n° 218/2018 de autoria do senador Antonio Carlos Valadares, com a proposta de alterar o código eleitoral, visando determinar que a propaganda institucional do Tribunal Superior Eleitoral contemple advertência sobre notícias falsas.

Outro projeto do Senado n° 471/2018 do senador Humberto Costa (PT/PE), busca instituir os crimes de criação ou divulgação de notícia falsa, de criação ou divulgação de notícia falsa para afetar indevidamente o processo eleitoral. E o terceiro projeto de lei no Senado n°533/2018 de autoria do senador Ataídes Oliveira (PSDB/TO) propõe imputar detenção, de seis meses a três anos e multa, para quem criar ou divulgar notícia falsa para afetar indevidamente o processo eleitoral, além de outras aplicações no âmbito penal.

Na câmara dos deputados foi identificado outros três projetos de leis que tramitam apensados, para dispor sobre as Fake News e modificar o Código Eleitoral, sendo: a PL 9973/2018 de autoria do Fábio Trad (PSD/MS); PL 9532/2018 autor o Francisco Floriano (DEM/RJ); PL 10915/2018 do autor Reginaldo Lopes (PT/MG).

Considerações finais

As Fake News se espalham 70% mais rápido que notícias verdadeiras, aponta a pesquisa do Instituto de Tecnologia de Massachusetts - MIT, cada postagem verdadeira atinge, geralmente proximamente mil pessoas, enquanto as postagens falsas mais populares atingem de mil a 100 mil pessoas (ESTADÃO, 2018). Portanto, Fake News é um tema de destaque, principalmente diante a desinformação e presença nos períodos eleitorais, por isso a importância de ocorrer um ato legislativo buscando coibir tais ações. Foi possível verificar que os projetos de leis buscam de modo geral, tipificar a Fake News como fatos inverídicos divulgados, com penalidades pecuniárias e até restritivas da liberdade. Além disso, a pesquisa é um o início de estudo e não esgotamento do tema.

Referências

ALVES, Gabriel. Cientistas buscam estratégias para lutar contra 'fake news'. Folha de São Paulo, 2017. Disponível em:<http://www.folha.uol.com.br/ >

ESTADÃO, Fake news têm 70% mais chance de viralizar que as notícias verdadeiras, segundo novo estudo. 2018. Disponível em <www.estadao.com.br >.

GIL, Antônio Carlos. Como Elaborar Projetos de Pesquisa. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1996

SAKAMOTO, Leonardo. Definições fundamentais sobre discurso de ódio e fake news. In: Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), 2018.

FALLACES SUNT RERUM SPECIES: A REPRESENTATIVIDADE FEMININA NA FASE 1 DO MCU

Lucas do Carmo Dalbeto

Palavras-chave: Teoria Crítica Feminista do Cinema; Análise do Discurso; Representatividade Feminina; Cinema; Marvel

Desde o início dos anos 2000, Hollywood vem apostando alto nas adaptações de super-heróis. O filão, que guarda uma longa história, chegou ao seu ápice na última década com o lançamento do MCU, o universo cinematográfico da Marvel, que revolucionou a relação entre Histórias em Quadrinhos e Cinema. Iniciado com o filme Homem de Ferro, em 2008, a Marvel Studios produziu 23 filmes divididos em 3 fases, concluindo sua Saga do Infinito. Ainda em fase de experimentação, mesmo que inscritos em uma lógica orientada ao consumo, a primeira fase é composta por 5 filmes solos dos personagens principais e que se reuniriam pela primeira vez no sexto filme, Vingadores, em 2012. Ao longo de mais de 10 anos pelo qual a saga se estendeu, o Marvel Studios conseguiu alterar significativamente os rumos da indústria cinematográfica de Hollywood, atraindo o público ávido para descobrir qual seria o próximo lançamento e movimentando bilhões de dólares. No entanto, a franquia não esteva isenta às críticas de olhares mais atentos. Centrados na hegemonia masculina, desde o início os filmes do MCU foram questionados acerca das diversas super-heroínas que, a exceção de Viúva Negra, não faziam parte das adaptações. A questão de gênero, inclusive, rendeu um levantamento apresentado pelo site de entretenimento Digital Spy, no qual são ranqueados o tempo de tela de cada personagem feminina em todos os filmes lançados até o momento. Em apenas um deles, as mulheres ocuparam a tela mais tempo do que os homens (LONGRIDGE, 2019). Partindo destas informações, este trabalho adota a Análise do Discurso (AD) de linha francesa enquanto aporte teórico metodológico para identificar quais são os possíveis discursos acerca do feminino nos 6 filmes que compõe a Fase 1 do MCU. O esforço analítico parte da aplicação do Teste de Bechdel em cada um dos filmes e, posteriormente, apresenta o levantamento quantitativo do tempo de tela destinado a cada personagem feminina. Estes movimentos são despendidos em detrimento de uma compreensão qualitativa e subjetiva das personagens, e não apenas quantitativa e generalista. Baseia-se na abordagem da Teoria Crítica Feminista do Cinema, cujo expoente Laura Mulvey cunhou em 1975 o termo "Olhar Masculino" (male gaze), sob o qual os filmes hollywoodianos são produzidos. Apesar de se referir aos filmes do período clássico, é facilmente identificado que a crítica de Mulvey (2018) continua atual na produção contemporânea, principalmente nos filmes de ação e aventura. Yvonne Tasker (2015) destaca que, historicamente, estes gêneros cinematográficos são territórios masculinos e, de modo geral, tratam o homem com superioridade. Tomando por premissa a afirmação de Ismail Xavier (2018) de que os discursos cinematográficos não são compostos apenas pelas falas de personagens, mas por todos os elementos que compõe a produção, e que o enquadramento em tela é tão importante quanto o que é deixado de fora dela, este trabalho identifica que, ao longo da primeira fase do MCU os papeis femininos ganharam destaque gradativamente, e culminaram na primeira super-heroína desse Universo. Contudo, é possível observar que as produções relegaram as personagens à segundo plano, ainda que interpretadas por atrizes reconhecidas e premiadas. Constata-se que os discursos perpetuados nos filmes reforçam a visão dicotômica sobre mulheres, a mocinha responsável pelo bem-estar do super-herói e a femme fatale que emprega a sensualidade para conquistar seus objetivos. Por fim, é possível identificar que, no decorrer de 4 anos de produções que sofreram influências sociais, culturais e econômicas, os possíveis discursos acerca das personagens femininas foram se atualizando em prol de demandas mais contemporâneas, com a inserção de novas personagens femininas e maior diversidade de gênero no desenvolvimento das narrativas dos filmes. Contudo, a "cota" de representação de mulheres caminhou lentamente para a representatividade de gêneros nas produções do MCU.

REFERÊNCIAS

FOUCAULT, Michel. A ordem do discurso. Edições Loyola: São Paulo, 1996.

HALL, Stuart. Cultura e representação. Rio de Janeiro: Apicuri; Editora PUCRio, 2016.
LONGRIDGE, Chris. The entire MCU ranked by how much time female characters spend on screen. Digital Spy. 27 jan. 2019. Disponível em: <https://www.digitalspy.com/movies/g25270/mcu-marvel-women-female-screen-time/?slide=1&utm_campaign=maintwitterpost&utm_content=buffer81948&utm_medium=social&utm_source=twitter>. Acesso em 14 mar. 2019.
MULVEY, Laura. Prazer visual e cinema narrativo. In: XAVIER, Ismail. (org.). A experiência cinematográfica. Antologia. Rio de Janeiro/ São Paulo: Paz & Terra, 2018. p.355-370.
SELISKER, Scott. The Bechdel test and the social form of character networks. New Literary History, 2015, v. 46. p. 505–523.
TASKER, Yvonne. The Hollywood action and adventure film. New Jersey: John Wiley & Sons, 2015.
XAVIER, Ismail. O discurso cinematográfico. A opacidade e a transparência. Rio de Janeiro/ São Paulo: Paz e Terra, 2018.

GENTE É GENTE: UMA EXPERIÊNCIA EXTENSIONISTA EM PROGRAMA AUDIOVISUAL PARA PROMOÇÃO DA INCLUSÃO DA PESSOA COM DEFICIÊNCIA

Mayra Fernanda Ferreira
Gabriela Martins de Arruda

Palavras-chave: Comunicação inclusiva; deficiência; Apae; programa audiovisual; extensão universitária

O projeto de extensão "A Apae Bauru e o que ela tem de melhor: gente" foi desenvolvido em 2018 a partir de uma parceria da TV Unesp com a Apae (Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais de Bauru) com os objetivos de: a) informar a população de Bauru sobre os serviços prestados pela Apae Bauru; b) Sensibilizar a população sobre a
inclusão das pessoas com deficiência; e, c) Transformar o olhar e o entendimento da população, quebrando preconceitos e desconstruindo o esteriótipo da deficiência. A proposta, então, foi o desenvolvimento de programas audiovisuais, a serem exibidos na TV Unesp em canal aberto e fechado e nas mídias sociais da emissora, contando com o auxílio da Apae na produção dos programas e também como fontes para as entrevistas.

Enquanto uma emissora pública, cultural e educativa, cabe à TV Unesp a promoção de debates acerca de temas sociais e de impacto público, contribuindo para o exercício de uma sociedade democrática, ética e inclusiva. Concomitantemente, a Apae, como uma entidade do terceiro setor, tem há 53 anos parceria com a comunidade para a captação de recursos a fim de garantir a prestação de serviço às pessoas com deficiência e suas famílias. Tendo em vista que o trabalho social dessa organização é sem fins lucrativos, a mesma está sujeita aos problemas financeiros de qualquer instituição desta natureza, e os custos devem ser bem administrados a fim de garantir a manutenção da prestação de serviços com humanização e qualidade. Desse modo, é necessário que se efetivem parcerias para a consolidação dos trabalhos e consequentemente ampliação e divulgação.

Nesse sentido, surge a parceria extensionista com a TV Unesp, uma vez que na Universidade a extensão tem caminhado para projetos realizados com a comunidade, a fim de promover transformações em ambas as realidades. E este foi o intuito do projeto acima citado: conhecer as pessoas com deficiência por meio da Apae e sensibilizar sobre o tema com a produção da Tv Unesp, engajando estudantes, voluntários e profissionais do audiovisual e, posteriormente, o público dos programas. O primeiro passo foi a socialização do projeto, aprovado pela Pró-reitoria de Extensão, a todos os envolvidos e a troca de experiências relativas às deficiências e ao papel da comunicação institucional e pública da Apae, seus serviços e as pessoas atendidas.

Com o trabalho integrado de estudantes de graduação da Unesp, foi sistematizado o processo de produção por meio da definição da linha editorial e estética audiovisual de 12 programas de entrevistas de 30 minutos, gravados em estúdio, e com a inserção de reportagens, gravadas na Apae e em espaços públicos, conforme as demandas das pautas e dos roteiros dos programas. Em cada edição, foram abordados temas mais amplos acerca da deficiência no Brasil e em Bauru, a partir dos atendimentos realizados pela Apae, além de serem apresentados os serviços oferecidos pela instituição nas áreas da educação, saúde, assistência social e mercado de trabalho. Como convidados das entrevistas e reportagens, os programas contaram com especialistas da área de inclusão – incluindo docentes da Unesp, profissionais da Apae Bauru e usuários da Apae e suas famílias.

Com a exibição desses programas, elevou-se o caráter comunitário e inclusivo da TV Unesp, aproximando-a ainda mais da cidade e de suas demandas e realidades. Além de cumprir essa função social, o projeto extensionista permitiu o envolvimento de estudantes com uma realidade distante da sua e com a problemática da cobertura jornalística relativa à pessoa com deficiência. Essa aproximação capacitou não apenas alunos, mas também os próprios colaboradores da emissora que tiveram a oportunidade de aprender com especialistas a como tratar a questão dentro das normas, diretrizes e legislação vigentes. Para a Apae Bauru, foi possível assegurar uma visibilidade aos serviços da instituição e a criação de um

canal de comunicação com as pessoas direta ou indiretamente ligadas à questão da deficiência. O programa permitiu que pais usuários e apoiadores da Apae obtivessem informações acerca das deficiências, podendo, assim, contribuir com a promoção da inclusão dessas pessoas na escola, no mercado de trabalho e na comunidade em geral.

Referências

ARONCHI DE SOUZA, J.C. Gêneros e formatos na televisão brasileira. São Paulo: Summus, 2004.

BRASIL, Ministério da Ciência e Tecnologia; Instituto de Tecnologia Social; Microsoft Educação. Tecnologia Assistiva nas escolas: Recursos básicos de acessibilidade sócio-digital para pessoas com deficiência. 2008.

CANNITO, N. A televisão na era digital:interatividade, convergência e novos modelos de negócio. São Paulo: Summus, 2010.

FUJISAWA, D. S. Família e Educação Especial / organização de Dirce Shizuko Fujisawa... [et al.]. Londrina: ABPEE, 2009. 136 p.; 23 cm. (Série Estudos Multidisciplinares de Educação Especial, n. 7)

SASSAKI, R. K. Inclusão / Construindo uma sociedade para todos. 7. ed. Rio de Janeiro. WVA, 2006.

GERAÇÃO NEM-NEM: OS PADRÕES DE CONSUMO DE MÍDIA DOS JOVENS QUE NÃO ESTUDAM NEM TRABALHAM DA CIDADE DE BAURU (SP).

Juliano Ferreira de Sousa
Maria Cristina Gobbi

Palavras-chave: Geração Nem Nem, Juventude, Comunicação, Mídia, Bauru

Breve descrição da pesquisa ou do projeto de extensão universitária: A temática das diferenças geracionais é recorrente em estudos das mais diversas áreas do conhecimento. Essa categorização em gerações tem sido feita a partir de critérios históricos e econômicos, refletindo diretamente nos estudos comunicativos. Nota-se, portanto, que essas subdivisões geracionais estão intimamente ligadas ao consumo midiático e à forma de se lidar com os aparatos tecnológicos e com as práticas comunicativas originadas com eles. É importante destacar que, ao se estudar as mudanças geracionais, observa-se principalmente a juventude fixada em uma determinada época, já que os comportamentos e as culturas juvenis levam ao estabelecimento de novas práticas e à reconfiguração daquelas já existentes. É, também, recorrentemente atribuído à juventude a definição de padrões comportamentais e alterações na produção e consumo cultural. Ao longo das décadas, surgiram várias nomenclaturas geracionais, baseadas na realidade histórica estadunidense – como a Geração Baby-Boom, Geração X, Geração Y, Geração Z, entre outras – que raramente foram atualizadas observando-se a realidade latino-americana.
Objetivos: O presente estudo tem como objetivo investigar os padrões comunicativo-midiáticos de jovens pertencentes à chamada "Geração Nem-Nem" da cidade de Bauru (SP). A pesquisa mapear padrões de consumo e produção de mídia, além de serem analisados possíveis características que reforcem (ou refutem) a ideia de que esse grupo realmente faz parte de uma única geração.
Material e métodos: Será aplicado um questionário online a jovens pertencentes a essa Geração Nem-Nem da cidade de Bauru. Esse formulário foi construído a partir da observação de outras pesquisas sobre consumo midiático de gerações e a partir das características específicas desse público. O público-alvo da pesquisa foi definido a partir de critérios utilizados pelo IBGE, que consideram pertencentes a esse recorte geracional todos os jovens de 15 a 29 anos que não desenvolvem atividades regulares de estudo e nem de trabalho. Trata-se de uma metodologia qualitativa, em que as questões fechadas serão mescladas às questões semiestruturadas, sendo possível mapear as impressões e subjetividades do respondente.
Resultados e discussões: Tendo em vista que o objeto de estudo trata dos padrões de consumo midiático dos jovens que não estudam nem trabalham, esse questionário foi construído a partir de três eixos principais: a) Dados gerais: idade, gênero, renda familiar, moradia / b) Dados socioeconômicos: mapeamentos do histórico de estudo, histórico de trabalho, atividades informais desenvolvidas, cursos livres realizados, rotinas / c) Dados comunicativo-midiáticos: principais mídias utilizadas, tipo de consumo dessas mídias, preferências comunicativas, utilização para busca de trabalho e estudo, produção de conteúdo próprio e um mapeamento da função que a mídia tem em suas rotinas.
Considerações finais: Como resultado dos processos metodológicos propostos, espera-se verificar a validade da Tese aqui defendida – de que os jovens que não estudam nem trabalham da cidade de Bauru (SP) estabelecem padrões comunicativos, definindo-os (ou não) como um único grupo geracional comunicativo-midiático.
Referências bibliográficas:
ABRAMO, Helena Wendel. Condição Juvenil no Brasil contemporâneo. In: ABRAMO, Helena Wendel; BRANCO, Pedro Paulo Martoni (Orgs.). Retratos da Juventude Brasileira: Análises de uma pesquisa nacional. 1. ed. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2005. p. 37-72.
BARBOSA, Lívia (Org.). Juventudes e Gerações no Brasil contemporâneo. São Paulo: Sulina, 2012.
BARBOSA, Roseli Bregantin. "Nem-Nem" - uma subcategoria de juventude ou ficção?. Orientador: Maria Tarcisa Silva Bega. 2017. 166 f. Dissertação (Mestrado) - Pós-Graduação em Sociologia, UFPR, Curitiba, 2017.

GOBBI, Maria Cristina. Na trilha juvenil da mídia: Dos suplementos teen para as tecnologias digitais. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2012. 145 p.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. A mudança na percepção da juventude: sociabilidades, tecnicidades e subjetividades entre os jovens. In: BORELLI, Silvia Helena Simões; FREIRE FILHO, João (Orgs.). Culturas Juvenis no século XXI. 1. ed. São Paulo: Educ, 2008. p. 9-32.

SOUSA, Juliano Ferreira. Imagens das Juventudes: uma mirada no comportamento midiático-digital dos jovens de Bauru (SP). Orientador: Maria Cristina Gobbi. 2015. 151p. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Comunicação, FAAC/UNESP, Bauru, 2015.

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.

GESTÃO DE PESSOAS EM EVENTOS: UM BREVE OLHAR SOBRE O SOMA ROCK

Dorival Campos Rossi
Jaqueline Costa Castilho Moreira

Palavras-chave: gestão de pessoas; produção de eventos; gravação ao vivo

Resumo
Ocorrido em 2018, o Soma Rock reuniu cerca de cem pessoas na realização de um evento musical inspirado no Rockin' 1000: em formato de banda de rock, dezenas de músicos executaram simultaneamente a mesma canção para a gravação e divulgação de um clipe musical. Para que isso ocorresse, a comissão organizadora dependia do engajamento e comprometimento dos participantes inscritos.
Conforme declarações dos próprios participantes, os fatores motivacionais e o processo de identificação com o evento foram determinantes para o seu engajamento, uma vez que todos estavam cientes da complexidade, esforço, tempo e paciência que ele exigiria de cada um, além de fatores adversos que, em tese, poderiam desestimular sua participação: instrumentos musicais expostos ao clima e logística desfavorável.
Quesitos julgados como motivacionais pelos participantes foram a curiosidade e o desafio que o evento propunha, bem como a ideia de coletividade impressa no modelo adotado. Pelos participantes da equipe técnica, mais especificamente, foram citados os aspectos profissionais e de aplicação de conhecimentos práticos em um projeto concreto.
Para isso, a gestão de pessoas e a conceituação do evento tiveram papeis fundamentais para a motivação e identificação com o público, o que, em uma avaliação final, mostraram-se imprescindíveis para que a realização do evento fosse bem sucedida.
Objetivos
O presente trabalho busca trazer uma compreensão sobre o impacto da gestão de pessoas no resultado final e na avaliação do público em um evento, elencando fatores ligados à motivação e engajamento relacionados à participação voluntária dos integrantes de um evento musical, tomando como base o evento Soma Rock.
Metodologia
Configura-se como estudo de caso, sendo o objeto de estudo o evento Soma Rock, realizado em 2018 por alunos da Fatec de Tatuí. As informações recolhidas, aliadas ao referencial teórico, foram selecionadas e organizadas a fim de esclarecer alguns aspectos específicos relacionados à gestão de pessoas que impactaram na realização do evento.
Resultados e discussões
O presente trabalho evidenciou a importância da transparência e clareza na relação comunicacional entre organização e público em eventos como esse, e também a relação que o conceito pode ter com o processo de engajamento dos participantes, uma vez que estes mostram se identificar não só com as justificativas sociais e "emocionais", mas também com o modelo adotado para o Soma Rock.
Além disso, a avaliação final por parte de todos os envolvidos mostra que o estudo da gestão de pessoas e da aplicação prática de técnicas de engajamento e motivação têm impacto significativo no sucesso e satisfação dos participantes com o evento, uma vez que reforça a relação entre organização e público.
Considerações finais
É perceptível que além de aspectos técnicos que foram avaliados, os participantes do evento também apresentaram grande satisfação pessoal com a realização do mesmo. Ao obter depoimentos dos envolvidos, notou-se que na maioria das vezes, as adversidades e intempéries foram pouco ou nada determinantes na relação de motivação pessoal na participação do evento. Nesse caso, a ideia de coletividade e curiosidade sobre o formato inusitado do evento se sobrepuseram à inércia do público.

Enxerga-se através dessas conclusões um novo caminho de pesquisa relacionado a esse assunto: a aplicação da gamificação nos diferentes momentos de produção de um evento e como essas técnicas podem impactar no processo de gestão de pessoas.

Referências:

BULIM, Felipe Aparecido et al. SOMA ROCK: A REALIZAÇÃO DE UM EVENTO MUSICAL INSPIRADO NO ROCKIN' 1000. 2018. 104 f. TCC (Graduação) - Curso de Tecnologia em Produção Fonográfica, Faculdade de Tecnologia de Tatuí, Tatuí, 2018.

DA ROCHA-PINTO, Sandra Regina. Dimensões funcionais da gestão de pessoas. Editora FGV, 2015. Acesso em: 17 mai. 2018.

MARTIN, Vanessa. Manual Prático de Eventos: Gestão Estratégica, Patrocínio e Sustentabilidade. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015.

HABITAÇÃO SOCIAL E DESENVOLVIMENTO URBANO EM CIDADES MÉDIAS PAULISTAS

Bárbara Caetano Damasceno
Jefferson Oliveira Goulart

Palavras-chave: Política Habitacional; Cidades Médias; Política Urbana; Desenvolvimento Urbano

O presente trabalho, desenvolvido como pesquisa de mestrado junto ao PPGARQ/UNESP, tem como objetivo analisar as características, o alcance e os impactos das políticas públicas de habitação social em quatro cidades médias do interior paulista (Bauru, Jaú, Limeira e Piracicaba) no período 2000-2020, avaliando a relação entre provisão e déficit habitacional quantitativo e qualitativo.

Concentrado originalmente nas regiões metropolitanas e grandes centros urbanos, os processos de urbanização e industrialização da segunda metade do século XX promoveram profundas mudanças urbanísticas e morfológicas (DEÁK; SHIFFER, 2010). Contudo, a partir das décadas de 1960-70, tem início um conjunto de políticas urbanas e econômicas voltadas à interiorização econômica (ASCHER, 2001). Inseridas neste contexto, as cidades médias do interior paulista foram as principais beneficiadas do processo de desconcentração industrial, o que contribuiu para a consolidação dessas realidades não-metropolitanas (GOULART; TERCI; OTERO, 2017). Porém, se a expansão industrial sentido interior foi um importante impulsionador do desenvolvimento econômico, também ocorreu o agravamento de diversos problemas urbanos antes restritos as metrópoles (NEGRI, 1994), sendo o mais emergente o "problema da moradia como questão social" (MARICATO, 1997, p.31). Nesses termos, cumpre relacionar o processo histórico de desenvolvimento urbano do país e das cidades selecionadas com as correspondentes políticas públicas de habitação social. Pretende-se comparar as políticas implantadas e os resultados produzidos, a fim de compreender seus impactos contemporâneos na estrutura urbana dos municípios analisados.

Trata-se de uma pesquisa qualitativa, análise de políticas públicas de habitação social, à qual serão agregados métodos quantitativos para análise dos dados numéricos evolutivos de provisão habitacional. Pretende-se levantar dados empíricos (urbanísticos, físicos, demográficos e socioeconômicos) em fontes secundárias (IBGE, Fundação João Pinheiro, Seade, Prefeituras e demais órgãos públicos como CDHU, COHABs etc.). Tais informações serão confrontadas com os dados obtidos no levantamento de campo, com foco nos empreendimentos imobiliários, avaliando-se o perfil dos empreendimentos e sua inserção na dinâmica urbana preexistente.

A trajetória das políticas públicas de habitação indica que, apesar de pontos de inflexão com alternância entre políticas progressistas e conservadoras, na tentativa de responder a demanda por moradia, predominou um modelo excludente de construção e comercialização de novas moradias, substituindo o caráter social da provisão habitacional pela lógica capitalista de mercado, caracterizado pelo protagonismo do setor privado (RUFINO; AMORE; SHIMBO, 2015), reduzindo-se o problema ao déficit numérico. As cidades estudadas, especialmente a partir de 2009 com o Programa Minha Casa Minha Vida (PMCMV), contrataram novas unidades habitacionais em números nunca vistos, chegando, em alguns casos, a superar quantitativamente a demanda por moradia estimada, caracterizando um quadro de superprodução (DAMASCENO, OTERO, 2019), sem ter sido capaz de enfrentar estruturalmente o problema habitacional. Torna-se evidente, portanto, que isto não resulta de incapacidade construtiva dessas políticas públicas, mas sim da redução da moradia à sua dimensão de mercadoria, subordinando essas políticas aos interesses da reprodução capitalista do espaço. Tal modelo resulta em um déficit persistente que não pode ser enfrentado apenas pela construção de novas moradias.

ASCHER, F. Metropolização e transformação dos centros das cidades. In: ALMEIDA, M.A.R. Os centros das metrópoles: reflexões e propostas para a cidade democrática do século XXI. São Paulo: Terceiro Nome/Viva o Centro/Imprensa Oficial do Estado, 2001.

DAMASCENO, B.C.; OTERO, E.V. Superprodução da escassez: contradições entre a oferta e a demanda por moradia na Aglomeração Urbana de Piracicaba. In: Anais do XVIII Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional (ENANPUR). Natal, 2019.

DEÁK, C. SHIFFER, S. T. R. (orgs.). O processo de urbanização no Brasil. 2 ed. Atualizada. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2010.

GOULART, J.O., TERCI, E.T., OTERO, E.V. Desenvolvimento e planejamento urbano em cidades médias. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2017.

MARICATO, Ermínia. Habitação e cidade. São Paulo: Atual, 1997.

NEGRI, B. Concentração e desconcentração industrial em São Paulo (1880-1990). Tese (Doutorado em Economia). Campinas: IE UNICAMP, 1994.

RUFINO, M.B.C; AMORE, C.S.; SHIMBO, L.Z. (orgs.). Minha casa... e a cidade? Avaliação do Programa Minha Casa Minha Vida em seis estados brasileiros. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2015.

HABITAÇÃO SOCIAL E MUTIRÃO AUTOGESTIONÁRIO: O CASO DA ASSOCIAÇÃO PRÓ MORADIA DE OSASCO (COPROMO)

Julia Mello Sousa Vidal Franco
Jefferson Oliveira Goulart

Palavras-chave: mutirão; Osasco; Copromo; Habitação social

1) Breve Descrição da Pesquisa: Esta pesquisa se inscreve no campo do Planejamento Urbano e Regional e mais detidamente na área das políticas urbanas que se detêm sobre o tema da moradia e as experiências de mutirão autogestionário como alternativa de habitação social, tomando como referência o experimento da Associação Pró Moradia (COPROMO), no município de Osasco (SP). Sendo essa experiência um marco na luta dos movimentos populares pela moradia na década de 1990 na região de Osasco, somaram-se aos seus impactos, reflexões e debates mais conceituais sobre a prática do mutirão e a lógica da produção habitacional relacionadas à dimensão da exploração sistêmica capitalista. Sendo assim, a presente pesquisa debruça-se sobre as diferentes correntes de pensamento que se atentaram a tratar da dimensão socioeconômica do mutirão autogerido, assim como busca recuperar o debate acerca das contradições que envolvem essa prática, tendo como base a experiência da COPROMO, analisando não somente sua efetividade na provisão habitacional, mas também suas bases e referenciais teóricos (MIAGUSKO, 2011, p. 170).
2) Objetivos: Como objetivo, portanto, a presente pesquisa busca analisar o modelo institucional, a dinâmica de funcionamento e a estruturação do projeto de mutirão autogestionário da COPROMO no município de Osasco como alternativa de provisão habitacional cooperada, ao mesmo tempo em que se busca a revisão crítica do debate acerca do mutirão e como ele se insere como prática atual, tanto no campo prático quanto teórico.
3) Material e Métodos: A presente pesquisa, de natureza qualitativa, é basicamente de caráter documental e reflexivo, pois compreende revisitar um tema e um fenômeno já tratado pela literatura: o mutirão autogestionário, a partir de uma experiência emblemática. Em sua primeira etapa, foram valiosos e indispensáveis os estudos e fontes documentais dos campos do urbanismo, da sociologia urbana, do planejamento urbano e regional e de outras áreas do conhecimento que vêm abordando essa temática de diferentes ângulos, incluindo o fenômeno da emergência da sociedade civil e dos movimentos sociais no cenário político que coincide com a democratização do país nas décadas de 1970-1980. No desenvolvimento da segunda etapa da pesquisa, tornou-se necessário a realização de um estudo investigativo, que abrangeu o levantamento de dados oriundos Companhia de Desenvolvimento Habitacional e Urbano do Estado de São Paulo (CDHU) referentes ao programa estadual de mutirões no qual o caso COPROMO fazia parte. Para a compreensão da dinâmica de funcionamento e a estruturação do projeto de mutirão autogestionário da COPROMO, foram realizadas entrevistas com a equipe técnica de assessoria envolvida na construção e com mutirantes residentes no conjunto.
4) Resultados e Discussões: É possível trabalhar com a hipótese explicativa de que o êxito da experiência COPROMO pode ser atribuído a fatores complementares: ao engajamento da Assessoria técnica envolvida no projeto; ao alto grau de organização da Associação Pró Moradia, responsável por administrar um complexo sistema organizacional interno; ao envolvimento de figuras políticas engajadas com a causa da moradia; e ao suporte de órgãos estaduais (CDHU).
5) Considerações finais: O caso COPROMO se configura como um marco arquitetônica dentro da trajetória dos mutirões autogestionários na Região Metropolitana de São Paulo; no que se refere ao número de unidades habitacionais produzidas e frente a capacidade de mobilização do movimento em questão. Contudo, em termos comparativos, a prática de mutirão autogestionária da Copromo se configura como uma experiência isolada quando confrontada com o cenário de produção habitacional do mesmo período. Dessa forma, no contexto paulista, o mutirão tem dificuldades de se expandir como modelo (ARANTES, p. 222-223) diante das limitações dos programas estaduais similares (patrocinados pela CDHU), e diante da

necessidade de um alto nível de organização dos movimentos sociais envolvidos (TATAGIBA, 2015), os quais, muitas vezes, ficam exauridos no momento em que a obra é finalizada. Dessa forma, os mutirões ainda se mostram como "espaços residuais dentro da cidade capitalista" (ARANTES, p. 222).

6) Referências

ARANTES, P.F. Arquitetura nova: Sérgio Ferro, Flávio Império e Rodrigo Lefèvre, de Artigas aos mutirões. São Paulo: Editora 34, 2002.

MIAGUSKO, E. Mutirão autogestionário e o contexto da experiência democrática revisitado. Caderno CRH, v. 24, n. 61, 2011.

TATAGIBA, L., TEIXEIRA, A.C.C. Efeitos combinados dos movimentos de moradia sobre os programas habitacionais autogestionários. Revista de Sociologia e Política, v. 24, n. 58, 2015.

INFORMAÇÃO PARA A PREVENÇÃO AO SUICÍDIO NA CIDADE DE MARÍLIA: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO.

Mary Elizabeth Sampaio de Oliveira Farias
Tamara de Souza Brandão Guaraldo

Palavras-chave: informação em saúde; suicídio; prevenção; práticas de informação.

Segundo Maia (2016) dados da Fundação Estadual Sistema de Análise de Dados (SEADE) sobre índice de suicídios do ano de 2014, mostram que a situação mais grave do Estado de São Paulo ocorre na cidade de Marília, com taxas de mortalidade por suicídio de 8,6 óbitos por 100 mil habitantes. Essa situação na cidade de Marília nos faz pensar na seguinte problemática: Quais são os impasses que impedem que a informação de prevenção ao suicídio alcance maior número de pessoas? E propõe como objetivo geral investigar como as informações sobre prevenção ao suicídio estão sendo disseminadas na localidade a partir de práticas de informação em saúde.

Metodologia- Trata-se de um estudo exploratório e descritivo, que permite uma análise qualitativa, e pretende-se com essa pesquisa compreender e levantar as práticas de informação sobre o tema na localidade, sendo utilizada a pesquisa exploratória. Segundo Gil (2008), as pesquisas exploratórias têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer, e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores. De todos os tipos de pesquisa, estas são as que apresentam menor rigidez no planejamento. Habitualmente envolvem levantamento bibliográfico e documental, entrevistas não padronizadas e estudos de caso.

Resultados e Discussões- Um dos tópicos prioritários da Organização Mundial de Saúde é a prevenção do comportamento suicida, sendo que 90% poderiam ser evitados se houvesse trabalho preventivo. Portanto, acredita-se que ações preventivas e educativas sejam necessárias para sensibilizar a população a respeito da importância do cuidado com a saúde mental.

Pretende-se alcançar com esse estudo, de caráter exploratório, uma melhor compreensão sobre o tema, visando conhecer a disseminação de informação em saúde na localidade e mais especificamente o trabalho da organização Grupo de Prevenção ao Suicídio na cidade de Marília a fim de investigar as práticas de informação dos agentes e como esses atuam para promover a saúde mental e as barreiras que enfrentam na disseminação de informação preventiva em saúde mental.

O suicídio é um grave problema de saúde pública e requer a atenção devida de toda população, pois ainda persistem fatores que impedem uma prevenção mais eficaz, tais como: vergonha, medo, preconceito, tabus e mitos. É um ato deliberado, intencional, de causar a morte a si mesmo, ou, em outras palavras, um ato iniciado e executado deliberadamente por uma pessoa que tem a clara noção (ou forte expectativa) de que dele pode resultar a morte, e cujo desfecho fatal é esperado (BERTOLOTE, 2012).

Quanto às práticas de informação, Nogueira e Neves (2009) em estudo sobre o programa saúde da família, destacam que se faz necessário pensar em práticas de gestão da informação que ofereçam apoio e assistência à saúde. Em nossa pesquisa, aspectos como necessidades informacionais, fontes, processo de busca, análise, disseminação de informações e situações que afetam o comportamento informacional, são o foco de análise para compreender como os agentes e a organização Grupo de Prevenção ao Suicídio na cidade de Marília-SP lidam com a informação para promoção da saúde mental na localidade.

Cavalcante (2017) destaca que no Brasil persiste um modelo de centralização da informação em saúde nas instâncias superiores, e o contexto de uso dessa informação em âmbito local ainda é fragilizado. Deste modo, analisar informações para a prevenção em saúde na esfera local é primordial.

Considerações Finais: O trabalho, ainda em andamento, compreende que a situação atual na cidade de Marília/SP referente aos índices de suicídio, exige profissionais capacitados que compreendam e dominem o assunto para que disseminem informações relevantes e corretas para a população no que se refere à promoção da saúde mental. Assim, investigar as práticas de informação sobre o tema na

localidade pode contribuir para uma melhor compreensão de estratégias informacionais e comunicacionais que atuem de modo preventivo com disseminação de informações confiáveis que possam chegar a quem delas necessita.

Referências

BERTOLOTE, J. M. Suicídio e sua prevenção. São Paulo: UNESP, 2012.

CAVALCANTE, Ricardo Bezerra et al. Comportamento informacional de gestores da rede Hiperdia Minas. Perspectivas em Ciência da Informação, [S.l.], v. 22, n. 3, p. 33-55, set. 2017.

GIL, A.C. Métodos e técnicas de pesquisa social. São Paulo: Atlas, 2008.

MAIA, P B. Mortalidade por Suicídio no Estado de São Paulo – São Paulo, 2016. Disponível em: < http://www.seade.gov.br/produtos/midia/2016/09/SeadeSPDemoSuic%C3%ADdios.pdf>. Acesso em: 21 jun de 2019.

NOGUEIRA, G. D.; NEVES, J. T. R. Estratégia para a gestão da informação no programa saúde da família do governo brasileiro. Rev eletr estrat neg., v. 2, n. 1, p. 1-24, 2009.

INFOTENIMENTO E POLÍTICA: O USO DA INFORMAÇÃO JORNALÍSTICA EM BUSCA DO HUMOR

Renata de Paula dos Santos

Palavras-chave: Infotenimento; Informação Jornalística; Greg News; Buemba Buemba; Isso a Globo não mostra.

Este breve texto é uma adaptação do projeto de pesquisa que foi apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Unesp Bauru, no nível de doutorado. A pesquisa também traz vários pontos semelhantes com a tese que deve ser apresentada ao final do período letivo. Desde as décadas de 1980 e 1990, quando os grandes conglomerados internacionais começaram a ter destaque no cenário midiático, o infotenimento tornou-se uma prática frequente. Embora não seja mais uma novidade no universo jornalístico ou mesmo no mundo acadêmico, a pesquisadora Itânia Maria Mota Gomes (2008, p.106), uma das referências no assunto, aponta que ainda há uma carência conceitual para entender este fenômeno, o qual é descrito por ela como "embaralhamento das fronteiras" entre o jornalismo e o entretenimento.

Via de regra, o infotenimento é apresentado como uma inferiorização do conteúdo, já que há a noção de que o entretenimento está ligado exclusivamente ao divertimento – representando, assim, algo menor. Este estudo, que foi iniciado formalmente em 2019 com o ingresso no programa, tem o objetivo de entender como os meios de comunicação estão se valendo desta linguagem, essencialmente híbrida, para produzir conteúdo. Para Fábia Angélica Dejavite (2003, p. 69), o próprio público está em busca de formatos mais leves, onde possa encontrar, simultaneamente, a informação que deseja e ainda assim se divertir.

Objetivos

Entender como o infotenimento utiliza a informação jornalística para produzir humor, tomando como ponto de partida a editoria de política. Os objetivos específicos passam pela definição de gêneros jornalísticos, de humor, além de uma compreensão mais ampla do cenário político brasileiro atual.

Material e métodos

Partindo da concepção de humor enquanto transgressão, cunhada por Umberto Eco, o recurso tem sido compreendido no estudo como uma fonte de crítica política. Acredita-se que a análise de conteúdo seja o método mais indicado para esta pesquisa. Como objetos de pesquisa, até o momento destacam-se três atrações midiáticas: Greg News (programa de televisão transmitido pela HBO Brasil com reprodução parcial do conteúdo na internet; veiculação semanal e transmissão por temporadas); Buemba! Buemba! (coluna radiofônica comandada por José Simão, Carla Bigatto e Eduardo Barão na Band News FM, em que são analisados os principais fatos do dia; vai ao ar de segunda a sábado com retransmissão em vários horários e na televisão pelo canal de assinatura Band News); e Isso a Globo Não Mostra (quadro semanal do Fantástico em que são avaliados fatos jornalísticos e destaques da própria emissora).

Resultados e discussões

Como já mencionado anteriormente, a presente pesquisa está em fase desenvolvimento. Dos três programas relatados, o Greg News é aquele que mais se utiliza da informação jornalística para a produção do humor e do riso. Os demais, destacam os principais fatos do dia permeados por temáticas diversas. No formato da HBO, a informação é o ponto de partida. A atração da Globo e Greg News se valem de um hibridismo linguístico mais facilmente percebido do que na coluna radiofônica. As três emissoras apresentam as atrações enquanto quadros de humor, mas a HBO e a Band News indicam essa relação com o jornalismo. Ainda é preciso confirmar tais impressões iniciais a partir de uma análise mais efetiva, mas as constatações preliminares sugerem que o e Isso a Globo Não Mostra apresenta a menor diversidade temática, o que pode ser resultado da estreia em 2019, do fato de ser de curta duração e de ser transmitido apenas aos domingos.

Considerações finais

Os resultados preliminares apontam que o infotenimento pode se consolidar enquanto um recurso para que o público tenha acesso à informação jornalística. Os três formatos apresentam características opinativas. Se o telespectador ou o ouvinte não dominar o assunto referenciado, não entenderá a piada.

Referências bibliográficas

BERGSON, Henri. O riso: ensaio sobre o significado do cómico. 2.ed. Lisboa: Guimarães Editores, 1993.

DEJAVITE, Fábia Angélica. Mais do que economia e negócios: o jornalismo de infotenimento no jornal Gazeta Mercantil. Comunicação & Inovação: São Caetano do Sul, v.3, n.6, p.64-72, janeiro/junho 2003.

ECO, Umberto. Los marcos de la libertad cómica. In: ECO, Umberto; IVANOV, V.V; RECTOR, Monica.¡Carnaval! México: Fondo de Cultura Económica, 1989.

GOMES, Itania. O embaralhamento de fronteiras entre informação e entretenimento e a consideração do jornalismo como processo cultural e histórico. In: DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília Dias de (Orgs). Em torno das mídias: práticas e ambiências. Porto Alegre, Sulina, 2008.

INOVAÇÃO NA PUBLICIDADE DA JOHNSON & JOHNSON: UM CAMINHO PARA O SUCESSO EMPRESARIAL

Lucas Jorge Garcia

Palavras-chave: Inovação na Publicidade; Johnson & Johnson; Estratégia Empresarial; Processo de monitoramento.

Breve descrição da pesquisa:
Em um mundo contemporâneo, onde o consumo é um elemento forte, em geral, na vida das pessoas e de empresas, pois gera movimento das esferas sociais e possibilita trabalhar estratégias mercadológicas de cunho tecnológico na propagação de conteúdos cada vez mais inovadores. A pesquisa investiga a invenção inserida no ramo da publicidade na empresa Johnson & Johnson que apresenta um caráter inovador e que com isso permite vantagem competitiva, credibilidade e visibilidade econômica.
Objetivos:
Objetivo Geral: Investigar a inovação na área publicitária da Johnson & Johnson.
Objetivos Específicos: Apontar as propostas da empresa já implementada no mercado e Discutir as relações de consumo entre empresas x consumidores por meio da publicidade.
Material e métodos:
A pesquisa versa de um estudo exploratório documental com estudo de caso da organização Johnson & Johnson.
Resultados e discussões:
A Publicidade vem apresentando novas estratégias para divulgação de marcas, produtos e serviços nos mais variados meios de comunicação, sejam eles tradicionais ou as novas mídias, com a ascensão do digital. Entretanto, algumas empresas procuram investir em inovações para ampliar seu relacionamento com o público, além de facilitar o acesso à informação por meio dos recursos digitais (SAMPAIO, 2002; MERCALDI, et al, 2015).
No meio publicitário, as inovações tendem a ter caráter voltado para o marketing, por tratar de questões ligadas à venda, divulgação e popularização de produtos. De acordo com o Manual de Oslo (2005), inovação de marketing está relacionada com mudanças na concepção, posicionamento e promoção de produtos ou serviços.
As startups são empresas cujo modelo de negócio visa gerar valor financeiro com ideias inovadoras feitas por grupos de pessoas envolvidas no desenvolvimento de projetos. A Johnson & Johnson - J&J, por exemplo, em 2018 fez parceria com uma startup e elaboraram um "war room" (sala de guerra), que é um ambiente no qual os profissionais traçam planejamento de estratégias, e no caso da J&J a ideia era monitorar campanhas publicitárias (ABA, 2019).
Neste ambiente os profissionais envolvidos acompanham em tempo real as ações de marketing feitas pela J&J, mas o diferencial e que garantiu vantagem competitiva está na estrutura avaliativa utilizada com uma comunicação integrada ao off-line (pontos de venda), com verificação constante sobre as ações propagadas, podendo ser alteradas conforme o retorno do público de cada região e do ponto de venda, com relatórios semanais emitidos pela equipe de vendas.
"A análise dos dados vindos dos consumidores permite mudanças das vinhetas, testes de peças criativas, monitoramento de preço e sell out e até medir o resultado que uma celebridade tem no Instagram" (ABA, c2019). Isso implica dizer que a participação do público é essencial para que as ações sejam executadas conforme as escolhas desses consumidores, por isso da necessidade de inovar em um processo de monitoramento.
Devido ao sucesso obtido com o "war room" abriu-se portas para implementação para os demais países da América Latina que têm filiais da organização.
Considerações finais:

Diante das possibilidades de aplicar algo inovador na publicidade, o projeto de "war room" da J&J mostra que a inovação encontrada permitiu reconhecimento dos recursos, melhor resultado e feedback dos usuários e gerou vantagem competitiva para a organização. A J&J viabilizou difundir estratégias dentro de um ambiente de startup com grupos de profissionais focados no monitoramento das campanhas publicitárias e com isso projetou novos rumos para uma empresa caminhar o seu sucesso.

Referências bibliográficas:

ABA. J&J desenvolve "war room" para monitoramento de campanhas. 2019. Disponível em: http://www.aba.com.br/canais/campanhas-mercado/artigos/jj-desenvolve-war-room-para-monitoramento-de-campanhas/. Acesso em: 20 jul. 2019.

MANUAL DE OSLO. Diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação. 3. ed. Tradução: Flávia Gouveia. OECD: ARTI/FINEP, 2005.

MERCALDI, M.; et al. Uma visão conceitual da inovação no design brasileiro. In: Fourth International Conference on Integration of Design, Engineering and Manegement for Inovation. 2015. Florianópolis: IDEMI, 2015.

SAMPAIO, R. Marcas de A a Z. Rio de Janeiro: Campos, 2002.

INSTRUMENTO PARA ANÁLISE DE CAMINHABILIDADE NO ENTORNO ESCOLAR: APLICAÇÃO NO ENTORNO DA EMEI LIONS CLUB (BAURU-SP).

Marina Domingos Françoso

Palavras-chave: Caminhabilidade, Pedestres, Entorno Escolar.

Introdução

A partir da promulgação da Lei Federal 12.796/2013, tornou-se obrigatória no Brasil a matrícula de todos os alunos, independentemente de sua condição física ou intelectual, na rede regular de ensino. O conceito de inclusão escolar adotado no Brasil envolve a proposta pedagógica e a possibilidade de utilização do edifício escolar de forma autônoma. No entanto, esse conceito deve se estender ao entorno escolar, para dar garantia de inclusão no trajeto casa/escola (MAGAGNIN; DIAS; PRADO, 2015).

Ao analisar a legislação educacional e as normas de acessibilidade vigentes no país, observa-se que estas normatizações incentivam a promoção da inclusão de alunos com qualquer tipo de deficiência nas escolas regulares; no entanto, os exemplos existentes mostram que as unidades de ensino infantil e seu entorno não estão preparados para esta inclusão. Considera-se, aqui, infraestrutura do pedestre no entorno escolar como sendo o conjunto composto por calçadas e travessias.

Objetivo

Apresentar o resultado de uma pesquisa que avaliou a qualidade da caminhabilidade no entorno escolar por meio de indicadores de desempenho. O estudo foi realizado no entorno da "EMEI Lions Club" (localizada em Bauru - SP), por ter matriculados alunos com deficiência física.

Material e métodos

Com base nas pesquisas desenvolvidas por Nanya e Sanches (2016) e Prado e Magagnin (2017), definiu-se o instrumento de avaliação da caminhabilidade no entorno escolar. Ele é composto por 4 etapas:

(i) Definição da área de abrangência do entorno escolar – definiu-se um raio de 500m a partir do ponto geométrico do terreno da escola;

(ii) Definição dos indicadores e respectiva forma de avaliação - a partir dos estudos desenvolvidos por Nanya e Sanches (2016) e Prado e Magagnin (2017) elencou-se xxxx indicadores que são agrupados nos seguintes temas: Acessibilidade, seguridade e segurança. A nota de cada indicador é diferenciada de acordo com a situação encontrada in loco, de valores de "0" a "1", sendo 0 a pior avaliação e a 1 a melhor;

(iii) Definição e cálculo do índice de caminhabilidade (IC) - este cálculo é composto por 06 etapas: cálculo dos indicadores (dados de campo), cálculo do índice de caminhabilidade por face de quadra (dados de campo), cálculo do índice de caminhabilidade da área (dados de campo), cálculo dos indicadores (valor máximo - ideal), cálculo do índice de caminhabilidade por face de quadra dados de (valor máximo - ideal), cálculo do índice de caminhabilidade da área (valor máximo - ideal);

(iv) Aplicação e análise da Auditoria Técnica.

Resultados e discussões

Os resultados mostram que a estrutura destinada ao pedestre no entorno da escola é majoritariamente ruim ou regular. A maioria das faces de quadra apresenta largura de calçada inadequada, assim como o tipo de piso (geralmente escorregadio e trepidante), e/ou seu estado de conservação, que conta com manutenção precária, interferindo na caminhabilidade.

Na maioria das faces de quadras há desníveis em desacordo com a norma técnica de acessibilidade NBR 9050. A maioria das travessias não apresenta rebaixamento de guia e/ou faixas de pedestres junto às travessias e o entorno imediato da escola não é bem sinalizado (sinalização de proximidade de escola e de velocidade de veículos).

Assim, apontou-se que o entorno escolar não garante plena inclusão escolar aos alunos já que sua estrutura não oferece boas condições de caminhabilidade, limitando ou impossibilitando a chegada de todos os alunos até a escola pelo modo a pé.

Constatou-se que o instrumento utilizado permite identificar os principais problemas de caminhabilidade do entorno escolar, considerando os aspectos de acessibilidade e conforto (calçada) e segurança (travessias).

Considerações finais

A aplicação do instrumento permite identificar o grau de facilidade/dificuldade de deslocamento a pé, no entorno escolar, em função dos indicadores analisados, permite identificar os principais problemas de caminhabilidade do entorno escolar. Pode auxiliar também gestores públicos municipais na proposição de ações mais efetivas para melhorar a infraestrutura nesse local, contribuindo para a inclusão escolar de alunos com deficiência motora.

Referências bibliográfica

MAGAGNIN, R. C.; DIAS, E. Q.; PRADO, B. B. Acessibilidade espacial e desafios da inclusão escolar. In: L. C. P.; R. F. B. S. (Org.). Interação: panorama das pesquisas em Design, Arquitetura e Urbanismo. 01ed. Bauru: Canal 6 editora, 2015, v. 01, p. 213-226.

NANYA, L. M.; Sanches, S. da P. Instrumento para auditoria e avaliação da caminhabilidade em áreas escolares. Revista dos Transportes Públicos. 2016. 38, 81-94.

PRADO, B. B.; Magagnin, R. C. Microacessibilidade de pedestres no entorno de áreas escolares. In: 16° Ergodesign. Editora Blucher. 2017. 3. 1751-1763

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Letícia Depiro
Beatriz Ferreira Hirt

Palavras-chave: Inteligência Artificial; Programa de TV; Filosofia; Democratização do Conhecimento

(1) O estudo da Inteligência Artificial é dado como recente, tendo seu início nos anos 60 e grandes avanços apenas nas últimas décadas. Seu conteúdo possui especificidades de difícil compreensão para pessoas inseridas ou não na área computacional. O Programa PET Discute surge como uma forma de explorar temáticas não aprofundadas dentro da Graduação, visualizando maior democratização e acessibilidade de conteúdo. A escolha do formato de entrevistas para explorar o assunto foi feita para englobar as diferentes perspectivas de especialistas da área, buscando sua desmistificação. Foram quatro episódios de 30 minutos, tendo cada episódio um entrevistado convidado e o apresentador e ex-aluno de Comunicação Social, Vinícius Laureto. A veiculação do Programa foi feita na TV Unesp, canal aberto público, na plataforma de vídeos Youtube e como uma palestra aberta na Universidade, obtendo números de audiência e participação satisfatórios, de modo a abranger diferentes tipos de público para uma maior quebra de estereótipo e estigma acerca do assunto em questão.
(2)O programa PET Discute surge como uma oportunidade de explorar, esclarecer e elucidar o universo da Inteligência Artificial de maneira simples, sobretudo para trazer o debate acerca do tema numa linguagem transparente e inteligível para o espectador.
(3)A concepção do programa televisivo se desdobrou em quatro episódios de 30 minutos, tendo 3 blocos de 6 minutos, e com o formato de entrevistas. A cada episódio foi convidado um especialista da área sob diferentes perspectivas: 1º) Desenvolvimento e aplicabilidade em diversos setores da Sociedade; 2º) Perspectivas da Inteligência Artificial na Comunicação; 3º) Linguagem Natural; 4º) Visão mais reflexiva acerca da Inteligência Artificial. Foram quatro os especialistas entrevistados: João Paulo Papa; Fábio Cardoso; Gabriel Giancristofaro; e Jonas Gonçalves Filho. Os programas contaram com a presença do apresentador e mediador Vinícius Laureto, ex-aluno do curso de Comunicação Social: Radialismo, e mestrando no campo da Inteligência Artificial. Durante a pré-produção, houve a elaboração dos roteiros e a consolidação da parceria com a TV Unesp e a Rádio Unesp para veiculação e produção dos programas. Também contamos com a cooperação e parceria do GEA - Grupo de Estudos Audiovisuais e de três membros da FAAC WebTV, que forneceram suporte técnico e apoio aos alunos para o manuseio e operação dos equipamentos da TV. Para a gravação dos episódios, foram selecionadas as funções de cada membro, durante as Reuniões Administrativas do PET - RTVI, para ir à TV Unesp. A divisão consta na ata oficial do projeto e foi feita com base numa Produção Audiovisual profissional, e adaptada conforme as especificidades do Programa. Estas são: Roteiro, Direção de Arte, Cinegrafismo, Produção, Direção de Imagem, Direção Geral e Pós-produção. Esta última, subdividida em: Montagem, Videografismo e Edição de áudio. Todas essas atividades foram orientadas e supervisionadas pela tutora do PET, Ana Sílvia Médola, e funcionários da TV Unesp. O lançamento dos produtos se deu em dezembro de 2018, sendo lançado um episódio por semana durante o mês. Ademais, ocorreu uma palestra aberta para a universidade e a conversão dos programas para a plataforma de vídeos Youtube.
(4)A repercussão do Programa foi positiva tanto para com a audiência quanto para as visualizações no Youtube. É importante ressaltar que as etapas da produção geraram conhecimento não só acerca do tema abordado, como também, o aperfeiçoamento no manuseio dos equipamentos, a cooperação e coletividade desenvolvida em grupo, o protagonismo dos estudantes para com um produto audiovisual veiculado numa TV pública, de rede aberta e renomada.
(5)Tendo como objetivo a democratização do conhecimento e a quebra do tabu construído sobre o tema escolhido, notou-se que a inserção de um produto audiovisual para repasse de conhecimento traz maior visibilidade, acessibilidade e facilidade para a compreensão de assuntos que são tratados apenas no meio

acadêmico, em um formato que não contempla a maioria das pessoas. A forma como o Programa abordou a temática trouxe reflexão e a possibilidade de maior aprendizado.

(6)KELNAR, David. The State of AI: 2019 Divergence. Disponível em: GUDWIN, Ricardo; QUEIROZ, João. Semiotics and Intelligent Systems Development. Estados Unidos da América. Idea Group Inc. 2007.

INTERTEXTUALIDADE E POLIFONIA: DIÁLOGO ENTRE O MITO DO MINOTAURO E UM EPISÓDIO DE "DOCTOR WHO"

Nathália Augusto Batista

Palavras-chave: Intertextualidade; Audiovisual; Doctor Who; Mitologia Grega;

(1) Breve descrição da pesquisa;
As relações intertextual e dialógica que se estabelecem entre o mito grego do Minotauro em seu Labirinto, e um episódio serial televisivo, podem se constituir desde a criação até a produção final. O audiovisual tem uma linguagem própria e, ainda mais, quando se trata de televisão, a tecnologia se perfaz como meio para transmitir informações e interpretações atualizadas ao público. Desta forma, não é raro que os produtores busquem explorar e coletar informações como referência e repertório, e, assim, ao propor uma nova história para escopo do seriado. Doctor Who é um seriado britânico de ficção científica que teve seu início em 1963. Ao observarmos alguns aspectos do cenário no episódio Complexo de Deus, é possível encontrar semelhanças com a mitologia do Minotauro; os corredores do hotel em relação ao labirinto da mitológia clássica, e também aproximar a imagem do "Doutor" com a de Teseu. Ainda, a escolha dos planos e os movimentos de câmera permitem ao espectador construir e visualizar diferentes sentidos, constituindo uma polifonia entre as narrativas, um discurso imagético de múltiplas vozes, abrindo a possibilidade variada de interpretações possíveis.
(2) Objetivos;
Analisar o episódio que trata do mito do Minotauro em Doctor Who os indícios, manifestações imagéticas e discursivas da polifonia, a intertextualidade e do dialogismo, indicando os elementos compositivos que envolvam os diálogos no episódio específico, promovendo uma descrição estética e formal da narrativa audiovisual deste episódio do seriado televisivo.
(3) Material e métodos;
Dados objetivos através de pesquisa bibliográfica e documental/audiovisual. Por meio do episódio televisual da Série de Doctor Who – O Complexo de Deus, estudo e fichamentos de livros e artigos que discutem e atualizam os conceitos de intertextualidade, polifonia e dialogia. Consultas bibliográficas que trata do mito o Minotauro. E fundamentação da pesquisa sobre as relações e aproximações do seriado com o mito. Analisar as especificidades do cenário e o modo como são organizadas as funções e destaques dos personagens, resgatando alguns elementos da mitologia.
(4) Resultados e discussões;
No episódio tema deste estudo, é possível perceber claras referências à mitologia grega clássica, e mais especificamente, ao mito do Minotauro. Entre os vários elementos presentes na história, ressaltamos o modo como o sentido da narrativa foi pensado para atingir o telespectador, processo pelo qual há uma sucessão de signos que privilegiam a movimentação do curso da história, a organização dos elementos inseridos no desdobramento desta mesma história, o que traz a necessidade de compreender a técnica e metodologia da construção do seriado televisivo, e mais especificamente, a série em questão, por sua importância no meio. Assim, constituem-se algumas perguntas pertinentes, correlacionadas ao tema: como é que roteiristas e produtores construíram um episódio com formulações atuais, fragmentando o mito? Seria possível na análise valorizar os aspectos da linguagem audiovisual em um contexto intersemióticas?
(5) Considerações finais;
As especificidades do cenário e o modo como são organizadas as funções e destaques dos personagens, resgatando alguns elementos que tratam da mitologia, por exemplo, a extensão dos corredores como se não tivessem fim, é um efeito utilizado pelas câmeras que traduz a ideia de que os corredores do hotel dialogam com o labirinto do mito. Em alguns momentos do seriado, o personagem principal procura pelo minotauro, assim como Teseu na mitologia. Deste modo, toda a construção e seleção de efeitos, que

buscam a aproximação tanto visual como verbal, direcionando as câmeras para o cenário de modo que completasse o desenvolvimento do enredo para que cada personagem citado e inserido nas cenas completassem intertextualmente a referência ao mito.

Além do ponto de vista do telespectador sobre o conteúdo que é apresentado pela televisão, o episódio retoma significações: os elementos descritos da composição audiovisual para a construção do sentido, podem ser percebidos de forma artística e textual, pois, a narrativa que se desenvolve no contexto sugerido pelos produtores, leva o telespectador a uma interação temática já elaborada pela viagem espacial que a própria série propõe, mas também, devido às formalidades constitutiva da linguagem visual, ao mito, recebendo então mais de uma voz, ou seja, polifonia.

(7) Referências bibliográficas;

ARNHEIM, Rudolf. Arte e percepção visual: uma psicologia da visão criadora. Tradução Ivone Terezinha de Faria. 10 ed. São Paulo: Pioneira, 1996.

BAKHTIN, M. Problemas da Poética de Dostoiévski. 3. ed. Traduzido por Paulo Bezerra. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.

OVÍDIO. As Metamorfoses. Trad.: David Jardim Júnior. Rio de Janeiro: Ediouro, 1983.

INTOLERÂNCIA ÁS EXPRESSÕES DE AFETO HOMOAFETIVAS.

Antony Soares Simões

Palavras-chave: afeto, projeção e sombra

INTRODUÇÃO

A expressão afetiva em publico de casais homoafetivos tem sido dificultada por se tornar alvo de discussões sobre sua adequação. Os comentários comumente mais ouvidos giram em torno de sua necessidade de expressão. Parecem indicar que se o autor do comentário não sente a necessidade, os casais homoafetivos também não podem sentir. Nos resta a pergunta: as manifestações discretas ou "escancaradas" de carinho seriam alvo de julgamentos se o foco fosse em sua essência fosse apenas o "afeto"?

O objetivo deste trabalho é apresentar a construção negativa sobre expressões públicas homoafetiva e questionar a projeção coletiva e intolerância que se manifesta de forma violenta na tentativa de repressão.

METODOLOGIA

Analise bibliográfico segundo conceito junguiano a projeção coletiva construída sobre homoafetividade.

DISCUSSÃO

Sociedade patriarcal e sexualidade.

Resgataremos a formação da cultura moderna, segundo conceitos de Foucault. Segundo o autor a sociedade burguesa que ascendia, buscava uma forma de dominar o homem, disciplinar seu corpo, tendo como objetivo o controle político e econômico. A sexualidade está entre os fatores que deverão ser controlados segundo códigos de conduta essencial e predominantemente patriarcal que instauram a base do pensamento e do comportamento social ocidental.

No espaço social, como no coração de cada moradia, um único lugar de sexualidade reconhecida, mas utilitário e fecundo: o quarto dos pais. Ao que sobre só resta encobrir-se; o decoro das atitudes esconde os corpos, a decência das palavras limpa os discursos. (FOUCAULT, 1988, p.10)

É forjada a razão, a ciência, gênero e sexualidade entre outros, tendo como centro o cristianismo, o patriarcado, a heterossexualidade; a sexualidade é educada para manter o poder masculino hetero e cristão.

O patriarcado da razão significa que todo o nosso modo de pensar/falar o que pensamos depende do patriarcado e não apenas da racionalidade, esta já está submetida a ele por essência e configuração. (TIBURI, 2006)

A sexualidade é então centrada na atividade sexual conjugal, tem o homem como procriador, modelo, normativo, verdadeiro e com direito de falar. As ações sexuais "ilegítimas", distantes da norma conjugal são acomodadas em outro lugar, como "rendez-vous" e casas de saúde.

Conceitos maniqueístas e racionalistas estabelecidos desde então sob o manto da razão, ciência e religião, associaram o principio feminino ao mal, a carne e aos instintos cegos e animalescos, prazeres mundanos, ao que é negativo ao moralismo vigente, ao sombrio renegado pela persona coletiva e social do politicamente correto e da pureza casta presentes no feminino. Racionalidade, definida por Tiburi (2006), como um falar e pensar que outorga-se o direito de imperar sobre o outro baseado na especialidade racional de uma natureza.É um sistema que entrelaça saberes para estruturar o poder masculino racional.

O casal homoafetivos, resume em sua imagem e manifestação de afeto as "ações ilegítimas", e é alvo da projeção coletiva por agir e comportar-se distante da norma estabelecida e questionar os mecanismos desenvolvidos para repressão da sexualidade e feminilidade.Provavelmente

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Portanto, a intolerância é estabelecida, quando a violência verbal,simbólica ou física surgem; as projeções começam a dominar as pessoas envolvidas. O que não é suportado no sujeito ou nos grupos é projetado

sobre o outro, de forma consciente ou inconsciente numa tentativa ilusória de extinguir ou anular o conteúdo indesejado, porem que fazem parte da personalidade.

Porem, as expressões de afeto hétero ou homoafetivos não justificam mais a gama de comportamentos humanos, o afeto homoafetivo anuncia uma requalificação de costumes sociais que o negaram e reprimiram expressões de carinho. Expressa um funcionamento psíquico dinâmico com interação entre masculino e feminino a constituição andrógina, como afirma Moreira,2015

(...) o andrógino de Platão, tenta explicar do ponto de vista psicológico porque precisamos uns dos outros alem das exigências da sexualidade ou reprodução, companheirismo ou convívio social. (SINGER, 1991, p.99)

JOÃO E O PÉ DE FEIJÃO: UM PROJETO INTERDISCIPLINAR EM ARTE E LÍNGUA PORTUGUESA

Gislene Victoria Silva
Cristiane Aparecida Silva Nascimento
Dorival Campos Rossi
Jaqueline Costa Castilho Moreira

Palavras-chave: Interdisciplinaridade, Tridimensionalidade, Cenografia, Reescrita

RESUMO:
Trata-se de um relato de experiência desenvolvido por meio de um projeto interdisciplinar com alunos do sexto ano do Ensino Fundamental da EE Dr. Carlos Chagas, Bauru, SP durante o segundo bimestre de 2019. Considerando a necessidade de acolhimento dos estudantes ao ingressar nos anos finais do Ensino Fundamental, a motivação, a aplicação do currículo e na Base Nacional Comum Curricular (BNCC), nasceu a proposta de estudar a tridimensionalidade, conteúdo central da disciplina Arte no 6º ano, explorando a cenografia, as materialidades, processos de criação, arte/ tecnologia e a interdisciplinaridade com a disciplina Língua Portuguesa, por meio do Conto de Fadas "João e o Pé de Feijão".
Objetivos: Envolver os alunos nas situações de aprendizagem que visam o desenvolvimento da linguagem verbal e não verbal, articulando produção visual e textual, enfocando a narrativa de um conto de fadas.
Materiais e Métodos:
A atualidade nos desafia a buscar novas práticas, metodologias visando o aprendizado significativo dos estudantes, o envolvimento dos pais no acompanhamento das atividades escolares, a melhoria da qualidade do ensino e o protagonismo juvenil. Por isso, esse trabalho foi realizado baseado no ensino por projetos, uma estratégia relevante, devido a possibilidade de organizar os conteúdos, habilidades em torno de uma situação comunicativa.
De acordo com BBCC (2018) é necessário desenvolver competências tais como: Experienciar a ludicidade, a percepção, a expressividade e a imaginação, ressignificando espaços da escola e de fora dela no âmbito da Arte; Desenvolver a autonomia, a crítica, a autoria e o trabalho coletivo e colaborativo nas artes; Mobilizar recursos tecnológicos como formas de registro, pesquisa e criação artística. Envolverem-se em práticas de leitura literária que possibilitem o desenvolvimento do senso estético para fruição, valorizando a literatura e outras manifestações artístico-culturais como formas de acesso às dimensões lúdicas, de imaginário e encantamento, reconhecendo o potencial transformador e humanizador da experiência com a literatura.
Para isso, foi apresentado um audiovisual do conto de fadas "João e o pé de feijão" e proposto aos alunos a construção do cenário, dentro de caixas de papelão, com os personagens e demais elementos cenográficos, utilizando materiais recicláveis em favor da sustentabilidade, aulas de arte, e a reescrita do conto de fadas nas aulas de Língua Portuguesa.
Resultados e Discussões:
O Projeto possibilitou maior envolvimento de todos para as atividades relacionadas à leitura, escrita e produção artística. À medida que eles produziam o cenário materializando os personagens, as cenas, isso contribuiu para o processo da escrita, organizando as partes do texto conforme o encadeamento do enredo.
O trabalho foi exposto para a comunidade escolar, familiares e educadores no auditório da EE Dr. Carlos Chagas com intuito de valorizar as produções dos alunos, compartilharem os resultados, o fomento de boas práticas educacionais e devolutivas aos pais. Mediante a qualidade dos trabalhos, o projeto foi inscrito no XX Prêmio Arte na Escola Cidadã, sendo classificado para a terceira fase; para isso foi preparado audiovisuais e postados no YouTube que registra os resultados do projeto.O resultado final do XX prêmio Arte na Escola Cidadã está sendo aguardado ansiosamente por toda comunidade escolar.

Considerações Finais

O projeto interdisciplinar possibilitou maior desenvolvimento de e habilidades de leitura e escrita, fruição estética à medida que estão relacionadas a uma prática social inserida em um contexto cultural.

O projeto obteve este resultado porque foi desenvolvido em parceria, em equipe. A riqueza de detalhes em cada cenário, o capricho e a ludicidade nos permitem afirmar que as metodologias ativas, a aprendizagem baseada em projetos e o movimento Maker contribuem sobremaneira para a motivação dos alunos.

A atualidade clama por mudanças estratégicas. Neste projeto pudemos constatar que a aprendizagem também acontece quando utilizamos metodologias não lineares, envoltos a sinergia do fazer artístico, literário, nas produções colaborativas e principalmente quando envolvemos os pais nas atividades escolares.

Referências Bibliográficas:

BRASIL. Ministério da Educação e Cultura. Base Nacional Comum Curricular (BNCC). Brasília/MEC, 2018.

FABRIS, Ana Teresa et al. Tridimensionalidade: Arte Brasileira do Século XX. SP: Itaú cultural e Cosac &Naif, 1999.

_____. Secretaria da Educação. Proposta Curricular do Estado de São Paulo para o Ensino de Arte. São Paulo, SEE/SP, 2010.

YOUTUBE. Audiovisual: Contos de Fadas João e o pé de feijão. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=0mXAhwa-tSw. Acesso em: abril, 2019.

JORNAL FATOS DA RUA: POSSIBILIDADES E ENTRAVES DE UM JORNAL ALTERNATIVO FEITO COM PESSOAS EM SITUAÇÃO DE RUA

Ana Adelia Pereira
Jaqueline Neves Bueno
Bru Dalla Dea Vatiero
Julia Bergamaschi

Palavras-chave: Jornalismo Popular; Jornal Fatos da Rua; População de rua; Jornal alternativo

O Jornal Fatos da Rua, projeto de extensão da área de comunicação da Faculdade de Artes, Arquitetura e Comunicação (FAAC), da UNESP Bauru, criado em 2016, foi inspirado pelo Boca de Rua, jornal que retrata vozes de uma gente invisível em Porto Alegre. O Fatos constitui-se como um jornal impresso desenvolvido por pessoas que estiveram ou estão em situação de rua, e estudantes de jornalismo. Usufruindo, além do impresso, de plataformas digitais como o Facebook, Instagram e Wordpress, para maior alcance do público. Sendo este trabalho voltado à área de ciências sociais aplicadas.

Por meio de reuniões semanais com a população de rua da cidade, são levantados questionamentos e pautas para a edição do jornal, com o intuito de ser um veículo de comunicação que possua conteúdos sobre as demandas deles, sem interferência de interesses corporativos. Por possuir três anos de trabalho, o projeto é muito conhecido e difundido entre essa população, possuindo grande receptividade entre eles e entre as instituições sociais. Dentre elas, o Fatos da Rua esteve presente no Centro de Referência Especializado para População em Situação de Rua (Centro Pop), Casa de Passagem Masculina e Feminina, Albergue e o Galpão de Bauru. A cada lançamento, são apresentados e distribuídos jornais nessas instituições, além da divulgação em eventos da cidade, prefeitura e faculdades.

Sendo assim, esse projeto é compreendido como uma forma dessa população, marginalizada pela sociedade e pelas mídias nacionais e locais, compartilhar suas vivências, as maiores dificuldades, os preconceitos existentes e a forma com que o poder público negligência políticas de assistência social, além de possuírem um meio de comunicação que sirva como forma de reivindicação. Ademais, desenvolver a autonomia, autoestima e um potencial organizacional e comunicativo visando a formação cidadã.

Um dos grandes objetivos deste projeto é mostrar que, dentro da proposta de comunicação comunitária e independente do Jornal Fatos da Rua, existem inúmeras barreiras e dificuldades enfrentadas, que vão desde o contato e criação de laços com a população de rua, até todos os processos de produção e distribuição do jornal. A população em situação de rua vive em estado de vulnerabilidade social, sem garantia econômica, exposta à violência e preconceitos e sem moradia - o que faz com que, muitas vezes, essas pessoas mudem de local diariamente, dificultando o contato contínuo. Esses fatores dificultam o engajamento na construção do jornal.

Para unir o conceito à prática jornalística, tivemos como base a metodologia participante, tendo em vista que o Jornal Fatos da Rua é produzido em conjunto com a população de rua, os envolvendo na análise da sua própria realidade. A participação julga-se essencial para o desenvolvimento do projeto, aproximando a teoria da prática e a pesquisa do objeto de estudo. Exploramos o potencial comunicativo e educacional no fazer jornalístico, utilizando o jornal enquanto prática de liberdade e conscientização.

Para tal, são realizadas reuniões semanais em locais da cidade que são ocupados por essas pessoas, como a Praça Rui Barbosa, Centro POP, Casa de Passagem Feminina e outros. As pautas também são definidas por elas, e todas as ideias são acolhidas pela equipe para que sejam postas em prática na medida do possível.

Por fim, obtivemos por meio do processo produtivo como um todo, alguns resultados e conclusões. A primeira, diz respeito à dificuldade para engajar a população de rua no desenvolvimento do jornal, tendo em vista que todas as pautas são pensadas por eles, mas não colocada realmente em prática. Além desse aspecto, observa-se o interesse em participar do jornal, entretanto, pela situação de vulnerabilidade

dessas pessoas, desde questões pessoais à falta de moradia, o engajamento se torna rotativo e dificulta a participação contínua da produção. Outra conclusão evidenciada é a necessidade do cuidado na abordagem de certos assunto, como por exemplo a violência policial. Não há espaço para exposição de relatos em que a fonte não seja resguardada, por motivos de segurança. Evidencia-se, também, o fato de que o jornal impresso pode ser o veículo mais acessível em nível de informação, desde que haja conteúdos de um perfil de jornalismo não tradicional, considerando outras formas de comunicação, como o jornalismo em quadrinhos, fotografias, poesias, desenhos. Expandindo, portanto, o conceito de produção textual da informação.

JORNALISMO E SOCIEDADE LOCAL NO INÍCIO DO SÉCULO XX PELO O FERREIRENSE

Felipe Antonio Strozzi Lamellas

Palavras-chave: Jornalismo; História; Imprensa.

INTRODUÇÃO

A pesquisa analisa o jornal O Ferreirense em sua primeira fase (1925 - 1934), buscando identificar o perfil editorial e político do jornal, suas correlações com a sociedade local e as práticas jornalísticas do período. O trabalho dialoga com a bibliografia de história da imprensa no Brasil que defende a existência de intensas mudanças na produção impressa no início do século XX, a presença importante do jornalismo na cena urbana e a difusão de periódicos pelas cidades interioranas.

OBJETIVO

Pretende-se com a análise do jornal O Ferreirense, no período de 1925 a 1934, entender a produção do conteúdo jornalístico em perspectiva histórica. Identificando as características do veículo no campo jornalístico, social e político; observando como se davam as relações entre jornal, cidade e sociedade e de que forma o jornal relacionava-se com práxis do jornalismo do século XX e as demandas contemporâneas. O projeto busca ainda colaborar para uma reconstrução da História da Imprensa e do Jornalismo no Brasil no início do século XX, justificando-se pela baixa produção de estudos na área.

MATERIAL E MÉTODOS

A pesquisa mapeia todas as edições do jornal O Ferreirense, no período de 07/06/1925 a 22/12/1934, com a leitura e o fichamento do respectivo conteúdo, buscando identificar características do jornal reveladoras de sua historicidade. No âmbito teórico, são referenciais principais as teorias do jornalismo (TRAQUINA 2005), a história do jornalismo e da imprensa (SODRÉ, 1999), estudos sobre relações entre imprensa e cidade (GUIMARÃES, 2007).

RESULTADOS E DISCUSSÕES

A pesquisa está em andamento e até o momento pode-se observar a presença de aspectos literários, com longos textos, às vezes, sobre questões como educação, família e igreja, outros mais noticiosos e narrativos sobre acontecimentos locais e do cotidiano da comunidade. Há ainda alguns textos com viés doutrinário, mesclados com elementos do debate político, discorrendo sobre fatos da política local, relatando ações da Câmara Municipal e do Executivo e propondo alternativas aos problemas da urbe. São retratadas também temáticas voltadas para a agricultura e a indústria, atendendo aos interesses dos produtores locais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio da bibliografia na área de história da imprensa no Brasil e história do jornalismo podemos identificar semelhanças entre as práticas desenvolvidas pelo jornal e as vigentes no jornalismo dos séculos XIX e XX, como por exemplo, a influência do modelo francês, centrado na defesa de ideologias políticas, presença da literatura, preocupação com educação do leitor. Os aspectos observados até o momento se inserem nessa percepção e sugerem uma relação amistosa do veículo com a política local, um viés moralizador ao buscar minimizar tensões e conflitos sociais, um diálogo com questões da cidade e com a tradição do jornalismo brasileiro. Essas questões ajudam a compor as circunstâncias e as práticas da imprensa brasileira nas primeiras décadas do século XX.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

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

GUIMARÃES, V.. Os dramas da cidade nos jornais de São Paulo na passagem para o século XX. Revista Brasileira de História. vol. 27, nº 53, 2007.

JUVENTUDE E PARTICIPAÇÃO POLÍTICA NA INTERNET: ESTUDO COMPARATIVO DAS EXPERIÊNCIAS BRASILEIRA E PORTUGUESA

Milena Carolina de Almeida
Caroline Kraus Luvizotto

Palavras-chave: Participação Política; Juventude e suas Mobilizações; Web e suas Tecnologias;

Atualmente, parte significativa dos movimentos e grupos político-sociais articula suas ações por meio da internet, passando a configurar o chamado ativismo social on-line. Com as novas TIC (Tecnologias de Informação e Comunicação) espera-se disseminar os conteúdos informacionais, buscando a interação, o apoio, as críticas, as sugestões que, no caso do ativismo social, traduz-se em expressar por meio de seus atores, da forma mais diversa e abrangente possível, a luta pela concretização da cidadania (MORAES, 2000). Estudos demonstram que os jovens se interessam por questões políticas e sociais de seu país, sentem-se motivados a participar de ações/manifestações de caráter político-social, criam e organizam suas ações por meio das redes sociais virtuais (CAMPOS; SIMÕES, 2016). Identificamos dois websites que se propõem a incentivar e fortalecer a participação da juventude em seus respectivos países: o Participatório - Observatório Participativo da Juventude (http://participatorio.juventude.gov.br), no Brasil, e o OPJ - Observatório Permanente da Juventude (http://www.opj.ics.ul.pt), em Portugal.

A partir do exemplo do Participatório e do OPJ, espera-se refletir sobre a participação política e social online da juventude. Especificamente pretendemos discutir o conceito de participação e participação online; compreender as estratégias de participação da juventude brasileira e portuguesa; descrever e analisar os websites Participatório e OPJ no contexto da participação online e analisar a qualidade da participação online nesses sites, enquanto ambientes informacionais digitais que pretendem promover a participação da juventude.

O presente estudo possui abordagem quali-quantitativa. Na primeira parte, foi realizada uma pesquisa bibliográfica exploratória, buscando compreender os conceitos de participação, de participação online e as estratégias de participação política e social da juventude brasileira e portuguesa. Em seguida, foi realizada a descrição dos websites, em busca da compreensão do funcionamento de suas ferramentas. Ao final, os websites foram analisados com vistas a estimar a qualidade da participação da juventude nesses ambientes digitais.

Entre os resultados observados, destacam-se as estratégias de participação das juventudes brasileira e portuguesa, sendo que a primeira se caracteriza pela presença de um caráter majoritariamente ligado à defesa de liberdades individuais, enquanto a segunda possui maior relação com questões político-econômicas. Soma-se a esses resultados, as conclusões obtidas com base na descrição e na análise dos websites do Participatório e do OPJ. Sugere-se que o projeto do Participatório possui alto potencial para promover a participação da juventude, por disponibilizar artifícios que contribuem para a formação de uma esfera pública virtual (fórum, login e links de acesso a redes sociais). No caso do OPJ, com base na ausência de artifícios que possibilitem a manutenção de uma esfera pública e na falta de espaço para que os usuários se expressem de forma pública ou mesmo façam parte da organização, indica-se que ele se caracterize como um ambiente digital de baixo potencial participativo.

Dessa forma, destaque-se as apropriações por parte da Web 2.0 de princípios que fundamentam a sociedade atual, como o compartilhamento informacional, a interação e colaboração entre usuários, os quais contribuem tanto para popularização do meio online, devido à integração propiciada, quanto para construção de caminhos alternativos que promovem uma forma de comunicação em tese "ilimitada" e horizontal, inédita entre os meios comunicacionais tradicionais. A partir da exploração dos conceitos de participação, juventude e Web-inovações, tornam-se perceptíveis os fenômenos atuais como a formação de uma esfera pública online, a alternativa em ascensão de que o envolvimento do indivíduo com o contexto social se dê em ambiente virtual, através de redes sociais por exemplo, e o sentimento de frustração de segmentos da sociedade para com as instituições tradicionais da democracia que estão em

descrédito justamente por não facilitarem o envolvimento do público. Conforme se dá a evolução destes fenômenos, os governos vêm tomando consciência acerca da existência e proporção assumida por esta formação de cidadania virtual e agem de forma a priorizar a manutenção do status quo, sobretudo no que se relaciona a segmentos sociais como a juventude, em que os indivíduos estão envolvidos tanto com as redes sociais, quanto com as reivindicações populares, possuindo maior propensão a se mobilizar.

Referências

SIMÕES, J. A.; CAMPOS, R. M. O. Juventude, movimentos sociais e redes digitais de protesto em época de crise. Comunicação Mídia e Consumo, São Paulo, V. 13, No.38, set./dez. 2016.

OBSERVATÓRIO PERMANENTE DA JUVENTUDE. O Observatório. Disponível em: <http://www.opj.ics.ulisboa.pt/o-observatorio/>.

SECRETARIA NACIONAL DA JUVENTUDE. Participatório -. Disponível em: <http://participatorio.juventude.gov.br>.

LABORATÓRIO PAISAGEM E COMUNIDADE: PAISAGEM E PARTICIPAÇÃO NOS CASOS DE POPULAÇÕES ATIVAS E ERRANTES.

KELLY CRISTINA MAGALHÃES

Palavras-chave: população errante, participação, paisagem

1.Área de concentração do trabalho: Ciências Sociais Aplicadas

(2) Breve descrição da pesquisa ou do projeto de extensão universitária; O projeto Paisagem e Comunidade teve início em 2018 e tinha como objetivo principal estabelecer parceria com o Projeto Comunitário Angico do Cerrado, dirigido por uma Associação privada e que se dedica a ações educativas em projetos comunitários na Favela do Jardim Europa, na cidade de Bauru-SP Atualmente, o projeto encontra-se no segundo ano de execução e está em questão a construção de um Laboratório de projeto para atuar junto da comunidades errantes. Paisagem e Comunidade, tem como finalidade a criação de um ambiente de discussão de projeto da paisagem junto de comunidades.

(3) Objetivos;

A abordagem participativa na elaboração de projetos de arquitetura, urbanismo e paisagismo, de acordo com Boucinhas (2005, p. 10), pode fortalecer as novas formas de gestão democrática dos espaços públicos, aumentando as possibilidades da sociedade realmente contribuir na determinação e qualificação de seus lugares de vida. Desta forma, quatro grupos diferentes participam deste trabalho: a comunidade que será objeto da experiência, lideranças, a comunidade em geral e uma equipe de proponentes. Todos devem ter relação com a área, direta ou indiretamente, esclarecendo as frequentes necessidades de atuação na área do projeto. A participação deve envolver outros temas, como democracia, representação, organização, conscientização, cidadania, solidariedade, inclusão.

(4) Material e métodos;

O projeto consiste em aproximar os termos paisagem e participação, tendo como foco principal grupos sociais que estão em constantes deslocamentos na cidade. Os deslocamentos na cidade possibilitam a determinação de uma "escolha da cidade" que é também um local da cidade e uma cidade de múltiplas relações, e por assim dizer, definem um ou mais territórios urbanos contemporâneos.

Como princípio, deve-se identificar as formas física da estrutura da paisagem, e como a comunidade as observa, para então entender seu processo de transformação, assim como, alçar um profundo conhecimento sobre aspectos fundantes dos elementos de composição da mesma. Analisar dentro do mosaico, para que se estabeleçam novas formas de intervir na paisagem. Posteriormente encontrar suas potencialidades e conflitos para então gerar hipóteses de projeto criando oportunidades de construir ferramentas de um novo projeto, o projeto de paisagem junto da comunidade.

(5) Resultados e discussões;

A utilização das práticas sociais, leva a ações concretas engendradas nas lutas, movimentos e organizações, de modo a alcançar algum objetivo, aqui, o projeto participativo. A utilização das práticas sociais, leva a ações concretas engendradas nas lutas, movimentos e organizações, de modo a alcançar algum objetivo, aqui, o projeto participativo.

(6) Considerações finais;

1.Colocar a questão da paisagem em primeiro plano na definição do processo de projeto junto da comunidade em constante deslocamentos na cidade contemporânea. 2. Criar um quadro de resposta a cada um dos problemas descritos pela comunidade e proporcionou uma metodologia para poder incorporar os dados do meio ambiente aos processos de planejamento, 3. Representação de fatores dinâmicos e, propondo, como estratégia de manuseamento, a desagregação da informação em várias cartas temáticas" 4. Discussão de diretrizes de projeto da paisagem junto da Comunidade em atividades com exposições dos

conceitos.

(7) Referências bibliográficas.

ANDRADE, Carlos Roberto Monteiro de. Pensamentos Nômades. Artigo publicado em janeiro/2007, revista eletrônica Linguagens 04. Disponível em: www.linguagens.ato.br. Acesso em: Abril de 2007.

BOUCINHAS, Caio; LIMA, Catharina Pinheiro C. S. Parque Pinheirinho d'Água: a luta por reconhecimento e visibilidade. In: Pós. Revista do Programa de Pós Graduação em Arquitetura e Urbanismo da FAUUSP, v. 20, número 33. São Paulo, 2013. p. 11-34.

BOUCINHAS, Caio. Projeto Participativo na Produção do Espaço Público. São Paulo, Tese de Doutoramento, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da USP, 2005. com/ambiental@grupos.com.br/msg00479.html. Acesso em: Junho de 2007.

CORBUCCI, Eliana - Artigo elaborado a partir da dissertação de mestrado da autora: Em busca da construção do espaço público na gestão ambiental de unidades de conservação: o caso do Parque Nacional do Jaú. Textos selecionados "Gestão Participativa em Áreas Protegidas", 2005.

PEREIRA, Raul Isidoro. O sentido da paisagem e a paisagem consentida: projetos participativos na produção do espaço livre público. São Paulo, Tese de Doutoramento, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da USP, 2006.

LIBERDADE DE EXPRESSÃO E DE CRIAÇÃO HUMORÍSTICA EM PERÍODO ELEITORAL E A LIMITAÇÃO À PROPAGANDA PARTIDÁRIA: COMPREENSÃO DO SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL EM RELAÇÃO À TEMÁTICA

Tatiana Stroppa

Palavras-chave: Ação direta de inconstitucionalidade; Criação humorística; Liberdade de expressão; Supremo Tribunal Federal

O presente trabalho vincula-se ao Projeto de pesquisa "POLÍTICAS PÚBLICAS DE COMUNICAÇÃO NO SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL: a liberdade de expressão em julgamento", projeto financiado pela Chamada Universal – MCTI/CNPq n. 1/2016 – Faixa A, Processo n. 400602/2016-4. Referido projeto tem o escopo de, a partir da análise de ações do controle concentrado de constitucionalidade já julgadas/finalizadas, extrair conclusões acerca da interpretação dada pelo STF nos julgamentos acerca das políticas públicas de comunicação relacionados à liberdade de expressão do pensamento. Neste contexto, a presente comunicação trata de ações diretas de inconstitucionalidade (ADI) que discutiram questões ligadas à liberdade de expressão e de criação humorística em período eleitoral e sobre limitação à propaganda partidária, quais sejam: ADI 2677, proposta pelo Partido Trabalhista Brasileiro – PTB, Partido Popular Socialista – PPS e o Partido Democrático Trabalhista – PDT, em 20/06/2002, requerendo, com pedido de liminar, a declaração de inconstitucionalidade do inciso I do § 1º do artigo 45 da Lei nº 9.096/1995, que vedava a participação, nos programas de propaganda partidária, de pessoa filiada a partido que não o responsável pelo programa. A medida cautelar foi negada em 26 de junho de 2002 e em 08 de março de 2018 houve o reconhecimento de "perda do objeto da ação" diante da revogação expressa do artigo 45 da Lei nº 9.096/1995 pelo artigo 5º da Lei nº 13.487, de 6 de outubro de 2017; ADI 4451, proposta pela Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT), em 24/08/2010, para questionar o art. 45, incisos II e III, da Lei Federal 9.504/1997, Lei das Eleições, com pedido de liminar, sob a argumentação de que tais normas violam os incisos IV, IX e XIV do art. 5º e o art. 220, todos da Constituição Federal de 1988, pois impõem vedação às emissoras de rádio e televisão de divulgação de temas político polêmicos, além de inviabilizarem a veiculação de sátiras, charges e programas humorísticos envolvendo questões ou personagens políticos, durante o período eleitoral. A medida cautelar foi concedida em 01/09/2010, sendo confirmada, por unanimidade, em 21 de junho de 2018, para declarar a inconstitucionalidade do art. 45, incisos II e III, da Lei 9.504/1997, assim como, por arrastamento, dos §§ 4º e do 5º do mesmo artigo. A comunicação tem por objetivo apresentar a atuação do STF na definição dos contornos da liberdade de expressão e de criação humorística em períodos eleitorais e também em relação à propaganda partidária; verificar se é possível extrair uma padronização dos argumentos trazidos pelos Ministros para justificar os seus votos. A técnica de pesquisa adotada para cumprir o objetivo proposto é a análise de julgados das decisões do STF, em uma abordagem de natureza analítica indutiva. Diante da análise feita, é preciso destacar a demora no julgamento das ações diretas de inconstitucionalidade, fato que acarreta, em muitas situações, a perda do objeto como ocorreu com a ADI 2677, situações que implicam na perda da possibilidade de fixação interpretativa de pontos relevantes para a definição de conflitos entre direitos fundamentais e entre estes e outros valores como, neste caso, a formação da opinião pública perante a formatação da propaganda partidária. No julgamento da ADI 4451 há uma tendência de o Tribunal atribuir maior relevância à liberdade de expressão com reflexos no entendimento da impossibilidade de restrição dos conteúdos veiculados, ainda que possivelmente críticos e até mesmo ofensivos, entendendo, ainda, que a criação humorística manifestada em programas humorísticos, charges e de modo caricatural compõe as atividades de "imprensa", sinônimo perfeito de "informação jornalística" (§ 1º do art. 220), não podendo existir restrições a priori sob pena de configurar atos de censura legislativa e judiciária. Concluiu-se que os Ministros do STF, apesar de não manterem exata coerência entre os argumentos, atribuíram no julgamento da ADI 4451 à liberdade de expressão e

também à liberdade de informação jornalística uma maior relevância e, por isso, restrições a priori foram refutadas. Houve referência ao julgamento da ADPF 130 e à ideia de que tais liberdades ocupam uma posição preferencial ao serem imprescindíveis para a formação da opinião pública e, consequentemente, para o regime democrático.

LIVRO-REPORTAGEM ONDE HÁ REDE, HÁ RENDA: AS HISTÓRIAS POR TRÁS DAS RENDAS E BORDADOS ALAGOANOS

Carla Élida Rodrigues da Silva

Palavras-chave: Livro-reportagem; rendas e bordados; artesanato; Alagoas; Jornalismo.

1.Descrição do projeto

O livro-reportagem "Onde há rede, há renda: as histórias por trás das rendas e bordados alagoanos" tem como tema principal o artesanato na tipologia fios e tecido de Alagoas, região nordeste do Brasil. O artesanato de uma região ou povo está muito ligado à sua cultura e folclore, e é geralmente desenvolvido por grupos sociais, rurais ou urbanos, marginalizados.

O estado de Alagoas, assim como toda a região nordeste do país, é rico em manifestações folclóricas como os reisados, fandangos, maracatus, o coco alagoano, as bandas de pífanos, e os artesanatos em madeira, palha, cerâmica, barro, couro, fios e tecidos. Desse último tipo se destacam e são característicos do estado, entre outros, o filé, redendê, labirinto, singeleza, bilro e boa noite, espalhados nas mais variadas localidades.

Dentre esses, foram escolhidos, por apresentarem maior representatividade, o bordado filé, a renda de bilro e o bordado boa noite para serem explorados no trabalho. Além das características peculiares de cada um, foram abordadas as vidas das mulheres produtoras desses tipos de artesanatos, mostrando a realidade social e individual desse grupo de representantes da cultura popular.

2.Objetivos

- Dar protagonismo e destaque para as mulheres que produzem as rendas e bordados no estado de Alagoas;
- Mostrar a importância econômica que o artesanato tem para as mulheres que o produzem (como fonte de renda e também para o empoderamento dessas mulheres);
- Mostrar como a tradição dos bordados e rendas passa de geração em geração e a trajetória histórica dessa atividade;
- Explorar as diferenças dos diversos tipos de bordados e rendas e um panorama dos que compõem a cultura alagoana;

3.Material e métodos

A metodologia utilizada para a realização do projeto foi a pesquisa de campo, com entrevistas in loco às artesãs responsáveis pela produção dos artesanatos e também a pesquisa em documentos e dados oficiais a respeito das técnicas empregadas e contextualização história e geográfica de cada uma.

4.Resultados e discussões

O resultado foi um livro-reportagem que cumpre a função de registro de uma prática cultural e de subsistência características de uma região, além de dar voz e contar as histórias de indivíduos que representam uma parcela marginalizada da sociedade.

5.Considerações finais

Diante da grande responsabilidade na produção de um livro-reportagem, que teve como missão retratar ainda a história e trajetória de outras pessoas, o projeto é motivo de extrema satisfação.

A dificuldade de planejar, executar, checar, entrevistar, escrever e desenvolver toda a pós-produção de maneira individual foi enriquecedora. Conseguir superar os imprevistos e encontrar soluções palpáveis para eles foi um aprendizado que só o desenvolvimento de um trabalho jornalístico desse tipo, na prática, poderia oferecer.

Esses desafios e aprendizados se estenderam também à parte prática da execução. E é nesse aspecto que a produção do trabalho se torna tão enriquecedora. Poder conhecer e contar as mais diferentes histórias através do jornalismo foi, de certa forma, um resgate ao cerne da essência jornalística.

6. Referências Bibliográficas

BARROS, Rachel Rocha de Almeida. Bordado Boa-Noite da Ilha do Ferro: patrimônio cultural, geração de renda e desenvolvimento regional. Latitude, Maceió, v. 11, n. 2, p.385-420, 2017. Semestral. Disponível em: <http://www.seer.ufal.br/index.php/latitude/article/view/4043>. Acesso em: 10 out. 2018.

BELTRÃO, Luiz. Folkcomunicação, a comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez, 1980.

DA SILVA, Vera Lucia; PERRY, Gabriela. Renda de Bilros: estudo de pontos tecidos nas regiões Nordeste e Sul do Brasil. IN: Dossiê Aspectos Tecnológicos e Projetuais do Design de Superfície em Produtos de Moda. v. 11, n. 21, jan./jun. 2018. – Florianópolis: UDESC/CEART, 2018 (p. 126-146) Disponível em: <http://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/10352/7182>. Acesso em: 04 de out. de 2018.

DANTAS, Carmem Lúcia. Artesanato. In: PEDROSA, Tânia de Maya (Org.). Arte popular de Alagoas. Maceió: Grafitex, 2000. p. 78-83.

INSTITUTO DO BORDADO FILÉ ALAGOAS. Caderno de Instruções do Filé: Um guia de como fazer o tradicional filé alagoano. 1. ed. Maceió, 2014. 76 p.

MELO, José Marques de. Ecos da rebeldia beltraniana: o artesanato como objeto de estudo folkcomunicacional. In: LOPES FILHO, Boanerges Balbino et al (Org.). A Folkcomunicação no limiar do século XXI. Juiz de Fora: Editora UFJF, 2012. p. 23-40.

RAMOS, Arthur; RAMOS, Luiza. A renda de bilro e sua aculturação no Brasil. Rio de Janeiro: Sociedade Brasileira de Antropologia e Etnologia. 1949.

SIGRIST, Marlei. Folkcomunicação e artesanato: as identidades culturais locais e seus mecanismos de visibilidade midiática. In: LOPES FILHO, Boanerges Balbino et al (Org.). A Folkcomunicação no limiar do século XXI. Juiz de Fora: Editora UFJF, 2012. p. 191-201.

LOMOUNESP: CRIAÇÃO DE UMA CÂMERA ANALÓGICA PINHOLE EM IMPRESSÃO 3D PARA ENSINO DE FOTOGRAFIA

Rodolfo Nucci Porsani
Laís Akemi Margadona
Ana Beatriz Pereira de Andrade

Palavras-chave: Fotografia; Fotografia analógica; Pinhole; Design de Produto; Prototipagem Rápida

O objetivo deste trabalho é apresentar os resultados parciais do processo de produção da câmera "LomoUnesp", impressa por meio da Aplicação de Tecnologia de Prototipagem Rápida por Manufatura Aditiva. O equipamento foi idealizado como possível ferramenta para ensino na disciplina Fotografia no curso de Design da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) – UNESP, campus Bauru. Durante a pesquisa, foi observada a oportunidade de confecção das câmeras para potencial uso em exercícios práticos da disciplina, tendo em vista que trabalhos de fotografia analógica já são requisitados atualmente.

Para tanto, foi idealizada uma câmera em material resistente e acessível, passível de produção seriada, e capaz de ser construída em laboratórios da Universidade. O nome da câmera, "LomoUnesp", é baseado nas populares máquinas russas da marca Lomography, confeccionadas em plástico. Um primeiro exemplar da câmera foi impresso em 3D em impressora particular. O primeiro carretel de filme colorido foi exposto, revelado e ampliado, o que resultou em 17 imagens coloridas.

Do inglês "buraco de agulha", câmeras pinhole ou de orifício são dispositivos simples para a captura fotográfica, que dispensam objetivas e equipamentos eletrônicos sofisticados. A pinhole é um compartimento isolado, dotado de um pequeno orifício para a passagem da luz, e pode ser construída em uma diversidade de materiais, como caixas de sapato. Por permitirem o fácil entendimento e visualização do princípio da câmara escura, câmeras pinhole são valiosos instrumentos para o aprendizado da técnica fotográfica.

O primeiro exemplar da câmera "LomoUnesp" foi impressa por meio da Aplicação de Tecnologia de Prototipagem Rápida por Manufatura Aditiva. A escolha desse método foi devido a fatores como o barateamento dos custos e popularização das tecnologias e matérias-primas nos últimos anos. O processo de produção deu-se inicialmente pela pesquisa de modelos tomando base os filmes 35mm, devido a sua facilidade de compra e menor custo no processamento fotoquímico. O modelo-base para impressão foi obtido por meio do site Thingverse, repositório gratuito de projetos open-source, isto é, modelos colaborativos de código aberto. Após o download e análise dos arquivos, o dispositivo fotográfico passou por um redesign, em que foi desenvolvido um novo sistema de gatilho para curta/longa exposição. O protótipo foi, então, manufaturado e implementado.

O objeto foi produzido em material ABS (Acrilonitrila Butadieno Estireno) premium da com densidade de 60%. O projeto despendeu cerca de 12 horas-máquina. Em seguida, passou por um processo de acabamento com lixa 220 e 320, e posteriormente submetida ao processo de vaporização com o solvente Propanona para garantir uma textura lisa e brilhante. Foi montada para avaliação dimensional após a secagem das peças. A parte interna da câmera que armazena os rolos e câmara escura foi pintada com tinta automotiva em esmalte sintético na cor preto fosco, a fim de garantir a penumbra suficiente necessária no processo de foto analógica. Após a montagem das peças e a inserção de uma fina chapa de alumínio com um furo centralizado como obturador, prosseguiu-se com o processo de finalização do protótipo e os testes no Laboratório de Fotografia da FAAC/UNESP.

Nas etapas de revelação e ampliação do filme colorido, utilizou-se inicialmente um minilab terceirizado na cidade de Bauru, SP. A câmera foi abastecida com filme negativo colorido da marca Kodak, modelo Kodacolor ISO 200, 36 poses. 17 imagens foram produzidas no estúdio do Laboratório de Fotografia. A intenção desta série de fotos foi checar o tempo de exposição necessário para o diafragma criado para a

câmera, bem como a distância mínima para obtenção de foco e definição. As imagens foram reveladas e ampliadas em tamanho 10x15 cm e digitalizadas em scanner de mesa da marca HP.

Assim, este trabalho é a conjunção de duas pesquisas teórico-práticas em design de produto e processos fotográficos. Espera-se que este projeto contribua ao apresentar o percurso metodológico da construção de uma máquina fotográfica pinhole, da construção da primeira câmera à produção das fotos iniciais. Consideram-se desdobramentos quanto ao aprimoramento da mecânica da câmera para a execução de testes com um grupo ampliado de estudantes.

Referências

DIETRICH, Jochen. Câmara obscura. Porto Alegre, v.9, n.17, p.61-72, nov. 1998.

MARTINS, Nelson. Fotografia: da analógica à digital. 3. reimpr. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2014.

PORSANI, R.N.; SILVA, B. B. da; Hellmeisteir L. A. V., Revisão teórica da história da manufatura aditiva e das propriedades dos principais insumos e estruturas de preenchimento nas impressoras 3D FDM open material.. In: ANAIS DO CONGRESSO INTERNACIONAL E WORKSHOP DESIGN & MATERIAIS, 2017, Anais eletrônicos... Campinas, GALOÁ, 2018.

MAIS QUE FRIENDS, FÃS: PRÁTICAS DE CONSUMO E COLEÇÃO ENTRE OS FÃS DO SERIADO

Marina Darcie

Palavras-chave: Comunicação; Fãs; Consumo; Coleção; Friends.

Friends é uma sitcom – modelo de séries que faz referência à apresentação de humor encenado em ambientes e situações do cotidiano – criada por David Crane e Marta Kauffman transmitida pela rede de televisão NBC entre 1994 e 2004. As séries são bastante consagradas nos Estados Unidos e exportadas para todo o mundo, inclusive para o Brasil, onde Friends conquistou uma grande comunidade de fãs. Aqui, as séries são exibidas tanto na televisão aberta quanto em canais pagos e, com a chegada da internet e dos serviços de streaming, muito desse conteúdo está disponível para seus assinantes. As narrativas seriadas eram, inicialmente, produzidas com vista no modelo de fluxo da televisão, entretanto, como lembram Castellano e Meimaridis (2018), esse paradigma têm sofrido transformações com a evolução tecnológica: com a chegada do videocassete em 1980, o surgimento do DVD em 1995 e a popularização da internet logo em seguida, os costumes do público foram sendo alterados conforme obtinham crescente alcance ao conteúdo da programação da TV fora do seu horário de exibição oficial. Lançando mão desses artifícios, os consumidores obtiveram maior controle pelo acesso e compra diretos de seus programas preferidos e se popularizou, desde então, o consumo por demanda. Esse período de transição da TV, que deixa de existir apenas como fluxo e passa a ter sua produção associada a uma mídia de arquivo livre ao usuário – seja por uma mídia física ou armazenada em um provedor de internet –, dialoga com o cenário de convergência midiática na medida em que um modelo de produção é disponibilizado em diferentes plataformas para o consumo, acarretando em uma seara de experiências e possibilidades para os fãs do conteúdo. Nesse trabalho buscou-se mapear as diferentes formas de consumir a narrativa seriada dentre os fãs de Friends e compreender suas práticas de consumo e coleção de itens ligados ao universo narrativo da série.

Optou-se pela aplicação de um questionário criado no Google Forms, espalhado de forma espontânea pelas redes sociais. Foram contabilizadas 352 respostas de pessoas que se declararam entre 15 a 57 anos. Destes 62,8% afirmaram ter tido o primeiro contato com a série pela TV a cabo, enquanto 18,5% disseram ter sido pela Netflix. Outros meios lembrados pelos demais respondentes foram a TV aberta – a série foi exibida no SBT por um período – e DVDs. 38,1% afirmaram ter o costume de ver episódios esporádicos de vez em quando, enquanto 29,8% gosta de "maratonar" os episódios e 29,5% prefere assistir a poucos episódios por vez, mas seguindo a ordem prevista pela narrativa.

Do total, 321 pessoas costumam rever os episódios da série. Destes, 86,9% reassistem a série pela Netflix, enquanto 26,5% pela TV por assinatura e 12,8% por mídia física (DVDs e Bluray). É válido mencionar que esta foi uma questão em que o respondente podia assinalar mais de uma opção de consumo, de forma que uma mesma pessoa pode ter afirmado rever os episódios pela internet e pela TV por assinatura, por exemplo. Questiona-se qual o apelo do consumo de bens materiais para esse público, considerando nesta seara também a posse de coleções com as temporadas completas, uma vez que, em sua maioria, os respondentes tem o seriado todo disponível para assistir a qualquer momento através do serviço que assinam pela internet. 191 pessoas afirmaram não possuir nenhum item que remeta ao universo da série, porém, na questão seguinte: "pensa em adquirir algo no futuro?", apenas 98 pessoas afirmaram que não. Dentre aqueles que possuem algum item de colecionador, a maioria (24,5%) disse ter os box de DVDs ou Blurays, seguido por itens de decoração (21%) e camisetas (15,1%). Dentre os itens mais desejados, os respondentes disseram pensar em adquirir itens decorativos (41,2%), camisetas (32,1%), bonecos colecionáveis (24,1%), box com os episódios (15,1%), cadernos e itens de papelaria (13,6%), chaveiro (11,4%), livros (8,8%), dentre outros itens mencionados menos vezes.

De forma preliminar, compreende-se que o consumo diagnosticado através dos dados coletados esteja ligado à prática de colecionismo. Sobre o tema, Abonízio (2015, p.70) afirma que "o ritual de repetição da

busca de novos objetos e da admiração dos objetos adquiridos reforça o sentimento de pertencer [a uma comunidade]" e permite a comunicação de si e de um aspecto de sua personalidade que o indivíduo fã intenta propagar. Mediante o fato de 91,2% dos respondentes afirmarem o costume de reassistir aos episódios, considera-se também o interesse em não finalizar o contato com a série, concluída há quinze anos, e adquirir itens pode ser uma alternativa para prolongar o contato com o universo adorado.

ABONÍZIO, J. Do fundo do baú: as coleções dos fãs de Raul Seixas. In: Comunicação, Mídia e Consumo, v.12, n.33, p.57-73, 2015.

CASTELLANO, M.; MEIMARIDIS, M. Binge-Watching Is The New Black: as novas formas de espectatorialidade no consumo de ficção seriada televisiva. In: Contemporânea, v.16, n.3, p.689-707, 2018.

MEDIAÇÃO CULTURAL E BIBLIOTECAS: UMA DISCUSSÃO FRENTE AOS DIFERENTES PÚBLICOS.

Beatriz Andreotti dos Santos
Tamara de Souza Brandão Guaraldo

Palavras-chave: mediação cultural; bibliotecas; públicos; usuários.

Surge, aproximadamente nos séculos XIX e XX, um novo tipo de biblioteca. Assumindo um papel sociocultural, elas passam a atuar no âmbito educativo e cultural. O desenvolvimento industrial e a urbanização reflete na emergência dessas bibliotecas, especialmente as públicas, visto que ao atender a comunidade e seus interesses, passam a contribuir para a tolerância entre as pessoas. Esta pesquisa tem por objetivo geral discutir a mediação cultural como objeto de estudo no âmbito da função cultural das bibliotecas e, portanto, pensar as práticas realizadas nesses ambientes, levando em consideração os diferentes públicos e modalidades de bibliotecas.

Metodologia - É uma pesquisa bibliográfica e, tem base em informações já publicadas, sejam as fontes impressas ou em diferentes formatos - livros, teses, dissertações, periódicos, CDs, materiais publicados online, etc. - e é exaustiva, no sentido de que, realiza uma revisão para a construção do referencial teórico (LAKATOS; MARCONI, 2003, p. 183).

Resultados e Discussões - Para popularizar a frequência de uso das bibliotecas e garantir sua aprovação frente a sociedade, era preciso transformá-las em espaços atrativos – situação em que se percebe os primeiros indícios de uma atuação sociocultural e não estritamente tecnicista. Entende-se, portanto, que as bibliotecas passam atender necessidades informacionais de uma comunidade.

Quando se aborda a função sociocultural das bibliotecas, a literatura discute essa questão a partir de 1980 (RASTELI, 2019) e faz referência à atuação das bibliotecas públicas, ainda que implicitamente. Entendemos por função sociocultural, as iniciativas para: "[…] convertir el espacio de la biblioteca en centro cultural para la comunidad, donde se genere, rescate, preserve y difunda los valores y la identidad cultural, por medio de uma participácion activa, del disfrute y la apreciación de todas las expresiones culturales e artísticas" (MONCADA PATIÑO, 2006 apud RASTELI, 2019, p. 82).

A mediação cultural é o processo que possibilita tais iniciativas, pois, como destaca Mostafa (2012 apud RASTELI, 2019, p. 135) surge como um conceito: "[…] para pensar outros contextos e práticas de produção e circulação do conhecimento".

Entendemos que as bibliotecas são plurais; construídas e planejadas a partir de suas particularidades e, a atuação sociocultural das bibliotecas, deve aproximá-la de sua comunidade. Nesta compreensão, o destaque dado aos públicos, ou usuários, explica um dos critérios para a categorização das bibliotecas: estas, diferenciam-se, pois, possuem usuários com necessidades diferentes.

Sendo assim, Fonseca (2007) apoia sua classificação de bibliotecas nas diferenças dos usuários: bibliotecas infantis, escolares, universitárias, especializadas, nacionais e públicas. Por sua vez, Milanesi (2002) utilizando o mesmo critério – os públicos e como usam a informação -, nota que as bibliotecas podem ser identificadas como: infantil, escolar, universitária, especializada e pública.

Partindo do pressuposto de que "cada público tem as suas peculiaridades e não é possível que haja uma biblioteca polivalente que possa se adequar a cada um" (MILANESI, 2002, p. 83).

Concomitantemente, o conceito de mediação cultural, por alcançar diversos segmentos possui inúmeras interpretações e relações, e Perrotti (2016, p. 7) questiona: "É possível partir de uma noção englobante de mediação cultural, sem que esta [...] reduza práticas tão distintas, quanto especiais?"

A mediação pode ser entendida levando em conta a interação frente o espaço social, realizada por meio de elementos como a língua e cultura, etc.. Nesta pesquisa consideramos a mediação cultural como um processo que estabelece uma conexão entre um público e bens culturais (DAVALLON, 2007).

Considerações Finais - Portanto, a pesquisa, ainda em andamento, obteve como resultado parcial, dois pressupostos: primeiro, que as bibliotecas são classificadas de acordo com sua finalidade, o conteúdo do

acervo e o público a que atendem; segundo, é que a biblioteca é um espaço com uma importante função sociocultural e, para atuar em tal posição, deve investir em atividades que aproximem sujeitos (considerando também o coletivo) de manifestações culturais diversas.

Referências

DAVALLON, J. A mediação: comunicação em processo? Prisma.Com: Revista de Ciênc. Tecn. Inf. e Com., Porto, n. 4, p. 1-34, jun. 2007.

FONSECA, E. N. Introdução à biblioteconomia. Brasília: Briquet de Lemos, 2007.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. Fundamentos da metodologia científica. São Paulo: Atlas, 2003.

MILANESI, L. Biblioteca. Cotia: Ateliê Editorial, 2002.

PERROTTI, E. Mediação cultural: além dos procedimentos. In: SALCEDO, D. A. Mediação cultural. São Carlos: Pedro & João Editores, 2016. p. 06-14.

RASTELI, A. Mediação cultural em bibliotecas: contribuições conceituais. 2019. 276 f. Tese- (Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação) - Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista, Marília, 2019.

MEDIADOR E EDUCADOR CULTURAL: A FUNÇÃO DA EDUCAÇÃO NÃO FORMAL

Thais Caroline de Oliveira

Palavras-chave: Mediador Cultural (Educador); Espaços Culturais e Educação não formal.

1) Breve descrição da pesquisa: Museus e espaços culturais são hoje lugares de lazer, distração e, principalmente, de ensino e aprendizagem sobre a história, a ciência, a arte e a vida. Esta pesquisa parte do questionamento qual é o papel do mediador cultural na educação não formal? O qual se traduz no objetivo de analisar o papel do mediador cultural e artístico na educação não formal. Nesse sentido a experiência profissional em exposições temporárias da pesquisadora, aprofunda a temática sobre a educação feita em museus e exposições, objetivando pensar sobre a função e importância do contato com uma educação não formal utilizada por um mediador na educação formal, ou seja, aquela educação sistematizada proporcionada pelas escolas. Como análise final, buscou-se trazer a importância da teoria na prática vivenciada desses profissionais – mediadores culturais que, cada vez mais, ganham espaço em museus e instituições culturais. 2) Objetivos: O que conduziu este esta pesquisa foi a especifica questão: Qual é o papel do mediador cultural na educação não formal? O qual se traduziu no objetivo de identificar, descrever e analisar o papel do mediador cultural e artístico na educação não formal. Tal objetivo se ramificou para sua realização em: Caracterizar as necessidades formativas na formação inicial e continuada do Mediador Cultural; Identificar os espaços de atuação dos mediadores culturais e por último, observar o papel da educação não formal no contexto educativo de espaços culturais e suas implicações e relações com a educação formal. 3) Material e métodos: O tema abordado nessa pesquisa foi à mediação cultural e o papel do mediador na educação não formal. Para tanto, sua base teórica e bibliográfica foram: Maria da Glória Gohn (2015) no livro "Educação não formal e o educador social"; "Mediação cultural para professores andarilhos na cultura" de Mirian Celeste (2012) e Ana Mae Barbosa (2009) em "Arte/Educação como mediação cultural e social." Para o aprofundamento da temática foi utilizado o relato de experiência da pesquisa na Exposição "Estação da Língua", realizada de 17 de setembro a 13 de outubro de 2018, na Galeria Municipal de Bauru "Angelina Waldemarin Messenberg", que apresentava acervos do Museu da Língua Portuguesa que ficavam na Estação da Luz na capital de São Paulo. 4) Resultados e discussões: Como nesta exposição logo na primeira semana foi perceptível uma mediação muito "engessada", comecei a fazer experimentos em minhas mediações. O primeiro experimento foi criar um jogo de papéis cujo objetivo era identificar palavras que chamassem a atenção dos visitantes, ou seja, palavras dos quais não sabiam o significado, e depois eu pedia para registrá-las em tiras de papel. Essa primeira tentativa mostrou-me sua inviabilidade, pois os alunos muitas vezes ficavam muito animados com a solicitação e anotavam muitas palavras no pequeno papel que lhes foi entregue impossibilitando finalizar a proposta inicial, todos queriam compartilhar ao mesmo tempo todas as palavras que achavam. Quando a Professora Kobayashi, docente do Curso de Licenciatura em Artes Visuais das disciplinas Didático pedagógicas para a formação docente, solicitou à Coordenação da Exposição uma visita guiada, por mim mediada, com os alunos do Programa de Pós-graduação – Docência para Educação Básica, que minhas experiências foram relatadas, e suas implicações resultaram em uma nova experiência mediativa. 5) Considerações finais: Desta vez as palavras foram escolhidas previamente e escritas em cartões preparadas para a exposição, atrás de cada um deles havia uma palavra-chave, uma pista, de onde cada palavra e possível significado poderiam ser encontrados. Neste caso, eu como mediadora já conhecia o significado de todas as palavras, e teria maior segurança para que as dúvidas tivessem uma probabilidade maior de serem sanadas. O objetivo da ação era que os alunos se apropriassem melhor de todos os espaços da exposição, além de aprender alguns aspectos importantes da Língua Portuguesa. As dificuldades anteriores permitiram um acerto de rota na posposta de mediação cultural e mostrou a necessidade de estudos mais contundentes para que experiências em espaços culturais sejam educativos sem se perder a diversão e atratividade para todos, principalmente para os

professores. 6) Referências bibliográficas: BARBOSA, Ana Mae. Mediação Cultural é social. São Paulo: Editora UNESP, 2009. 13-22 p. DEWEY, John. Arte como experiência. São Paulo: Martins Martins Fontes, 2010. – (Coleção Todas as Artes). 646 p. GOHN, Maria da Glória (Org.). Educação não formal no campo das artes. Editora Cortez - São Paulo, 2015, 127 p. MARTINS, Mirian Celeste; PISCOSQUE, Gisa. Mediação cultural para professores andarilhos na cultura. 2ª Edição – São Paulo: Intermeios, 2012. 161 p

MÍDIA ACESSÍVEL E TRADUÇÃO AUDIOVISUAL (MATAV): PROJETOS COLABORATIVOS E INTERDISCIPLINARES

João Batista de Carvalho e Silva Signorelli
Guilherme Costa Soares
Lucinea Marcelino Villela

Palavras-chave: Acessibilidade, Audiodescrição, Mídia Acessível

O Grupo de Pesquisa Mídia Acessível e Tradução Audiovisual (MATAV) tem como objetivo agregar pesquisadores, estudantes e profissionais das áreas de Comunicação, Letras e Tradução que possuem em comum o interesse na investigação da linguagem audiovisual. Em nossa Comunicação apresentaremos os principais campos em que o MATAV atuou desde seu início em abril de 2013 e, como ao longo de mais de seis anos, a participação de membros de áreas de conhecimento aparentemente distintas (Design, Jornalismo, Letras, Tradução e Rádio, TV e Internet) tem permitido que seus projetos sejam mais plurais e colaborativos.

Acessibilidade em Web Séries e Documentários

Em 2013, o MATAV, coordenado pela pesquisadora Lucinéa Villela, iniciou seu primeiro projeto que visava incluir audiodescrição e legendas para surdos e ensurdecidos em episódios de web séries brasileiras.

A parceria ocorreu com a 8KA Produções, que cedeu os direitos de duas web séries para os projetos de acessibilidade do MATAV.

O primeiro desafio da equipe foi trabalhar com um gênero ficcional que apresentava uma narrativa extremamente dinâmica com uma linguagem muito similar a de vídeo clipe. As duas web séries escolhidas pelo grupo (#E_Vc? e Armadilha) tiveram como público-alvo adolescentes e o alcance que obtiveram no YOUTUBE foi considerado sucesso absoluto em 2011.

Molina e Stamato (2017) apresentam os desafios encontrados em audiodescrever os nove episódios de #E_Vc?, uma web série que narra vários dilemas enfrentados por colegas no último ano de Ensino Médio.

A segunda web série que fez parte do projeto de acessibilidade do MATAV foi Armadilha. Lançada também em 2011, a web série teve como proposta apresentar em seus sete episódios situações embaraçosas enfrentadas pelo protagonista Marcelinho em sua casa, colégio e entre seu grupo de amigos.

Laureto, Salhani e Villela (2017) apresentam outro aspecto das ADs, a organização do roteiro de sua locução. Esta etapa é realizada depois do roteiro de AD ficar pronto e três elementos são essenciais: marcação de tempo, deixa final (DF) e o texto.

Para que os projetos passassem por avaliação de seus usuários, os membros do MATAV apresentaram os episódios de # E_Vc? aos alunos do Lar Escola Santa Luzia de Bauru em um evento chamado Sala Sense and Sensibility, realizado em 2013.

Outro projeto colaborativo realizado foi a produção do DVD com recursos de acessibilidade do documentário Incluindo Samuel (Dan Habib, 2007), premiado no Festival Assim Vivemos (2011). Como objeto de estudo de projeto financiado por agência de fomento (2014-2016), foi possível a produção do DVD com recursos de AD, voice over, LSE e menu acessível.

O documentário é uma produção americana e, portanto, adotamos a opção de incluir voice over, AD e LSE em português. A elaboração do DVD com acessibilidade incluiu diversas etapas: formação teórica e capacitação técnica de membros do projeto; reuniões com membros da produtora Lavoro Produções ; revisão de roteiro de audiodescrição; LSE; gravação em estúdio do voice over e da audiodescrição; edição de som; produção do menu com navegação acessível.

O projeto de Incluindo Samuel foi um exemplo bastante típico de projeto colaborativo. Apesar de as dificuldades de logística ao lidarmos com equipes de cidades e estados diferentes e distantes (Bauru e Rio de Janeiro), envolvemos pessoas com conhecimentos específicos que não tínhamos em nosso grupo local.

A oportunidade de termos o produto locutado por audiodescritores profissionais, com quase dez anos de experiência, foi muito gratificante.

O MATAV também produziu o curta autoral Inclusive Elas. O produto, financiado pela CAPES, apresenta depoimentos de quatro alunas da Unesp Bauru que possuem deficiências distintas.

As personagens de Inclusive Elas foram: Juliana, aluna de Radialismo (2013-2016) que nasceu com osteogênese imperfeita; Ana Raquel, aluna de Jornalismo, tem distonia e deficiência auditiva; Marcela, Mestre em Educação para Ciência e possui deficiência visual e, finalmente, Paolla, aluna de Psicologia que sofreu um trauma medular.

A união de quatro alunas de cursos de diferentes cursos e a intermediação de dois bolsistas de Radialismo para a produção do curta metragem demonstrou mais uma vez que conseguimos enriquecer nossos projetos com olhares interdisciplinares.

Referências Bibliográficas

MOLINA, C. S.; STAMATO, A. B. T. A acessibilidade para os novos formatos da internet: audiodescrevendo a Web Série #E_VC? In: VILLELA, L.M. (Org.). Acessibilidade audiovisual: produção inclusiva nos contextos acadêmicos, culturais e nas plataformas web. Bauru: Canal6 Editora, 2017. p. 29-45.

LAURETO, V.; SALHANI, J.; VILLELA, L. M. Produção de audiodescrição em conteúdos online: websérie Armadilha. In: VILLELA, L.M. (Org.). Acessibilidade audiovisual: produção inclusiva nos contextos acadêmicos, culturais e nas plataformas web. Bauru: Canal6 Editora, 2017. p.49-59.

MORADORES DO CAMPO E AUTONOMIA SOCIAL PELA COMUNICAÇÃO E TECNOLOGIA: PERSPECTIVAS NAS EDIÇÕES DA CHASQUI NAS DÉCADAS DE 1970 E 1980

Daira Martins Botelho
Marina Paula Darcie
Maria Cristina Gobbi

Palavras-chave: Chasqui; Comunicação; Tecnologia; Desenvolvimento; Autonomia Social.

O presente resumo faz parte de uma pesquisa maior e mais abrangente, desenvolvida pelo grupo de estudos Pesquisa e Comunicação Latino-Americana (PCLA), que tem como principal finalidade compreender a pesquisa em Comunicação na América Latina, os principais autores que se tornaram referência nesse território e quais temas foram preocupações vigentes ao longo das décadas desde a formação de uma Escola Latino-Americana de Comunicação. Para tanto, foram selecionados como corpus do trabalho a Revista Chasqui, que compreende-se ser um dos registros das indagações de pesquisadores de vários países e que tem contribuído para a divulgação de conhecimento desde a década de 1970. Para esse recorte estipulado, optou-se pela análise qualitativa das edições dos anos de 1970 e 1980 para investigar elementos que mostrem de que maneira a tecnologia auxiliou a comunicação, seu caráter "evolutivo" e a busca pelo entendimento de como a sociedade rural estava recebendo as novas formas de comunicação que aportavam na América Latina. O objetivo foi encontrar indícios de como a tecnologia afetou a comunicação e a sociedade rural nesse espaço geográfico, conjugando-o com o espaço urbano e possibilitando maior autonomia aos habitantes do campo.

A perspectiva comum nos trabalhos encontrados em ambas as décadas foi a de um território ainda fortemente marcado pela dicotomia urbano x rural, em que a cultura e as práticas sociais eram das mais variadas – levando em consideração não apenas o continente, tão vasto e populoso, mas também a diversidade em cada país analisado – e onde a comunicação, mediada pelas então novas tecnologias, poderia alavancar o desenvolvimento e colaborar para maior paridade social. Essa perspectiva sociocultural foi ponto de partida para muitos autores, como aponta Brennan (1972) logo na primeira edição da revista: "[...] debemos analizar en primer lugar, las diferentes mentalidades, culturales y sistemas económicos que coexisten en cada nación latinoamericana; -así como las diferencias que hay entre los grupos rurales, antes de diseñar programas o perfeccionar técnicas de difusión de innovaciones". Uma das discussões levantadas pelo autor é sobre a necessidade da não "aculturização" dos moradores do campo, pensando nos cuidados para que a cultura daquele povo seja preservada.

O'Sullivan-Ryan (1977) mostra que a perspectiva mostrada era comum na época em que escrevia: "[...] los programas de educación y de información para los agricultores de subsistencia son actualmente una preocupación internacional. [É necessário] insistir sobre la necesidad vital de elevar la productividad de los pequenos agricultores para poder satisfacer las necesidades humanas básicas de alimentación, vivienda, educación y servicios de salud" (1977, p.18).

Muitos foram os exemplos sobre como a comunicação era entendida como forma de desempenhar autonomia para os moradores do campo. São citadas por Ríos (1987) as vídeo-aulas e o uso da televisão e do rádio para informação especializada formatada em programas criados especificamente para essa finalidade.

Por fim, pontua-se que os trabalhos voltados para esse contexto pensavam no desenvolvimento dos moradores rurais sob a ótica de dar-lhes maior autonomia social, garantindo conhecimento que lhes ajudaria na vida rural – aqui se indicam a preocupação dos autores com a produção de subsistência dessa população; a melhoria nas técnicas e consequentemente no montante e no produto final; a alfabetização da população e o levantamento de informações acerca de doenças e pragas que poderiam ser de interesse dessa parcela – e, também, na interação com a vida urbana – destacando temas como a necessidade de pensar e manter a cultura de cada um desses indivíduos; a preocupação dos autores em compreender

uma comunicação que garantiria melhor entendimento mútuo entre população rural e urbana e, finalmente, estudos que problematizavam a entrada dessa população rural no mercado financeiro e cultural da época, já que flagraram não apenas uma cultura de subsistência nesse ambiente, como também a necessidade de capitalizar sua produção para se inserir na sociedade da época.

MULHERES NA ARQUITETURA BRASILEIRA

Gabriel Rodrigues da Silva
Kelly Cristina Magalhães

Palavras-chave: Feminismo, Arquitetura, Arquitetura Brasileira, Arquitetura e Gênero, Arquitetura moderna

A questão gênero e a produção de conhecimento vem sendo alvo de muitas discussões atualmente, por isso, a pesquisa consiste em analisar a trajetória de mulheres arquitetas brasileiras que tiveram seus projetos publicados em revistas de arquitetura no pós-guerra, no período de 1972 até 2000. Analisa o projeto de mulheres arquitetas publicados em revistas brasileiras nos anos pós-segunda grande guerra com o intuito de absorver a abertura destes periódicos para a publicitação do papel da arquitetura feita por mulheres. Como arco temporal, denota-se de extrema importância as notas que se seguiram o pós-guerra incluindo exemplares de revistas que surgiram neste período. Dedica-se a especificação de projetos no período de 1950 a 2000 para verificar a quantidade e qualidade da exposição desses exemplares.

2. Objetivos

O objetivo desta pesquisa é rever através de revistas a história da arquitetura nacional e contribuição de mulheres na arquitetura moderna para fazer criticas e projetos que revolucionaram a arquitetura embora algumas delas não tenham sido arquitetas, contribuíram com a sua experiência na melhorias na qualidade de vida das pessoas de forma inovadora, essas contribuições em geral são ignoradas e invisíveis na história, criando uma conta maliciosa da história que apagou abertamente a presença de mulheres na construção do conhecimento.

4. Material e Métodos

A pesquisa abordará basicamente três dimensões metodológicas. Na primeira será realizada uma revisão bibliográfica arquitetônica, histórica e conceitual. Nesse sentido será consultada uma bibliografia (livros, artigos, monografias, teses, dissertações, endereços virtuais, documentos) relacionada ao tema. Em um segundo instante, será realizado um levantamento de dados por meio de pesquisas de campo. Nessa fase, também será feito um levantamento de registros fotográficos. No terceiro período, será realizado um material gráfico para explicitar o período de tempo de publicações de mulheres arquitetas no período estipulado.

Em síntese, serão combinados metodologicamente dados quantitativos e qualitativos, afim de que a formulação de hipóteses seja mais concreta e informativa em seu objetivo.

5. Forma de Análise dos Resultados

A primeira etapa de analise desse trabalho sera voltada para compreensão dos acontecimentos que resultaram na difusão da arquitetura moderna e arquitetura contemporânea, brasileiras. Ainda serão realizadas revisões bibliográficas para aprofundamento nos temas sobre a arquitetura moderna e sobre a arquitetura contemporânea. Também foram feitos pesquisas na revista Projeto dos anos 80 e 90 para que fosse construído um cenário dos hábitos e pensamentos desse período. Também será feito um estudo minucioso do conteúdo levantado para que se possa criar uma base analítica para o assunto apurado. Serão enfatizados dados como o tipo de informação e modo de apresentação da revista Projeto.

6. Bibliografia

BASTOS, Maria Alice Junqueira, Zein, Ruth Verde. Brasil: arquiteturas após 1950. São Paulo. São Paulo: Perspectiva 2010. 429p.
CORTÉS, José Miguel G.. Políticas do espaço: arquitetura, gênero e controle social. São Paulo: Senac, 2008.
GLASER, B.; STRAUSS, A. The Discovery of grounded theory. New York: Aldene de Gruiter, 1967.
SEGAWA, Hugo. Arquiteturas no Brasil. São Paulo: Edusp, 1997. 223p.

Velho, L. & León, E. 1998. A construção social da produção científica por mulheres. Cadernos Pagu 15: 309-344.

Rodrigues, Lucas. Mulheres na Arquitetura: Onde estão, quais seus desafios. aU, Ago. de 2018. Disponível em:<http://au17.pini.com.br/arquitetura-urbanismo/221/artigo264486-1.aspx> Acesso em: 02 de maio de 2019.

IGEO – SISTEMA DE INTELIGÊNCIA GEOGRÁFICA. São Paulo, 20 maio. 2019. Disponível em: <https://igeo.caubr.gov.br/igeo/> Acesso em: 20 de maio de 2019.

MONTANER, Joseph Maria. Después del Movimento Moderno: arquitectura de la segunda mitad del siglo XX. Barcelona: Editorial Gustavo Gilli, S.A, 1993.

BENEVOLO, Leonardo. História da Arquitetura Moderna. São Paulo: Editora Perspectiva S.A, 1976.

GHIRARDO, Diane. Arquitetura Contemporânea: uma história concisa. São Paulo: Livraria Martins Fontes Editora Ltda, 2002.

FRAMPTON, Kenneth. História Critica da Arquitetura Moderna. São Paulo: Livraria Martins Fontes Editora Ltda, 1997.

JACOBS, Jane. Morte e Vida das Grandes Cidades. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2011.

BARONE, Ana Cláudia Castilho. Team 10: arquitetura como crítica. São Paulo: Annablume Editora Comunicação, 2002.

MIRANDA, Clara Luiza. Arquitetura da Cidade Movimento Moderno e Arquitetura da Cidade. 1998. 21 f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – Universidade de São Paulo, São Carlos, SP, 1998.

Châtelet, Anne-Marie Ensaio de Historiografia I: a arquitetura das escolas no século XX Revista História da Educação, vol. 10, núm. 20, julio-diciembre, 2006, pp. 7-38 Associação Sul-Rio-Grandense de Pesquisadores em História da Educação Rio Grande do Sul, Brasil.

O AGENDAMENTO DE PORTAIS DE NOTÍCIAS PELO SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL: OMISSÕES CONSTITUCIONAIS NA REGULAÇÃO DAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE COMUNICAÇÃO

Mayara Marques Breviglieri

Palavras-chave: Supremo Tribunal Federal; Teoria do Agendamento; Ação Direta de Inconstitucionalidade por Omissão

Trata-se o presente de relatório final do projeto de iniciação científica denominado "O agendamento de portais de notícias pelo Supremo Tribunal Federal: omissões constitucionais na regulação das políticas públicas de comunicação", que objetivou analisar o agendamento pelo Supremo Tribunal Federal de três portais de notícias selecionados, sendo eles Carta Capital, Observatório da Imprensa e Jornal GGN. Para isso, escolheu-se a questão da regulação do direito de resposta a grandes meios de comunicação em massa, que deixou de ser garantida com a extinção da Lei da Imprensa, em 2009. O assunto em questão foi abordado pelos processos de Ação Direta de Inconstitucionalidade por Omissão (ADO) número 9, 10 e 11, ajuizadas, nesta ordem, pela Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) e a Federação Interestadual dos Trabalhadores em Empresas de Radiodifusão e Televisão (Fitert), pelo Partido Socialismo e Liberdade (PSOL) e pela Confederação Nacional dos Trabalhadores em Comunicações e Publicidade (CONTCOP). A pesquisa foi contemplada com uma bolsa de iniciação científica do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC – CNPq), iniciando-se em agosto de 2018 e desenvolvida até o mês de julho de 2019 pela aluna-pesquisadora Mayara Marques Breviglieri, responsável pela elaboração do presente relatório. A partir das datas selecionadas – outubro, novembro e dezembro de 2010, novembro de 2011 e fevereiro de 2012 – os portais de notícias escolhidos foram analisados através de seu acervo on-line e de acesso gratuito. O critério para a busca de material no site do STF eram os textos jornalísticos que mencionassem as ações referentes e suas subsequentes movimentações. Nos três portais de notícias estudados, usou-se o mesmo critério estabelecido para o site do STF, com a finalidade de realizar posterior comparação entre os textos encontrados e determinar a existência ou não de um possível agendamento desses portais por parte do Supremo. No site da instituição, foram encontrados, inicialmente, cinco notícias relacionadas ao assunto nos períodos estipulados. Posteriormente, por não localizar-se material que indicasse um possível agendamento direto nos portais indicados no projeto, optou-se por pesquisar em outros blogs, de caráter jurídico, ampliando o foco de análise, mas sem sair da proposta de pesquisar em portais de notícias. Este projeto buscou auferir, mediante o emprego da Análise de Conteúdo, semelhanças nas publicações a respeita do tema em um veículo oficial, representado pelo website do Supremo Tribunal Federal, para três meios de comunicação que não fazem parte das grandes mídias, inferindo-se um agendamento por parte do STF nos portais Carta Capital, Observatório da Imprensa e Jornal GGN, e, seguidamente, nos blogs Conjur, Migalhas e JOTA.

O ALUNO COM DIFICULDADES DE APRENDIZAGEM E PROBLEMAS COMPORTAMENTAIS SEM LAUDO MÉDICO NA REDE REGULAR DE ENSINO

TAMARA MENDES MARCUSSO

Palavras-chave: INCLUSÃO 1; DIFCULDADES DE APRENDIZAGEM 2; ADAPTAÇÃO CURRICULAR 3.

BREVE DESCRIÇÃO:

A presente pesquisa está baseada no relato de experiência que foi feito pela coordenadora pedagógica, com observações e intervenções de um aluno matriculado na rede regular de ensino cursando o terceiro ano do ensino fundamental, de dez anos de idade que apresenta diversos problemas comportamentais e dificuldades de aprendizagem. Devido à queixa do professor de que o aluno só realiza as atividades com intervenção e supervisão constantemente foi feito o trabalho de adequações curriculares com o objetivo de alcançar as propostas de aprendizagem e melhorar seus resultados, assim como auxiliar o professor neste processo. A metodologia utilizada foi feita através de observações em sala de aula feitas pela coordenadora pedagógica especialista em Psicopedagogia, com auxílio da professora, assim como encaminhamento para o apoio educacional especializado e orientações familiares.

1. OBJETIVOS

Foi observado que o aluno apresenta possível atraso de aprendizagem. Em alguns momentos apresenta comportamentos agressivos com os colegas. Tem nível alto de distração, o que o prejudica bastante na realização das atividades. A professora tenta aplicar as mesmas atividades de toda a turma, porém sente dificuldades em permanecer o tempo todo ao lado dele na execução das mesmas devido o número de alunos da sala.

Devido a estas dificuldades, o objetivo deste trabalho foi de orientar e auxiliar o professor na aplicação de atividades diferenciadas para que o aluno possa ser alfabetizado.

2. MATERIAL E MÉTODOS

As informações obtidas pela família e professora relacionadas à queixa inicial, levaram a ter como hipótese Dificuldades de Aprendizagem.

Essa hipótese foi levantada de acordo com os estudos. Para Strick e Smith (2001), as dificuldades de aprendizagem referem-se não a um único distúrbio, mas a uma ampla gama de problemas que podem afetar qualquer área do desempenho acadêmico. As dificuldades são definidas como problemas que interferem no domínio de habilidades escolares básicas, e elas só podem ser formalmente identificadas até que uma criança comece a ter problemas na escola. As crianças com dificuldades de aprendizagem são crianças suficientemente inteligentes, mas enfrentam muitos obstáculos na escola. Durante o estudo observou-se que além das questões cognitivas/dificuldades de aprendizagem, há questões de cunho emocionais que podem estar atrapalhando o processo de aprendizagem.

Embasados nos resultados e nomenclaturas há esta hipótese, com possíveis interferências em fatores emocionais, estressores ambientais e traumas vivenciados, estes que merecem maior atenção.

Durante o processo de avaliação a criança demonstrou-se inquieta, com postura ansiosa o que prejudica o processo de concentração na atividade.

Como o aluno ainda não está alfabetizado foi utilizado um auto ditado para que pudéssemos verificar o nível de desenvolvimento, apresentando uma quantidade variável de letras sem valor sonoro, em quase todas as escritas aparecem à primeira letra do seu nome.

3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Para a intervenção foi necessário que o professor realizasse adequações curriculares. Visto que, mesmo sem laudo médico, trata-se de um caso de aluno com possível diagnóstico de dificuldade de aprendizagem e transtornos comportamentais incluído na rede regular de ensino.

O aluno demonstrou maior interesse e optou por realizar diversas atividades através de jogos lúdicos e uso de aplicativos de software.

Em função dos resultados das dificuldades cognitivas do aluno, destacamos abaixo as metas para o Planejamento de Intervenção e adaptação curricular, que foram feitas e discutidas com o professor da sala de aula.

A partir daí o trabalho foi executado sempre com o apoio da coordenadora pedagógica utilizando as técnicas e estratégias de aprendizagem, para que pudesse obter melhoras na aquisição do conhecimento e atenção do aluno.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O olhar diferenciado do professor e do coordenador fez com que os demais professores tivessem um novo olhar na relação ensino-aprendizagem do aluno, vendo que é possível ser realizado este processo mesmo com as dificuldades apresentadas. Ele passou a ser atendido em período contra turno escolar na sala de Atendimento Educacional Especializado.

É importante que a professora continue utilizando estratégias diferenciadas em sala de aula e que a família busque compreender e auxiliar a criança que necessita de apoio.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

BUCK, J. N. (2003). H-T-P: Casa – Árvore – Pessoa. Técnica Projetiva de Desenho: Manual e Guia de Interpretação. (1ª ed.). São Paulo: Vetor.

LEITE, Sérgio Antônio da Silva. Instrumento de avaliação do repertório básico para a alfabetização: Manual de aplicação e avaliação – 3 ed - São Paulo: Edicon, 2015.

SMITH, Corinne. Dificuldades de Aprendizagem de a a z. Porto Alegre: ARTMED, 2001.

O DISCURSO DA MATEMÁTICA NO PERCURSO DO ADMINISTRADOR

Mário Donizeti do Nascimento
Roberval Modesto da Cunha

Palavras-chave: Administração de Empresas; Ensino da Matemática; Gestão empresarial

1)Breve descrição da pesquisa: Com o advento do computador, as empresas precisaram trazer ao seu universo cotidiano a agilidade de raciocínio e de efetivação de tarefas. Além de ter de dar respostas assertivas e aprender a calcular os riscos de cada ação. Tendo em vista este cenário, analisa-se o estudo da Matemática nos cursos de Administração como ferramenta para dar suporte à agilidade de raciocínio e ainda treinar a mente a visualizar possíveis riscos nos empreendimentos corporativos.
2)Objetivo(s): Objetiva-se com esta pesquisa analisar até que ponto o ensino da Matemática no Curso de Administração de Empresas é salutar para a desenvoltura do raciocínio lógico e ágil, bem como se verificar que estilo de abordagem é fecunda para fomentar uma mente assertiva no tocante à tomada de decisões.
3)Material e métodos: Usar-se-á a observação participante em sala de aula aliada à pesquisa exploratória e revisão bibliográfica. Como material, usou-se a atuação docente e as metodologias pedagógicas.
4)Resultados e discussões: Apesar de a Matemática ser uma disciplina muito odiada e temida pelos estudantes universitários e até mesmo pelos de Administração de Empresas (ESQUIVEL et al. 2008), seu ensino e sua aplicação é imprescindível para a formação do Administrador, pois ela capacita-o para a tomada de decisões e ainda lhe dá suporte nas análises estatísticas que terá de fazer em sua atuação. Não se espera que o Administrador tenha um profundo conhecimento das diretrizes que circudam os estudos matemáticos, porém tendo em vista a influência das ciências exatas no cotidiano do gestor e do empreendedor; afinal "padrões matemáticos vêm propiciando soluções a diferentes problemas e/ou circunstâncias organizacionais nas disciplinas de Recursos Humanos, produção, Marketing e, sobretudo no campo de Finanças."(FONSECA E SILVA apud FUENTES,LIMA e GUERRA, 2009), o ensino da Matemática torna-se essencial para que haja a otimização dos trabalhos e perspicácia na elaboração de planejamentos, no fluxo de mercadorias e na administração dos recursos humanos, bem como na visão gerencial estratégica e ainda desenvolver o olhar para equivaler-se de respostas assertivas que lhe garantam o aspecto de liderança e enfrentamento de possíveis riscos corporativos. Os cálculos matemáticos não só agilizam o raciocínio lógico como também desenvolvem um olhar mais fecundo sobre o universo qualitativo e quantitativo no devir empresarial.
5)Considerações Finais: A pesquisa em questão não se reduz a enfocar a Matemática como salvadora do Administrador, porém quer mensurar o uso de suas funções, bem como a importância desse uso na formação do Administrador. Dessa forma, ao se linearizar a aproximação do universo das ciências exatas no dia-a-dia do gestor, observa-se que o conhecimento das teorias e os cálculos matemáticos são eficazes na realização de diversas tarefas que o profissional da Administração terá de executar.
6)Referências Bibliográficas:
ESQUIVEL, Gilceli da S. SANTANA, Nilo Félix G. de. ALVES, Thiago Tude de Sá, FARIAS, Vitor Tavares Farias. A importância da matemática para o administrador de empresas. 2008. Disponível em: http://www.ebah.com.br/content/ABAAAAH54AC/aimportancia-matematica-na-administracao. Acesso em: 09 de agosto de 2019.
FONSECA, Ricardo Freitas e SILVA, Wendel Alex Castro. A RELAÇÃO ENTRE O CURSO DE ADMINISTRAÇÃO, OS ACADÊMICOS E A DISCIPLINA DE MATEMÁTICA: Uma reflexão. Disponível em http:// http://www.convibra.com.br/upload/paper/2012/31/2012_31_4363.pdf. Acesso em 08 de agosto de 2019.
FUENTES, Verônica Lídia Peñaloza; LIMA, Ronaldo. GUERRA, Diego de Sousa. Atitudes em relação à matemática em estudantes de Administração. Revista Semestral da Associação Brasileira de Psicologia

Escolar e Educacional (ABRAPEE) Volume 13, Número 1, Janeiro/Junho de 2009. 133-141. Disponível em: Acesso em: 10 de agosto de 2019.

O FLUXO MIGRATÓRIO DOS VENEZUELANOS RETRATADO NO JORNAL NEXO SOB À LUZ DO JORNALISMO PARA A PAZ

Karla Tamarozzi de Oliveira

Palavras-chave: Jornalismo; Paz; Venezuelanos; Migração; Nexo

De acordo com o Alto Comissariado das Nações Unidas para os Refugiados, 1 milhão é o número de venezuelanos que deixaram seu país entre 2014 e 2017.
Todos os dias, dezenas de venezuelanos ingressam no Brasil em busca de uma vida melhor. O motivo é o agravamento da crise político-econômica na Venezuela, governada pelo presidente Nicolás Maduro. Segundo a Polícia Federal brasileira, até o final de 2017, cerca de 30 mil venezuelanos pediram regularização no Brasil. Destes, cerca de 22 mil solicitaram refúgio e 8 mil pediram residência.
Compreende-se que a multiculturalidade e interculturalidade sejam processos complexos e o caso de venezuelanos no Brasil não é diferente. As migrações produzem transformações culturais que permitem referir como mutações econômico-culturais. Estas se observam, entre outras esferas, em práticas religiosas, políticas, econômicas, sociais, culturais, artísticas e comunicacionais.
As vozes dos migrantes muitas vezes são caladas ou mal interpretadas pela imprensa, que, reproduz o imaginário coletivo e a opinião pública oficial. A cobertura dos grandes conglomerados de mídia retrata o fluxo de venezuelanos para fora do país caribenho como "êxodo", "diáspora" e "crise migratória", e tem como origem a turbulência política, social e econômica.
Esta é hoje a problemática mais complexa da atualidade brasileira no campo migratório.
Na perspectiva deste tema social, o trabalho propõe a compreensão do corpus jornalístico do último ano do Nexo Jornal à luz do Jornalismo para a Paz, ou seja, servindo como diretriz para um fazer jornalístico mais completo e humanizado, no qual o profissional se basearia nas características fundamentais do Peace Journalism durante a produção de conteúdos noticiosos.
O Nexo Jornal apresentou em seu último ano de cobertura uma série de matérias neste tema no sentido de desmistificar a imagem do venezuelano imigrante, apresentar dados mais contextualizados e oferecer uma interpretação mais humana.
Embora não exista um protocolo ou uma forma deliberada de como produzir Jornalismo para a Paz, este é um campo aberto e pode ser analisado amplamente. Jornalismo para a paz é um conceito que surge como reinvindicação de novos esquemas, práticas e rotinas profissionais que substituam os parâmetros atuais de comunicação.
Entre os principais objetivos deste trabalho, está a meta de entender a questão da migração venezuelana no Brasil hoje sob a perspectiva da cobertura do Nexo Jornal à luz das teorias do Jornalismo para a Paz.
Desta forma, é necessária a compreensão dos mecanismos do veículo para propor a desconstrução de pensamentos correntes e a humanização do caso. Entender os preceitos e modelos de base do veículo.
Também como um objetivo-chave deste trabalho, está a meta de apresentar um modelo brasileiro de jornalismo que aplique valor noticioso às iniciativas que relacionam a paz com a superação da violência cultural ou estrutural. O valor humanitário.
O tema escolhido para este projeto de Mestrado está relacionado com a busca pela ampliação da cidadania e da democracia na imprensa brasileira, assim como a busca pelo desenvolvimento de trabalhos acadêmicos de Jornalismo para a Paz no Brasil.
Como linha mestra do trabalho, a metodologia chave será a hermenêutica da profundidade abrangendo a problematização deste assunto com contextualização. Para isso, uma revisão bibliográfica sobre o Jornalismo para a Paz atuará como pano de fundo. Para o desenvolvimento deste trabalho em hermenêutica, a tática inicial deve ser a coordenação de entrevistas com editores e jornalistas do veículo Nexo Jornal, seguida da análise de conteúdo de um ano de cobertura sobre o tema proposta. As entrevistas seguirão embarcando desta vez os próprios migrantes venezuelanos na busca de dar voz a este grupo de cidadãos.

Ao final, busca-se chegar a um corpus de trabalho que atue como uma reconstituição conclusiva deste cenário à luz das teorias do Jornalismo para a Paz.

O IDEALISMO DO CONSUMISMO ATRAVÉS DO DISPOSITIVO MÓVEL SMARTPHONE: O POTENCIAL SUBVERSIVO DA INTERATIVIDADE NO CASO DA REDE MCDONALD'S

Solange Aparecida da Silva Luiz
Zildo Gallo

Palavras-chave: Smartphone; Consumismo; Marketing; McDonald´s; Facebook.

Introdução:
Os dispositivos móveis associados as redes sociais estão revolucionando a maneira como as pessoas estão se comunicando e ao mesmo tempo como as mesmas estão sendo conduzidas por oligopólios industriais a consumir. Nas últimas décadas a sociedade vem legitimando sua expansão e despertando a atenção das empresas capitalistas para conquistar e fidelizar seu público. Com o uso dessas novas tecnologias, o consumo passa a ser mais um fator dominante na sociedade contemporânea já que, a mesma vive conectada num mundo digital repleto de informações oscilantes e versáteis, disponibilizadas por meio dos smartphones, tablets, notebooks. O que se pode perceber é a facilidade e intimidade com que o ser humano se relaciona a esses dispositivos, principalmente o smartphone e seus aplicativos, sobretudo o fenômeno das redes sociais.
Objetivo Geral:
Neste contexto, esta tese direciona o tema ao consumismo exacerbado com objetivo geral de verificar a relação do uso do dispositivo móvel – smartphone como influenciador de um sistema de mercadorização juntamente a marca McDonald´s e seu marketing em rede social 'Facebook' na aceleração da cultura ao consumismo bem como suas consequências sociais e culturais para a sociedade.
Objetivos Específicos:
Analisar as narrativas de marketing propostas pela marca McDonald´s ao público; descrever o papel do marketing na rede social 'Facebook' na incitação ao consumismo e avaliar os descritivos comunicacionais da empresa através das publicidades veiculadas diretamente em sua rede social.
Metodologia:
Ainda em caráter de construção, será válido o uso do método de abordagem de observação e pesquisa exploratória de modo qualitativo e quantitativo realizado na página oficial da marca, isso também associado à pesquisa bibliográfica.
Coleta de dados:
Como pontos de consumo privilegiados, a pesquisadora realizará uma pesquisa de observação em uma das redes do McDonald´s na cidade de Araraquara/SP. Serão visitas que ocorrerão ao primeiro sábado de cada mês, sem horário estipulado. Dentro do contexto de caráter exploratório digital, será realizado semanalmente pelo smartphone da pesquisadora uma apreciação na página oficial da marca. De acordo com o objetivo do presente trabalho, o período já averiguado apresenta um universo de mais de 670 milhões de botão de reação por parte do consumidor na página Facebook da marca.
Discussão dos resultados:
A coleta das informações no Facebook favoreceu a análise de 42 publicações do produto McLanche Feliz até o momento presente. Foram 44.303 comentários feitos pelos consumidores. As visualizações das postagens ao referido produto atingiram 519.307. Para compartilhamentos ocorreram 120.816. Os botões de reação sugeridos pelo Facebook para interação com a publicação, obtiveram uma participação de 674.850. Separadamente os botões de reação apresentaram os seguintes números: botão curtir 642.700; botão amar 22.111; botão uau 6.294; botão engraçado 2.973; botão raiva 519 e botão triste 253. Com necessidade de propagar as publicações do produto McLanche Feliz a análise de conteúdo aparece nas informações levantadas.
Considerações:

Deste modo, o estudo da tese tonar-se necessária pelo relacionamento da sociedade de consumo e o uso do smartphone com interação a rede social 'Facebook' através do marketing da empresa McDonald´s que se englobam no processo da aceleração da cultura ao consumismo.

Referências Bibliográficas:

BARBER, Benjamin R. Consumido: como o mercado corrompe criança, infantiliza adultos e engole cidadãos – Rio de Janeiro: Record, 2009.

BAUMAN, Z. Vida para Consumo: a transformação de pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

CASTELLS, Manuel. A internet e a sociedade em rede. Por uma outra comunicação. Rio de Janeiro: Record, 2005.

HUXLEY, Aldous. Admirável Mundo Novo. 21ª ed. – São Paulo: Globo, 2001.

KOTLER, P. Marketing de A a Z: 80 conceitos que todo profissional precisa saber. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2003.

_____. O marketing sem segredos. Porto Alegre: Bookman, 2005.

KOTLER, Philip, ARMSTRONG, Gary. Princípios de Marketing. 9. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

LÉVY, Pierre. As tecnologias da Inteligência – O futuro do pensamento na era da informática. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34. 2010.

_____. O que é virtual? São Paulo: Editora 34, 1996.

LINDSTROM, Martin. A lógica do Consumo – verdades de mentiras sobre por que compramos. Tradução: Marcello Lino – Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.

LOVE, J. McDonald's: a verdadeira história de sucesso.5. ed. Tradução de Davi Soares. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1996.

VYGOTSKY, Lev. A consciência como problema da psicologia do comportamento. In L. S. Vygotsky. Teoria e método em psicologia. 3 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

_____. A formação social da mente. São Paulo, Martins Fontes, 1984.

O NEGACIONISMO DA CENSURA AO ESTADÃO NO FILME 1964 – O BRASIL ENTRE ARMAS E LIVROS (2019)

Gabriel Pansardi Ruiz

Palavras-chave: censura; O Estado de S. Paulo; negacionismo; 1964 – O Brasil entre armas e livros.

Breve descrição da pesquisa

O filme 1964 - O Brasil entre armas e livros (2019) projeta um discurso amenizador e sem embasamento sobre a ditadura militar (1964-1985) a partir da negação de vários fatos, inclusive relativos à censura. Nesta pesquisa, selecionamos falas dos entrevistados do filme que minimizam os efeitos e os aspectos da repressão à imprensa – em especial, ao jornal O Estado de S. Paulo (OESP) – para analisá-los frente às pesquisas que investigam o tema da censura e frente aos relatos dos jornalistas que foram censurados, registrados em materiais audiovisuais.

Objetivos

São três os objetivos: a) identificar falas dos entrevistados do filme 1964 sobre a censura no período da ditadura militar; b) tratar de características da censura no período, em especial aquela cometida contra o jornal O Estado de S. Paulo, confrontando criticamente dados com as falas dos entrevistados; e c) discorrer sobre o conceito de negacionismo e revisionismo.

Material e métodos

O material analisado foi o filme 1964 - Brasil entre armas e livros, produzido pela Brasil Paralelo, uma produtora de vídeo gaúcha com o objetivo de formação intelectual. No filme, decupamos as falas dos entrevistados sobre censura, a fim de realizar a análise; e para este trabalho destacamos as opiniões de Lucas Berlanza e o auto intitulado filósofo Olavo de Carvalho, este último por sua notável proximidade com o governo de Jair Bolsonaro (PSL), ambos praticantes de declarações de cunho negacionista e desprovidas de fundamentação historiográfica. Em seguida, apresentamos breve discussão sobre negacionismo, revisionismo e censura durante o regime militar, baseado em pesquisas científicas de autores como Carlos Fico, Maria Aparecida de Aquino, Rodrigo de Pato Sá Motta, Luis Milman, entre outros; e em depoimentos de jornalistas que trabalharam n'O Estadão, a fim de demonstrar o funcionamento e caracterizar a censura.

Resultados e discussões

O estudo aponta para uma censura com característica multifacetada, com diferentes mecanismos e métodos em relação à imprensa tradicional e à alternativa, sendo mais violenta nos veículos alternativos. Entre os jornais de maior circulação do período, OESP foi o que mais sofreu censura, com registros de edições apreendidas e a sua oficina gráfica sendo invadida por policiais. Ainda a censura prévia abateu o periódico entre 1973 e 1975, com o total de 1250 matérias censuradas e atuação de 17 censores na redação. Com as constatações, contrapomos criticamente a argumentação dos interlocutores da Brasil Paralelo, cuja retórica é fundamentada no negacionismo da violência que marcou a época.

Considerações finais

Revisitar o passado é tarefa do historiador e requer procedimentos científicos que atestem novos fatos e/ou interpretações. Difere, abismalmente, do negacionismo, atividade exclusivamente discursiva e sem comprovações ancoradas no real. Concluímos que a memória sobre a censura à imprensa durante a ditadura retratada em 1964 presta um desserviço ao conhecimento histórico na medida em que se apoia no negacionismo, colocando-se como se fosse revisionista, e reforça, assim, uma visão relativista em relação à violência do período.

O teor das falas dos entrevistados e do próprio filme os aproxima daqueles que tentam apagar memórias e mitigar fatos da história do país, como tantas vezes já ocorreu com a escravidão e o racismo, o massacre de indígenas e recorrentemente com aspectos da ditadura, a fim de abrandar seus efeitos.

Referências bibliográficas

AQUINO, Maria Aparecida de. Censura, imprensa, estado autoritário (1968-1978). Bauru: Edusc, 1999.

_____. Mortos sem sepulturas. In: CARNEIRO, M. L. T. (Org.) Minorias silenciadas. História da censura no Brasil. São Paulo: Edusp; Imprensa Oficial; Fapesp, 2002.

EDMUNDO LEITE (São Paulo). O Estado de S. Paulo (Ed.). Encontradas páginas inéditas da censura ao Estadão. 2016. Disponível em: <https://acervo.estadao.com.br/noticias/acervo,encontradas-paginas-ineditas-da-censura-ao-estadao,12455,0.htm>. Acesso em: 18 jul. 2019.

FICO, C. "Prezada Censura". Cartas ao regime militar. Topoi, Rio de Janeiro, n.5, p.251-86, set. 2002.

MILMAN, Luis. Negacionismo: Gênese e desenvolvimento do extermínio conceitual. In: VIZENTINI, Paulo Fagundes; MILMAN, Luis (Orgs). Neonazismo, Negacionismo e Extremismo Político. Porto Alegre: Editora da Universidade/UFRGS: CORAG, 2000.

MOTTA, Rodrigo Pato Sá. Entre a liberdade e a ordem: o jornal O Estado de São Paulo e a ditadura (1969-1973) Estudos Ibero-Americanos, vol. 43, núm. 2, mayo-agosto, 2017, pp. 367-379 Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul Porto Alegre, Brasil.

SOARES, Gláucio Ary Dillon. A censura durante o regime autoritário. Revista Brasileira de Ciências Sociais, vol. 4, no 10, p. 21-43, jun. 1989.

Filmes

1964 – o Brasil entre armas e livros, 127 min. Produção: Brasil Paralelo. Brasil, 2019.

1968 - a Mordaça no Estadão, 20 min. Dirigido por Felipe Machado. Produção: TV Estadão. Brasil, 2008.

O PODER DA COMUNICAÇÃO PARA MOVIMENTOS SOCIAIS EM PEQUENAS CIDADES DO INTERIOR DO ESTADO DE SÃO PAULO

Rodrigo Rodrigues

Palavras-chave: Comunicação; Pequenas cidades; Movimento social; Ativismo; Redes

Descrição da pesquisa:
A comunicação entre cidadãos nas pequenas cidades é caracterizada por mídias específicas que seguem tradições regionais que podem inibir o ativismo e movimentos sociais e políticos. A tecnologia da informação que ampara o ativismo digital, mais acessível e mais barata, rompe horizontes que até pouco tempo não eram possíveis. Pequenas cidades, especificamente aquelas concentradas no interior do estado de São Paulo, possuem dentre os hábitos de seus cidadãos, mantê-los frequentemente informados do cotidiano por meio de mídias relacionadas ao rádio e ao jornal regional. Muitas dessas cidades ainda possuem rádios e jornais clandestinos que não são legalizados devido a burocracia do processo ou que buscam promover a tentativa de disseminação de informação de ideologias, representações, culturas e diversas outras maneiras de persuadir ideologias aos seus cidadãos. O cenário social e as tentativas de comunicação para mobilizações se concentraram também com as interações por meio do aplicativo WhatsApp, que trata-se de um software multiplataforma, destinado a comunicação de mensagens, vídeos, fotos e outros arquivos digitais que podem ser mediados. Traz ainda a possibilidade de criação de grupos e subgrupos, além de ter como recursos, a possibilidades de mensagens privadas e bloqueios de usuários, entre outras funções. A mediação da informação neste aplicativo, estrutura-se numa forma de comunicação carregada de subjetividade do contexto envolvido, possibilitando a construção de significados, do receptor aos interlocutores.
Objetivo:
O objetivo dessa produção pretende apresentar uma breve relação sobre possibilidades de mudanças nas pequenas cidades, especificamente no governo destas pequena cidade, tendo como base a comunicação e suas interpretações diante de interesses pessoais.
Métodos de pesquisa:
A metodologia empregada na pesquisa utilizou-se de revisões bibliográficas acerca de movimentos sociais, redes sociais e ativismo, assim como na construção de uma narrativa que envolveram os temas por meios de reportagens regionais.
Considerações finais:
É perceptível que nas cidades pequenas a atividade voltada a reinvindicações sociais e políticas são bem menores que nas grandes metrópoles. Diante disso entende-se que são inúmeros os motivos pelos quais os cidadãos de cidade pequenas possuem grande tendência a isentar-se de quaisquer tipos de manifestações, geralmente por temor na exposição de sua imagem que diante de um número menor de pessoas na cidade, pode refletir em grandes prejuízos sociais relacionados a imagem e amizades na cidade. Neste cenário, ainda existe as conhecidas "trocas de favores" onde pessoas negociam favores em trocas fidelidade social e política. Essa situação acaba sendo comum nas pequenas cidades vista que diante da proximidade em que as pessoas são submetidas, todos sabem da vida de todos e assim de maneira não generalizada, tendem a cuidar um dos outros. Na pequena cidade, objeto dessa pesquisa, os cidadãos vivem por lamentar a saída do prefeito eleito pelo povo no ano de 2016, pois na verdade, lamentam terem tido o seu voto rasgado e desconsiderado sem nenhum tipo de explicação. Essa lamentação ecoou por toda a cidade, sejam nos bares, comércio, mas nota-se que trata-se de um rápido comentário, onde ninguém quer se expor para não exista complicações futuras com os atuais políticos que conduzem a prefeitura neste momento. Diante da mensagem apresentada pelo ex-prefeito, para a população, logo após ter recebido com muita tristeza a notícia de que seu recurso não fora deferido e de fato ele realmente foi retirado da gestão municipal na calada da noite e por forças políticas que lhe

aplicaram "um golpe", a população se sensibilizou e continua a se lamentar e a acompanhar os Blogs e Posts relacionados ao assunto, mas nada faz no sentido de alguma reivindicação.

Referências

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede: a era da informação – economia, sociedade e cultura. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1999. 618p.

_____ O poder da comunicação. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015. 629p.

GEERTZ, Clifford. A interpretação das culturas. Rio de Janeiro: LTC, 2008

GIDDENS, Anthony. As consequências da Modernidade. (tradução de Raul Fiker). São Paulo: Editora da UNESP, 1991.

GOHN, Maria da Glória. Movimentos sociais na contemporaneidade. Revista Brasileira de Educação, 2011.

LEVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Editora 34, 2000. 264p.

_____ As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática. São Paulo: Editora 34, 1993.204p.

MACHADO, Jorge Alberto. Ativismo em rede e conexões identitárias: novas perspectivas para os movimentos sociais. Sociologias, Porto Alegre, v. 9, n. 18, p. 248-285, jul./dez., 2007.

VILLELA, Marina Cruz Vieira, Ativismo digital: Um estudo sobre Blogs ativistas. Dissertação de mestrado. Universidade de Brasília. 2012

O PROCESSO DE PRODUÇÃO DE INFÂNCIAS NA ERA DAS MÍDIAS DIGITAIS

Eliane de Oliveira Silva

Palavras-chave: Infância. Mídias. Sociedade. Linguagem. Cultura.

Breve descrição da pesquisa

Com a ascensão das mídias e das novas tecnologias a ideia de infância se modificou graças às concepções de cultura vigentes e às relações de classe, gênero, étnico-raciais, entre outros fatores que nos demonstram que existem atualmente diferentes culturas infantis, cada uma delas intrinsecamente ligada a questões dos grupos sociais nos quais estas crianças estão inseridas.

Considerando tal contexto, este estudo procurou analisar o conceito de infância e analisar as diferentes infâncias existentes no Brasil atualmente, entendendo como diversos fatores sociais e as mídias as influenciam.

Objetivos

Esse estudo compreender concepções de infâncias e de culturas infantis e como as crianças são influenciadas socialmente e pelas mídias. Além disso, examinou as linguagens e a produção cultural midiática feita para as crianças.

Material e métodos

Foi realizada revisão de literatura a fim de se compreender como funcionam algumas das relações entre infâncias, mídias e sociedades.

Resultados e discussões

Aranha (2006, p.35) afirma que ao analisarmos as sociedades tribais, perceberemos que as crianças eram vistas como inexperientes, porém não eram separadas dos adultos por serem mais jovens. Nas cidades gregas as crianças conviviam com suas famílias até os sete anos. Depois disso, os meninos se tornavam responsabilidade do Estado, de acordo com as necessidades da pólis. Na Idade Média, a criança era entregue a outra família a fim de ser educada. Ao completar sete anos ela voltava à sua família biológica e era inserida no mundo adulto.

Em 1959 a Organização das Nações Unidas (ONU) apresentou a Declaração Universal dos Direitos da Criança que definiu diretrizes para que os países respeitassem as necessidades básicas das crianças. No Brasil, em 1990 foi promulgado o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA).

No entanto, em alguns países, principalmente do Oriente Médio, no Norte da África, no Sul da Ásia, na África Ocidental e Central, existe a cultura do casamento infantil. Além disso, muitas crianças no mundo, além de serem impedidas de frequentar a escola devido ao trabalho, são submetidas a condições de trabalho precárias, muitas vezes análogas à escravidão.

No Brasil encontramos diferentes infâncias: uma parcela da população brasileira na qual crianças realmente são assistidas e protegidas. Essa pode ser encarada como a infância das elites. Há também a infância dos pobres, que trata dos menos abastados, mas não negligenciados. São filhos de trabalhadores das classes média e baixa que também têm grande contato com as mídias graças ao rádio, internet e à televisão. Na infância dos meninos, eles brincam, constroem coisas, inventam brincadeiras e se aventuram. Os meninos são livres para serem o que quiserem. Já na infância das meninas, existe um apelo social voltado à adultização precoce, por meio de músicas, vestimentas e danças. Existe também a infância dos miseráveis que vivem em extrema pobreza. As mídias a que têm acesso também são rádio e TV e nessas realidades, o número de casos de violência sexual e gravidez precoce são altos, nos levando a refletir o que significa infância nesse contexto.

Em relação às mídias, se por um lado o acesso descomplicado pode ampliar a visão de mundo das crianças, por outro lado, pode se tratar de uma ferramenta alienante. A pesquisadora Felitzen afirma que crianças são representadas em maior frequência em comerciais devido ao seu alto valor de consumo econômico.

Em geral as linguagens midiáticas podem ser tanto verbais quanto não verbais. A linguagem midiática é simples e foi feita para ser consumida em grande escala, inclusive por crianças.

Torna-se então possível compreender que as crianças podem representar um valor econômico altíssimo para as empresas, então investir em mídias para as crianças se tornou um grande negócio.

Considerações finais

A partir desse estudo foi possível compreender que a ideia de infância não é algo natural. Na verdade, é um conceito historicamente produzido e pode variar de acordo com fatores sociais. Também foi possível analisar que existem variadas infâncias no Brasil perpetuadas por suas desigualdades.

A influência que as mídias exercem nas crianças pode ser positiva, caso ajude as ajude a ampliar sua visão de mundo e seus conhecimentos, ou pode ser negativa, ao subrepresentá-las e ao tornarem-nas pequenos consumidores e instigadores de consumo em seus lares.

Por se tratar de uma linguagem simples, sem pré-requisitos, os pequenos consumidores têm acesso fácil aos conteúdos produzidos. São, em sua maioria, conteúdos criados para apresentarem ideias, vender produtos ou fidelizar futuros consumidores.

Referências

ARANHA. M. L. A. História da educação e da pedagogia: geral e Brasil. 3ª ed. rev. e ampl. São Paulo: Moderna, 2006.

FEILITZEN, C. V. Educação para a mídia, participação infantil e democracia. In: FEILITZEN, C. V.; CARLSSON, U.(orgs) A criança e a mídia: imagem, educação, participação. São Paulo: Cortez. 2002.

O QUE A GLOBO NÃO MOSTRA: A COBERTURA DO JORNAL NACIONAL SOBRE AS AÇÕES DO MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE DURANTE O PRIMEIRO SEMESTRE DO GOVERNO DE JAIR BOLSONARO

Milena Carolina de Almeida
Letícia Alves Machado de Souza Lima

Palavras-chave: Ministério do Meio Ambiente; Jair Bolsonaro; Jornal Nacional; Jornalismo Ambiental.

O projeto desenvolvido apresentado faz parte do GEAJA (Grupo de Estudos em Jornalismo Aplicado) e é produzido por alunas do Projeto de Extensão "Jornal Impacto Ambiental - Jornalismo Especializado pela Sustentabilidade" sob a orientação e coordenação do Prof. Dr. ngelo Sottovia Aranha e se concentra na área de Ciências Sociais Aplicadas.

O estudo tem como meta quantificar e qualificar a divulgação de determinadas pautas ambientais reproduzidas em uma rede televisiva tradicional de alcance nacional e um veículo oficial do Governo Federal. Serão analisados conteúdos ambientais do período de 1 de janeiro de 2019 a 31 de junho de 2019, veiculados no Jornal Nacional da rede televisiva Globo, um dos maiores índices de audiência no país. Da mesma forma, também serão analisadas publicações do mesmo período no Diário Oficial da União que estejam relacionadas com ações tomadas pelo Ministério do Meio Ambiente.

À vista disso, será possível estabelecer um paralelo sobre a visibilidade dessas publicações, com os critérios noticiosos utilizados pela rede Globo e o Jornal Nacional.

Com o aparato de uma bibliografia que contemple a pesquisa quali-quantitativa, espera-se que os resultados obtidos sejam capazes de reconhecer a influência da grande mídia em relações entre como a sociedade vê o meio ambiente.

O presente projeto tem como objetivo verificar a visibilidade que a rede Globo dá às pautas ambientais, em subjugo atualmente, devido à tendência de valorização do agronegócio em detrimento à preservação da natureza, apresentada pelo atual presidente da República, Jair Messias Bolsonaro. Com apoio de um embasamento bibliográfico sobre o tema, a visibilidade será medida a partir de uma comparação entre as ocorrências registradas no Ministério do Meio Ambiente do Governo Federal do Brasil, divulgadas no Diário Oficial da União (<http://www.in.gov.br/servicos/diario-oficial-da-uniao>), e as divulgadas pelo Jornal Nacional, programa de jornalismo audiovisual de maior importância no canal de maior audiência da Televião Aberta Brasileira, a rede Globo (BECKER; ALVES, 2015). Espera-se, com isso, refletir sobre o papel e o perfil de atuação da mídia brasileira, no que tange à preservação ambiental.

O estudo se baseia em uma abordagem quali-quantitativa. Em um primeiro momento, será realizada uma pesquisa de cunho bibliográfico, de forma a reunir recursos para que se compreenda os conceitos de jornalismo ambiental e política de anti-ambientalismo, além de um esclarecimento sobre o contexto político-ambiental do Brasil, o papel do Jornal Nacional como fonte de informação para a sociedade brasileira e os riscos que a falta de visualização das pautas relacionadas ao meio ambiente podem acarretar. A partir da seção teórica, será realizada uma análise do Diário Oficial da União e do Jornal Nacional no período de 1 de janeiro a 30 de junho de 2019, primeiro semestre do Governo Bolsonaro, de modo a quantificar estatisticamente quantas medidas foram tomadas pelo Ministério do Meio Ambiente e quantas foram divulgadas pelo Jornal Nacional, promovendo sua visualização para a sociedade brasileira.

Tendo em vista que a pesquisa ainda não foi realizada, espera-se que com a sua conclusão possamos reconhecer a influência da grande mídia na sociedade e os critérios noticiosos perante situações que envolvem o Ministério do Meio Ambiente e seus desdobramentos.

Ressalta-se, por fim, que a importância do presente estudo fundamenta-se na necessidade de elucidar como se dá a cobertura midiática sobre questões relacionadas ao meio ambiente e sobre como ela pode auxiliar na criação de uma consciência ecológica que altera o comportamento da população no sentido de promover a preservação da natureza.

Referências Bibliográficas:

BECKER, V.; ALVES, K. C. Análise da queda da audiência do Jornal nacional e dos Impactos no telejornalismo. Comunicação & Inovação. São Caetano do Sul, v.16, n.32, p 87-102.

IMPRENSA NACIONAL. Diário Oficial da União. Disponível em: <http://www.in.gov.br/servicos/diario-oficial-da-uniao>. Acesso em 13 ago de 2019.

O SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL E A REGULAMENTAÇÃO SOBRE PROPAGANDA DE MEDICAMENTOS

Henrique Camacho

Palavras-chave: Regulamentação; Ação Direta de Inconstitucionalidade; Propaganda de medicamentos; Liberdade de expressão.

Breve descrição da pesquisa: A pesquisa baliza-se pela análise de duas ações diretas de inconstitucionalidade (ADIs): ADI 5424 e ADI 5432. Ambas envolvem a regulamentação de propaganda de medicamentos e insumos da área médica, numa tentativa de compreender se há ofensa à liberdade de expressão quando da criação das leis julgadas inconstitucionais pelo Supremo Tribunal Federal (STF).
Objetivos: Como objetivo remoto destaca-se a busca pela melhor compreensão dos limites constitucionais sobre a normatização da liberdade de expressão e os aspectos relevantes da defesa aos direitos fundamentais e da democracia. Como objetivo próximo tem-se a necessidade de compreender aspectos formais e materiais dos acórdãos proferidos, organizando-os de modo claro e organizado, visando a estruturação de um arcabouço normativo-jurídico proveniente de casos paradigmáticos.
Material e método: o estudo partiu de análise de casos práticos, recentemente julgados pelo STF. Optou-se por analisar as ADI 5424 e 5432, pois observou-se que inseriram o debate acerca da possibilidade ou não de regulamentação da liberdade de expressão sob um viés econômico, ou melhor, sob a possibilidade de limitações ao direito de ofertar produtos sem causar danos a direitos fundamentais individuais ou sociais (v.g. direito do consumidor, direito à saúde).
Resultados e discussões: Ao que tange especificamente as ADIs analisadas, concluiu-se que não foram abordadas questões relevantes e que envolvem a limitação da liberdade de expressão combinada com oferta de produtos e serviços que causem ou possam causar danos (individuais ou coletivos) aos cidadãos. As ações abordaram a Lei 16751/2015, da unidade federativa de Santa Catarina, visando aferir se seria constitucional ou inconstitucional a limitação às propagandas de medicamentos. Entretanto, como se trata de competência exclusiva da União legislar sobre tais aspectos (art. 22, XXIX e art. 220, §3º, II e §4º da CF), não houve uma abordagem material pelos ministros do STF (de conteúdo da norma), restando somente a procedência das ADI por aspectos formais (não foram respeitadas as competências legislativas privativas constitucionais).
Considerações finais: As ADIs não restringiram a liberdade de expressão, pois o mérito delas recaiu sobre aspecto formal, de gênese da norma, vez que não foi respeitada regra de competência legislativa privativa da União (art. 22, XXIX e art. 220, §3º, II e §4º da CF). A previsão constitucional referente a competência privativa da União para legislar a respeito de propaganda comercial embasa-se na necessidade de um regramento uniforme em âmbito nacional. O tema "propaganda de medicamentos", inclusive, já é abarcado pelo Código de Defesa do Consumidor e pelas Leis nº 9.294/96 e nº 6.360/76. Não é possível extrair uma corrente teórica da fundamentação da decisão, em razão de não haver um debate travado propriamente acerca de liberdade de expressão, mas sim sobre competência legislativa privativa da União. Apenas de forma tangente deixa claro que somente por lei federal é possível haver restrição à propaganda comercial de medicamentos, permitindo a salvaguarda das pessoas, diante de informações adequadas sobre produtos e serviços eventualmente nocivos à saúde. Neste aspecto se configura uma perspectiva democrática, a fim de garantir uma postura mais ativa do Estado em benefício do cidadão, que deverá receber correta e completa informação em propagandas sobre medicamentos e similares que estejam regulamentadas por lei federal, respeitado o rigor formal em sua elaboração e promulgação. Trata-se de consolidação de um Estado Democrático de Direito, capaz de promover a liberdade de pensamento e de expressão sem prejuízo de condições normativas para intervir no domínio econômico como agente regulador (MORAES, 2008, p. 45 e 798).
Referências bibliográficas:

BRASIL, Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Poder Legislativo. Publicada em D.O.U. 191-A de 05 out. 1988, p. 1. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: jul.2019.

MORAES, Alexandre. Direito constitucional. 23. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL. Pesquisa de Jurisprudência. Disponível em: <https://portal.stf.jus.br/jurisprudencia/>. Acesso em: jul. 2019.

STROPPA, Tatiana; NAPOLITANO, Carlo José. O Supremo Tribunal Federal e as Políticas Públicas de Comunicação: análise do julgamento do marco regulatório da televisão por assinatura. In: VIII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VIII COMPOLÍTICA). Universidade de Brasília (UnB), 15 a 17 de maio de 2019. Anais. Grupo de Trabalho Políticas de Comunicação. Disponível em: <http://compolitica.org/novo/artigo/o-supremo-tribunal-federal-e-as-politicas-publicas-de-comunicacao-analise-do-julgamento-sobre-o-marco-regulatorio-da-televisao-por-assinatura/>. Acesso em: jul. 2019.

O TIÇÃO: VOZ DA COMUNIDADE NEGRA DIANTE DAS INÚMERAS SILENCIADAS NA DITADURA CIVIL-MILITAR BRASILEIRA

Vanderléia Valéria de Melo
Leandro Brito

Palavras-chave: Revista Tição; Imprensa alternativa negra; Ditadura civil-militar

(1) Breve descrição da pesquisa

Este trabalho tem como objeto de estudo a revista/jornal Tição, periódico produzido por estudantes negros da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e da Pontífice Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS). Opta-se pela denominação revista/jornal, pois o veículo foi produzido em dois formatos: como revista entre 1978 e 1979 e como jornal em uma edição única em 1980.

O Tição teve uma publicação anual, tendo ao todo três edição. O primeiro exemplar chegou às mãos dos leitores em março de 1978. A última edição, publicada em outubro de 1980, foi transformada em um jornal no formato tabloide. A mudança ocorreu, porque os integrantes não tiveram condições de arcar com as despesas da produção de mais uma revista, à época, com preço elevado.

A revista/jornal Tição foi uma das representes da imprensa alternativa negra, que floresceu no Brasil no período da reabertura política (1970-1985). De acordo com Domingues (2007), com a implantação do regime militar (1964), a repressão, a violência e a opressão contra os movimentos negros aumentaram, o que resultou na redução da oposição negra, tornando-a menos atuante.

A luta contra o racismo e a discriminação racial começa a ganhar força novamente no processo de reabertura política, momento denominado como a terceira fase do movimento negro organizado na república (1978-2000). A partir daí, ocorre a fundação do Movimento Negro Unificado (MNU) e o nascimento de vários meios de comunicação voltados aos anseios da população negra, como o Tição.

O Tição pode ser considerado um instrumento de luta e de cidadania para comunidade afro-brasileira, já que era um periódico produzido pela comunidade negra e para a comunidade negra. "A tônica era contestar a ordem social vigente e, simultaneamente, desferir a denúncia pública do problema do racismo. Pela primeira vez na história, o movimento negro apregoava como uma de suas palavras de ordem a consigna: 'negro no poder!'" (DOMINGUES, 2007, p.115).

(2) Objetivos

Com base na análise de reportagens publicadas no Tição, esta pesquisa tem como objetivo identificar os principais assuntos abordados no periódico da imprensa alternativa negra, bem como destacar os aspectos críticos e ativistas deste grupo ao tratar de questões negras na época da ditadura civil-militar, período onde muitos grupos eram silenciados. Este estudo também busca mostrar a importância do discurso produzido pela comunidade negra por meio das reportagens do Tição, em um momento em que grande parte dos meios de comunicação não abriam espaço para discutir os assuntos pertinentes a comunidade negra.

(3) Material e métodos

A fim de atingir o objetivo desta pesquisa, pretendemos realizar a análise das reportagens publicadas nas duas primeiras edições do Tição em formato revista: março de 1978 (primeira edição) e agosto de 1979 (segunda edição). Como metodologias de estudo, usaremos a pesquisa bibliográfica e a Análise do Conteúdo, proposta por Laurence Bardin (2009).

(4) Resultados e discussões

O teor crítico e de responsabilidade social de o Tição já pode ser observado nas chamadas de capa das edições do periódico. Na primeira edição, por exemplo, percebemos na capa a abordagem de três temáticas, muitas delas ainda atuais em torno da educação, política e gênero: "Racismo diz presente na escola", "Escurinho: "o negro tem que evoluir politicamente" e "A mulher negra cansou de ser doméstica".

A chamada principal da segunda edição também não economizou na crítica contra o racismo. Parafraseando o slogan da reabertura política "lenta, gradual e segura" do governo Geisel (1974-1979), a equipe do Tição trazia a seguinte chamada: "Democracia racial lenta, gradual e relativa".

Diante de textos críticos, a equipe do Tição desenvolveu um rico material, importante para a população negra discriminada, oprimida e violentada durante o regime militar, assim dando luz a temas importantes de uma população historicamente reprimida no Brasil. Ou seja, "o Tição se destaca pela contundente cobertura da temática negra e pela denúncia do racismo." (ROSA, 2014, p.558)

(5) Considerações finais

Esta pesquisa ainda em processo inicial de desenvolvimento pretende contribuir com os estudos em torno da imprensa alternativa negra, bem como destacar a importância do periódico Tição na luta contra o racismo, a discriminação e violência racial, durante o regime militar. É uma forma também de colocar em evidência temas importantes e atuais ainda recorrentes em nossa sociedade, resquícios da escravidão, que vigorou no período colonial.

(6) Referências bibliográficas.

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

DOMINGUES, P. Movimento negro brasileiro: alguns apontamentos históricos. Tempo [online]. vol.12, n.23, 2007. pp.100-122.

ROSA, I.C.C.da. Imprensa Negra: descobertas para o Jornalismo brasileiro. Estudos em Jornalismo e Mídia, Florianópolis, v. 11, n. 1, Jul./Dez. 2014. pp. 555-568.

O USO DAS COLOCAÇÕES A PARTIR DE UM CORPUS DE APRENDIZES DE TRADUÇÃO

Emanoel Henrique Alves
Adriane Orenha Ottaiano

Palavras-chave: Tradução; Linguística de Corpus; Corpus de Aprendizes; Fraseologia; Colocações

(1) Breve descrição da pesquisa ou do projeto de extensão universitária:
Trata-se de uma proposta de mestrado com base no projeto A compilação de materiais didáticos e glossários especializados baseados em corpora e sua contribuição para uma Pedagogia do Léxico e da Tradução. O projeto deu origem ao Corpus de Aprendizes de Tradução (CAT), composto de traduções (português-inglês) realizadas por alunos dos cursos de Licenciatura em Letras e Tradução da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", Campus de São José do Rio Preto (ORENHA-OTTAIANO, 2012). Para esta pesquisa, decidimos pela compilação de outro Corpus de Aprendizes de Tradução (CAT 2), seguindo a mesma denominação e metodologia do CAT 1, porém, contemplando alunos do Curso de Letras – Tradutor, da Universidade Sagrado Coração (USC). Fundamentamos nossa pesquisa nos pressupostos teóricos da Linguística de Corpus (MCENERY, HARDIE, 2012; MEYER, 2004) e da Fraseologia (ORENHA-OTTAIANO, 2004, 2009, 2015; MARTELLI, 2007; e TAGNIN, 2013) para observação das colocações como dados linguísticos de forma computadorizada.
Objetivos: O objetivo geral é observar as colocações encontradas no corpus de estudo(CAT 2) por meio de ferramenta de análise de corpus. Também visamos propor sugestões de atividades colocacionais, a partir das dificuldades encontradas no CAT 2.
Material e métodos:
Em relação à metodologia de pesquisa, adotamos a compilação de um corpus de aprendizes que será comparado com o corpus de referência English Web 2013 (enTenTen13), inserido no gerenciador de corpus Sketch Engine (KILGARRIFF et al., 2014), como principal meio de identificação das colocações utilizadas pelos aprendizes de tradução.
Resultados e discussões
O corpus de estudo 2 (CAT 2) contém aproximadamente 80,000 palavras até o momento, sendo um número significativo para o levantamento de dados. Como resultado parcial, observamos algumas colocações a partir de algumas palavras-chave.
Considerações finais:
A fim de colaborar com os estudos da LC e da Fraseologia, mais especificamente investigações acerca de colocações, esta pesquisa busca observar se aprendizes de tradução usam adequadamente as colocações em língua inglesa. Certo de que, uma vez comprovado que um corpus de aprendizes pode ser um norteador pedagógico, sugerimos atividades com base nos dados identificados no CAT 2, a fim de melhorar o repertório lexical dos aprendizes de tradução e futuros profissionais da tradução.
Referências bibliográficas:
KILGARRIFF, A. et al. The sketch engine: ten years on. Lexicography ASIALEX, Hong Kong, v. 1, n. 1, p. 7-36, 2014.
MARTELLI, A. Lexical Collocations in Learner English: a -based approach. Alessandria: Edizioni dell'Orso, 2007.
MCENERY, T.; HARDIE, A. Corpus linguistics: method, theory and practice. Cambridge University Press. 2012.
MEYER, C. English linguistics: an introduction. New York: Cambridge University Press, 2004.
ORENHA-OTTAINO, A. A compilação de um glossário bilíngue de colocações, na área de jornalismo de negócios, baseado em comparável. 2004. 246 f. Dissertação (Mestrado em Estudos Linguísticos e Literários) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.

ORENHA-OTTAINO, A. Unidades fraseológicas especializadas: colocações e colocações estendidas em contratos sociais e estatutos sociais traduzidos no modo juramentado e não-juramentado. 2009. 282 f. Tese (Doutorado em Estudos Linguísticos) – Instituto de Biociências, Letras e Ciências Exatas, Universidade Estadual Paulista, São José do Rio Preto, 2009.

ORENHA-OTTAINO, A. Compilação de um de aprendizes de tradução e análise de aspectos colocacionais. In: ABRALIN EM CENA, 2012, Cuiabá. Anais do Abralin, 2012.

ORENHA-OTTAINO, A. Collocations workbook: um material de apoio pedagógico on-line baseado em para o ensino de colocações em inglês. Revista de Estudos da Linguagem, Belo Horizonte, v. 23, 2015, p. 860.

TAGNIN. O jeito que a gente diz: combinações consagradas em inglês e português. Barueri: DISAL, 2013.

O USO DO FACEBOOK E INSTAGRAM POR UMA ORGANIZAÇÃO FILANTRÓPICA: UM ESTUDO BUSCANDO FORMAS DE ENGAJAMENTO NA PÁGINA E NO PERFIL DO ROTARACT CLUB DE PEDERNEIRAS

Gabriela Frederice

Palavras-chave: Engajamento; Instagram; Facebook; Rotaract; Humanitária.

A busca da compreensão dos algoritmos das plataformas sociais para melhor uso de tais é a realidade nos tempos atuais, isso se dá pelo fato de que a entrega de conteúdo tem mudado, o que antes era visto por um número maior de pessoas, hoje não chega a metade de alguns anos atrás, e isto afeta não apenas as marcas e seus lucros como também, e principalmente, organizações sem fins lucrativos e humanitárias.
O trabalho apresentado faz referência à pesquisa de Iniciação Científica intitulada: O uso do Facebook e Instagram por uma organização filantrópica: Um estudo buscando formas de engajamento na página e no perfil do Rotaract Club de Pederneiras, este estudo encontra-se em andamento e foi devidamente aprovado pela Comissão Interna de Iniciação Científica da USC com o período de execução entre o 2º semestre de 2018 e o 1º de 2019.
O intuito desta pesquisa é entender como é possível melhorar o engajamento da página do Facebook e perfil do Instagram do Rotaract Club de Pederneiras sem que haja o uso de recursos financeiros, explorando os alcances e demandas orgânicas dentro dos ambientes. Deste modo, objetiva-se colaborar com a organização humanitária e sem fins lucrativos no crescimento do engajamento em ações e projetos no ambiente offline por parte da sociedade.
Este estudo se desenvolve de modo qualitativo, com a pesquisa exploratória e experimental, onde se analisa comparativamente três ações de intervenção realizadas tanto no Facebook como no Instagram do Rotaract Club de Pederneiras, para que assim sejam compreendidos formatos e linguagens que geram um maior resultado no quesito de engajamento.
As ações de intervenção foram: a divulgação de um evento focado na temática feminina por meio de estratégia transmedia e interativa entre contas do Instagram e o evento do Facebook; a divulgação de uma matéria específica da revista digital do Rotaract Club de Pederneiras por meio de posts chamativos, tanto no Facebook como no Instagram, para que existisse um maior número de pessoas acessando o conteúdo; e por fim um vídeo, divulgado tanto no Facebook como no Instagram, com viés sentimental mostrando os associados do clube e as relações entre eles, para que assim o público conheça um pouco das pessoas por trás da organização e possam se identificar com tais.
Quando analisados os resultados observou-se maior responsividade com a peça audiovisual, isso se deu por dois fatos: primeiro, o audiovisual é mais apelativo por estimular mais de um sentido e assim retém maior atenção e interesse por parte dos usuários, e segundo, pessoas se conectam a pessoas, tudo é uma rede, e antes de ser online, ela já existe no ambiente offline e deste modo colocar os associados em um vídeo leva o público a esta sensação de conexão pessoal, que vai além da tela de uma rede social que por muitas vezes não espelha a realidade.
A busca do engajamento vai além de uma simples interação, engajar significa que o ser humano do outro lado da rede se importa o suficiente para agir e se envolver na narrativa até mesmo se ela for acontecer fora do meio online. Isso demanda muito mais que realizar uma enquete nas redes sociais ou contar comentários em posts, é necessário humanizar, aproximar e principalmente ser verdadeiro nas plataformas, se faz importante ressaltar que uma comunidade não precisa ser necessariamente grande, mas sim ativa, interessada e engajada.
Usuários não são apenas números, são pessoas que desejam ser tratadas humanamente, além disso, eles possuem suas intenções de consumo de conteúdo, formatos e linguagens que mais os agradam e apenas compreendendo estes fatos se torna possível resultados no cenário online e orgânico, como é o cenário de atuação do Rotaract Club de Pederneiras.

REFERÊNCIAS

BBC Brasil. Quanto dinheiro o Facebook ganha com você (e como isso acontece). G1 – O portal de notícias da Globo, 2016. Tecnologia e games. Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/11/quanto-dinheiro-o-facebook-ganha-com-voce-e-como-isso-acontece.html>. Acesso em: 15 fev. 2018.

GABRIEL, Martha. Marketing na Era Digital: Conceitos, Plataformas e Estratégias. 1. ed. São Paulo: Novatec Editora, 2010.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável. 1. ed. São Paulo: Aleph, 2014.

KOTLER, Philip, KARTAJAYA, Hermawan e SETIAWAN, Iwan. Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

MALHOTRA, Naresh. Pesquisa de marketing: foco na decisão. 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

PIZA, Mariana Vassallo. O fenômeno Instagram: considerações sob a perspectiva tecnológica. 2012. 48 f. Monografia (Bacharelado em Ciências Sociais) - Universidade de Brasília, Brasília, 2012.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica. In:___. DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

O USO DO STORYTELLING NO DESENVOLVIMENTO DAS COOPERATIVAS POPULARES DE BAURU

Ana Catarina Monteiro Cardoso
Beatriz Macedo Souza
Karolayne Costa Nunes

Palavras-chave: Storytelling; Cooperativas Populares; Desenvolvimento; Memória Organizacional; Projeto de Extensão;

O Projeto de Extensão

A INCOP, Incubadora de Cooperativas Populares da UNESP Bauru, é um projeto de extensão da Pró-Reitoria de Extensão da Unesp, a PROEX, criada em 2003. O projeto promove a incubação de cooperativas na região de Bauru, e tem como princípios a economia solidária, autogestão, educação social e equidade de gênero.

No ano de 2015, a INCOP desenvolveu o projeto de incubação "Semeando Vidas", que teve seu início a partir da demanda apresentada por um grupo de mulheres agricultoras assentadas do Assentamento Horto de Aimorés em Bauru, que em contato com a Secretaria Municipal de Agricultura chegou até a INCOP. O objetivo central da incubação foi proporcionar auxílio em temáticas relacionadas à formação em cooperativismo e organização da produção. Em 2018, o projeto finalizou com a formalização da Cooperativa Agroindustrial CoopMulheres, que mediante edital da Cáritas Brasileira e contando com o apoio da INCOP para elaboração do projeto, recebeu recurso para financiar a compra de ferramentas, insumos e o pagamento das taxas para abertura do empreendimento.

Além disso, como um dos resultado do projeto "Semeando Vidas", a ex-graduanda e membro da Incop, Laís Fukuda, produziu um livro que relata as histórias das mulheres do Grupo Mulher. Histórias essas que são apresentadas por meio de relatos e fotografias na obra que foi tema do trabalho de conclusão de curso da Laís em 2018. O livro foi publicado oficialmente pela editora Meraki Publisher.

Objetivos

O objetivo deste resumo é entender e analisar as estratégias comunicacionais utilizadas na produção do livro "Memórias & Raízes" desenvolvido para a Cooperativa de Mulheres Agricultoras do Assentamento Horto Aimorés em Bauru-SP.

Materiais e métodos

Para o desenvolvimento do presente trabalho foi utilizado, como fonte bibliográfica, o livro "Memórias & Raízes", que foi produzido por Laís Fukuda e elaborado a partir de métodos como grupo focal, entrevista em profundidade, história de vida, história oral e técnica de storytelling.

Resultados e discussões

É importante considerar o quão significativo e relevante são os trabalhos e ações que buscam valorizar e dar visibilidade para grupos e comunidades em situação de vulnerabilidade ou exclusão.

O Storytelling, método utilizado para a produção do livro, é uma forma efetiva de proporcionar essa visibilidade, visto que é uma maneira de relembrar o passado, reforçando a memória afetiva e sensibilizando por meio do sentimento de familiaridade e pertencimento.

Segundo Nassar e Cogo (2013, p.88), a produção de um discurso mítico organizacional, ligado aos rituais, contribui para que a organização ganhe significado não só pelos seus artefatos visíveis, mas também pelos seus valores e pressupostos inconscientes, ou seja, assim que uma organização produz um relato, ela reforça um sentido de pertencimento ganhando visibilidade, o que é imprescindível para grupos como as cooperativas populares.

Essa experiência foi vivenciada pela CoopMulheres de Bauru, que pôde registrar as diferentes historias de seus membros produzindo uma memória com relatos e fotos no livro Memórias e Raízes. O objetivo não foi apenas registrar o desenvolvimento do projeto, mas também o espaço conquistado pelas

mulheres do Assentamento e, ao mesmo tempo, discutir sobre uma realidade mais ampla e complexa na qual elas estão inseridas, que é a Reforma Agrária no Brasil.

Considerações Finais

Podemos considerar que o livro Memórias e Raízes foi de extrema importância para a CoopMulheres, visto que contribuiu para a produção do sentido de pertencimento do grupo mostrando que cada uma daquelas famílias eternizadas no livro formam a cooperativa, tem sua própria história, suas experiências pessoais. Isso reforça a memória organizacional, e nos remete a refletir sobre a importância da comunicação na construção de uma identidade e registro da memória.

Referências

Nassar, Paulo; Cogo, Rodrigo. Memória e narrativa organizacional como expressões da cultura organizacional: o poder do storytelling. In: Marlene Marchiori. (Org.) História de memória. 1ed. São Caetano do Sul: Difusão, 2013, v.4, p. 85-99.

Fukuda, Laís. Memórias e Raízes. 1ed. Bauru, 2018

OS DISCURSOS MIDIÁTICOS NA RELAÇÃO VENEZUELA/BRASIL

Letícia Alves Machado de Souza Lima
Maria Cristina Gobbi

Palavras-chave: Memória; Venezuela; Violência; Direitos Humanos

A prática jornalística insere-se como uma esfera de rediscussão dos pressupostos profissionais consolidados, não apenas à medida que pretende acompanhar as mudanças no mercado profissional como, ao mesmo tempo, a partir de um questionamento constante dessas mesmas ações, objetivando a construção coletiva de um espaço de proposição-ação de novos direcionamentos e encaminhamentos das práticas jornalísticas.

Soma-se a isso, ainda, o fato de que o acesso à informação é posicionado como um ingrediente-chave na construção social da cidadania. Entendida como uma porta de entrada a outros direitos, a informação de qualidade permite o ingresso aos mecanismos necessários para o exercício do conjunto dos direitos humanos. A informação jornalística, com base nesse conjunto de pressupostos, é um direito que assegura outros direitos, posto ser um dos atores-chave na mediação das visibilidades das demandas sociais.

Assim, o estudo está sendo desenvolvido no âmbito do Projeto Memória apresentado para a FAPESP (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo), faz parte do Núcleo Integrado de Pesquisa sobre o PCLA (Pensamento Comunicacional Latino-Americano), se concentra na área de Ciências Sociais Aplicadas e é orientado pela Profª. Associada Dr. Maria Cristina Gobbi.

Nele, procura-se compreender a forma da construção da informação em meio às crises humanitárias, através da análise de seus critérios noticiosos, seus gêneros jornalísticos e sua agenda midiática. O objeto de análise do estudo será o cenário de confronto protagonizado por venezuelanos e brasileiros, ocorrido no dia 18 de agosto de 2018 (re)produzidos em um veículo local, a Folha de Boa Vista e um nacional, a Folha de S. Paulo.

Estão sendo analisados sete dias precedentes o dia do acontecimento e sete dias subsequentes. Por meio da revisão bibliográfica, documental, amparadas na análise de conteúdo, buscar-se-á conhecer como os dois veículos fizeram a cobertura noticiosa sobre a violência ocorrida na região de Pacaraima, evidenciando as tensões entre o espaço público e o direito humano. Através de um estudo exploratório será possível conhecer o objeto empírico e delimitar o corpus da pesquisa considerando características da linguagem jornalística ao incluir aspectos do conteúdo das notícias e as categorias definidas.

A pesquisa busca sistematizar os critérios noticiosos utilizados nos jornais Folha de Boa Vista e Folha de S. Paulo, buscando forma de reconhecimento da influência da construção noticiosa sobre a sociedade e sua visão em relação às crises humanitárias, identificar diferenças entre a cobertura de um acontecimento em âmbito local e nacional e entender as construções das narrativas jornalísticas, a partir de conceitos teóricos que integram a formação em jornalismo.

Para a análise da cobertura noticiosa, propõe-se desenvolver, inicialmente, um estudo exploratório que possibilitará conhecer o objeto empírico e delimitar o corpus da pesquisa, bem como os procedimentos que definiram a forma de realização da análise de conteúdo, considerando as características da linguagem jornalística do meio ao incluir aspectos referentes ao conteúdo das notícias e as categorias definidas.

O resultado final poderá reconhecer a influência dos veículos analisados na construção noticiosa sobre a sociedade e sua visão em relação às crises humanitárias, assim como poderá apontar quais foram os critérios noticiosos utilizados, identificando diferenças entre a cobertura jornalística em âmbito local e nacional.

Igualmente importante será o entendimento sobre os direitos humanos e sua relação com o jornalismo, que terá como ponto de partida para essa compreensão os autores. Propondo-se realizar um estudo sobre as narrativas jornalísticas, será fundamental o apoio em teorias disponibilizadas na bibliografia como livros, mas igualmente, em outras pesquisas já realizadas, evidenciando compreender a construção das

narrativas apoiadas nos critérios de noticiabilidade e os valores notícias, buscando responder à questão central de pesquisa.

Os resultados estão sendo organizados em tabelas e gráficos, que possibilitará leituras cruzadas e a articulação dos dados levantados com os objetivos a serem alcançados, visando embasamento para a produção de um artigo final de conclusão da pesquisa.

Referências Bibiliográficas

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. São Paulo:70, 2011. 279 p.

BAUMAN, Zygmunt. Estranhos à nossa porta. Rio de Janeiro: Zahar, 2016. 119 p.

ROMERO, M. X. A.. Ciudadania. In: COLLING, A. M.; TEDESCHI, L. (org.) Dicionário Crítico de Gênero. Dourados: Ed. UFGD, 2015.

PINSKY, J.; PINSKY, C. B. (orgs). História da Cidadania. 2ª Ed. São Paulo: Contexto, 2003.

OS FESTIVAIS DA CANÇÃO DE 1965 A 1968

Gislene Victoria Silva
Dorival Campos Rossi
Jaqueline Costa Castilho Moreira

Palavras-chave: Festival da Canção; Música Popular Brasileira; Ditadura Militar.

Objetivos: Explorar os Festivais da canção entre os anos de 1965 a 1968.
Materiais e Métodos:
Trata-se de pesquisa bibliográfica.
Resultados e Discussões:
Num momento de ditadura militar, repressão política, movimento estudantil, efervescência musical da bossa nova e o início dos altos índices de audiência da televisão. Zuza Homem de Mello relata (2003, p. 58) "o primeiro Festival da TV Excelsior foi lançado no início de 1965, quando a emissora já era líder havia vários meses, segundo o Ibope". Sob o bordão: "Como uma caneta na mão e uma idéia na cabeça", surge o projeto entusiasta de Solano Ribeiro "Os festivais da Canção", conhecido como época de ouro dos festivais que marcaria a história, a estética, revelou grandes compositores, conjuntos e intérpretes da música popular brasileira, a MPB.
Um verdadeiro fenômeno para a indústria cultural, como define Teixeira Coelho (1997, p. 216) "Indústria cultural, indústria do entretenimento; meios de comunicação de massa"; sendo que na época o que se ouvia eram os boleros de Nelson Gonçalves, Anísio Silva e Gregório de Barros.
Cada festival mobilizou e dividiu a opinião pública através das torcidas, das vaias inesquecíveis, lançaram moda e ocuparam as manchetes de jornais com o resultado das eliminatórias, classificação final dos jurados, a gravação de disco com referidos artistas, novatos até o momento e que conquistaram o público, tais como Caetano Veloso, Gilberto Gil, Chico Buarque, Nara Leão, Edu Lobo, Geraldo Vandré, Jair Rodrigues, Wilson Simonal, Gal Costa, Claudete Soares, Raul Seixas, Tom Zé, Elis Regina que já fazia sucesso e outros já consagrados como Tom Jobim, Vinícius de Moraes, Cauby Peixoto, Elizeth Cardoso, Agnaldo Rayol, entre outros.
Sucesso garantido por arranjos e performances bem elaboradas que levantaram plateias e mobilizaram a imprensa, por exemplo, a força de Elis Regina ao defender a canção Arrastão, de Edu Lobo e Vinícius de Moraes, que podemos registrar como o momento que marca os Festivais da Canção. Lançou conjuntos como Os Mutantes e Rita Lee, MPB 4 e o diferencial do movimento estético musical, a Tropicália e os Novos Baianos.
As temáticas das letras das músicas selecionadas eram variadas e abordavam mensagens de amor, carnaval, sorrisos de menina, a força da natureza, o caso de Arrastão de Edu Lobo na interpretação magnífica de Elis Regina, vencedora do festival de 1965.
Porém, havia a forte repressão política após o golpe militar de 1964, desta forma alguns compositores e letristas na genialidade de quem cria, trouxeram mensagens oportunas contra a repressão militar e desigualdades sociais também as conhecidas canções de protesto.
A reação da ditadura, o peso da censura, prisões, torturas, exílios e A.I.5, Ato Constitucional nº5 de 13 de dezembro de 1968, feriu a sociedade e marcou a derrocada dos festivais. "O IV Festival de MPB da TV Record mal haviam terminado, quando coincidindo com a edição do A.I.5, a 27 de dezembro de 1968, Gilberto Gil e Caetano Veloso foram detidos em São Paulo. (VILARINO, 1999, p. 87)".
Em contraponto com a rebeldia, participam dos festivais integrantes do movimento da Jovem Guarda que ao contrário difundiam o rock dançante na influência dos Beatles e do rock dos anos 50 com os ídolos Roberto Carlos, Erasmo Carlos, Ronnie Von, entre outros e os grupos de destaque, tais como Golden Boys, Os Incríveis, Renato e Seus Blue Caps.

Nos anos de 1966 a 1968 acontecem paralelamente os FIC, Festival Internacional da Canção no Rio de Janeiro, promovidos pela Rede Globo de televisão, eventos também de grande repercussão que perpetuam os clássicos da MPB tais como: "Para não dizer que não falei das flores" de Geraldo Vandré, "Sabiá" de Chico Buarque e Tom Jobim. Registra também a vaia histórica a Caetano Veloso como "É proibido proibir" e o discurso inflamado "Vocês não estão entendendo nada", sendo referências de protesto. (RIBEIRO 2002)

Considerações Finais

Os Festivais da Canção, realizados em São Paulo entre os anos de 1965 a 1968 formaram um diferencial entre os demais e muito contribuíram para estabelecer o padrão de qualidade da música brasileira, como "anos de ouro" dentre as demais edições realizadas nas TVs Excelsior e Record, com o projeto de Solano Ribeiro, apoio de Paulo Machado.

O período marca o desenvolvimento da música brasileira, da Bossa Nova, da MPB, compositores e intérpretes, da Tropicália e estética dos Novos Baianos, mas devido a ditadura militar, censura, culminando com o surgimento das canções de protesto, prisões e exílios as edições posteriores foram comprometida.

Referências:

COELHO, Teixeira. Dicionário crítico de política cultural. São Paulo, Editora Iluminuras, 1997.
MELLO, Zuza Homem de. A era dos festivais: uma paranóia. 5ª ed. São Paulo: Editora 34, 2010.
RIBEIRO, Solano. Prepare seu coração. São Paulo: Geração Editorial, 2002.
VILARINO, Ramon Casa. A MPB em movimento- Música, festivais e censura. São Paulo: Olho d'água, 1999.

OS HOLOFOTES ESTÃO SOBRE AS PRANCHAS: A CONVERSÃO DO SKATE E DO SURFE DE ATIVIDADES DE LAZER EM MODALIDADES OLÍMPICAS

Monique de Souza Sant'Anna Fogliatto

Palavras-chave: Skate e Surfe; Espaço Urbano; Midiatização; Modalidades Olímpicas

Esta pesquisa, alicerçada no campo de estudos das Ciências Sociais Aplicadas, nasceu como trabalho final da disciplina "Cultura Midiatizada, Experiência Estética e Mediações Culturais" cujo propósito principal era verificar as aproximações existentes entre a transformação do skate e surfe de atividades de lazer em modalidades olímpicas, tema da pesquisa de mestrado, e as reflexões apresentadas e desenvolvidas no decorrer do curso.

Partindo do princípio de que as duas modalidades são ferramentas de expressões da subjetividade e que toda e qualquer atividade humana é passível da produção de discursos, buscamos relacionar esta linha teórica com as discussões a respeito dos três pilares da disciplina cursada, de forma a entender a relação entre formulação discursiva e os pilares da disciplina cursada. Tentando ampliar para além dos estigmas carregados por estas modalidades e seus praticantes, direcionamos o foco para entendimento do espaço urbano enquanto ambiente de coletividades que não necessariamente compartilham das mesmas mediações culturais, mas fazem deste espaço um ambiente híbrido e dinâmico. Ao conceber o ambiente urbano como espaço de fluxo (Magnani, 1993), entendemos que o espaço é ressignificado por aqueles que o compõem e que, cada um desses sentidos construídos tornam a cidade dinâmica e híbrida, fruto da lugarizarização seus espaços através dos usos que os sujeitos fazem deles. (CANCLINI, 2012; SANTOS,2002).

A cidade passa a ser entendida como resultado das ações humanas, produtos simbólicos destas coletividades. Resgatando a proposta de Rancière (2012), entendemos o meio social como um espaço de sujeitos emancipados, que dão sentido às suas ações tendo como palco o ambiente urbano. Mais do que significá-los, os indivíduos habitantes ou nômades compartilham de um sentindo de unidade que dá sustentação às suas ações e produtos, em uma espécie de partilha do sensível, tal como propõe Rancière. A cidade é comunicativa. Comunicação esta que pode significar troca, intercâmbio, relação. Desta forma, o espaço urbano passa a ser entendido cada vez mais como uma obra aberta, na qual os sujeitos exploram cada vez mais suas potencialidades e se encontram a cada dia mais ativos no processo de sua concepção e gestão. (ECO, 1979)

Porém, essa multiplicidade de usos traz à tona aquilo que convencionou-se chamar de "usos imprevistos". Para Milton Santos (2002, p.76), "É a sociedade, isto é, o homem, que anima as formas espaciais, atribuindo-lhes um conteúdo, uma vida". Estes usos, que outrora tornavam o espaço luminoso, repleto de dinamismo possibilitado pelos produtos comunicativos humanos sobre eles, se tornam espaços opacos no momento em que as práticas desempenhadas são carregadas por estigmas produzidos pelo "alter".

Porém, a midiatização das duas práticas possibilitou a de transformação do retrato construído sobre o skate e o surfe e, respectivamente, de seus praticantes. Sob o viés da análise discursiva, entendemos que o narrar através do aparato midiático concede a quem fala um potencial discursivo impensado quando somente analisamos a comunicação como dialógica e não plural. A ação de construir discursos sobre outros envolve uma infinidade de mediações que não se externam. Mais do que compreender o interdiscurso e as condições de enunciação do mesmo. Produzir discursos também é refletir uma mentalidade que pode ou não ser partilhada por todos, na medida em que concebemos que, na contemporaneidade, consolidamos a figura de um sujeito cada vez mais emancipado no processo comunicativo.

Não podemos mais pensar a comunicação como uma hierarquia vertical responsável por alienar sujeitos e condicioná-los a determinada mentalidade, mas sim entender que os sujeitos estão a cada dia mais questionando seus princípios e os modificando a uma velocidade nunca antes vista. Concluímos, pois,

questionando: A presença do skate e do surfe nas transmissões televisivas será realmente um elemento inovador, haja visto que os discursos sobre eles podem se manter inalterados? De que forma esta midiatização das duas práticas acontecerá, haja visto que precisarão serem "recortados" para caberem na programação? De que forma os discursos construídos sobre as duas modalidades olímpicas pode se alterar ao serem comparadas transmissões e repercussões?

Referências Bibliográficas

ECO, Umberto. A Obra aberta. São Paulo: Perspectiva, 1979

GARCÍA CANCLINI, Néstor. Culturas híbridas. Debolsillo, 2012.

JACOBS, Jane. Morte e vida de grandes cidades. Martins Fontes, 2014.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. "Rua, Símbolo e Suporte da Experiência Urbana". 1993. Disponível em http: //www.Aguaforte.com//antropologia

RANCIÈRE, Jacques. O Espectador Emancipado. Editora WMF Martins Fontes. São Paulo-SP. 2012

SANTOS, Milton. A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção. 2002.

OZUALDO CANDEIAS E A POLÍTICA DE AUTOR NO CINEMA NACIONAL

Natália de Oliveira Conte delboni

Palavras-chave: cinema autoral, teoria do autor, Ozualdo Candeias

RESUMO:
Ozualdo foi um dos cineastas brasileiros que lideraram o Cinema Marginal Nacional entre os anos 1968 a 1973. Característica desse movimento foi o decalque da cultura de massa como forma de refutá-la em crítica social. Esse trabalho investigou os indícios da presença da Política de autores em suas obras de longas-metragens desse período. Para isso utilizou referências de teóricos do cinema nacional e da teoria geral do cinema.

BREVE DESCRIÇÃO:
O Autorismo é a teoria que buscou identificar o cineasta como autor único de obras cinematográficas, elevando-o ao status de artista, como atores da literatura. Isso por que diretores podem exprimir marcas identitárias em conjunto de obras de determinados períodos ou durante toda vida produtiva, algo que se pode reconhecer em obras de Hitchcock e Welles. Segundo estudos de Xavier, em "Sertão Mar", no Brasil há Glauber Rocha como representante dessa teoria.
A partir de 1968, com o regime ditatorial nacional o cinema vive período de recessão e controle das obras produzidas. Nesse período os temas permeiam o decalque, a reprodução de conteúdo midiáticos, a violência e escracho. Assim, esse trabalhou investigou como o cinema de Candeias, produzido entre 1968 a 1973, representa o Cinema Marginal a partir da visão do autorismo.

OBJETIVOS
O objetivo foi analisar o cinema de Candeias na perspectiva da teoria da "Política de Autor". O artigo elencou categorias reincidentes em suas obras, como a utilização de câmeras em espaços abertos, zoom e fotografias.

MATERIAIS E MÉTODOS:
Foram consideradas obras: A Margem (1967), Meu Nome é Tonho (1969), A Herança (1970-1971) e Caçada Sangrenta (1973). Para apoio teórico, autores do cinema como Robert Stam e brasileiros como Xavier e Bernardet.

RESULTADOS E DISCUSSÕES:
Após a 2º Guerra Mundial, as produções cinematográficas procuram por mais autenticidade e a revista francesa Cahiers du Cinéma teve papel decisivo nessa forma de se pensar. Seus escritores, se tornariam cineastas do movimento "Política de Autores", entre eles Godard, Truffault e Chabrol.
No Brasil, o Cinema Novo aderiu ao autorismo, principalmente Glauber. O próximo movimento propôs trabalhar com as temáticas da cultura popular e midiática em modelo de reprodução paródica e crítica, o que em direção oposta ao autorismo glauberiano.
No entanto, em todos objetos analisados pode-se perceber a presença da do cineasta, sendo que nesse trabalho identificou-se matrizes reincidentes em formas de close ups e zoons e nas temáticas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS
Nas obras analisadas foi possível identificar matrizes que caracterizariam Candeias como um diretor que dialoga com a Política de Autor. Entre as matrizes mais marcantes estão o enquadramento e a construção temática; como as imagens de populares locais e a valorização do riso como crítica. Assim, é possível considerar que Candeias imprime características próprias em suas obras, mesmo fazendo parte de um movimento de estética clara como o Marginal.

Bibliografia Básica
AUMONT, Jacques. As teorias dos cineastas. Campinas, SP: 2004.
BERNARDET, Jean-Claude. O autor no cinema: a política dos autores – França, Brasil anos 50 e 60. São Paulo: Brasiliense – Editora da Universidade de São Paulo, 1994.

STAM, Robert. Introdução à teoria do cinema. Campinas, SP: Papirus, 2003
XAVIER, Ismail. Sertão Mar: Glauber Rocha e a estética da fome. São Paulo, Cosac e Naif.

PARALELOS DE DESIGN E GÊNERO: TRANSDISCIPLINARIDADE ENTRE PRAZER E FAZER

Guilherme Cardoso Contini
Dorival Campos Rossi
Larissa Maues Pelucio Silva

Palavras-chave: Transdisciplinaridade, Sex Design, Gênero, Design, Prazer

Introdução

Esta pesquisa busca analisar os paralelos do Design e do gênero sob uma perspectiva transdisciplinar que confronta o prazer e o fazer. Como análise de relevância são pontuadas interfaces possíveis entre sexo e design em conjunto com o caráter transdisciplinar visto entre discursos de teóricos das Ciências Sociais e do Design para referenciar o campo emergente do Sex Design. A desmistificação e inclusão da temática no âmbito científico é fator determinante para converter o que hoje é ruptura em um processo de normalidade.

Objetivos

Esta pesquisa pretende, como objetivo geral, analisar a relevância dos paralelos de Design e gênero, destacando a transdisciplinaridade estrutural no confronto "fazer e prazer". Referenciando a emergência do Sex Design.

Como objetivos específicos, pretende-se 1) Analisar a transdisciplinaridade que estrutura a diálogo entre prazer e fazer; 2) Desmistificar e incluir a temática sobre sexo e prazer no processo criativo do designer em busca da normalização de tal discussão na área. 3) Possibilitar o diálogo entre o Design e as Ciências Socias buscando a ruptura e afirmação do potencial da interface visível entre sexo, prazer e Design, além da criação de um laboratório modelo na área.

Material e Métodos

Pretende-se traçar paralelos entre os caminhos históricos no campo do Design e das Ciências Sociais sob a perspectiva do gênero e do prazer a fim de promover uma construção teórica sólida para o campo emergente chamado Sex Design. Dessa forma, se apoiando em teóricos como Cardoso (2013) e Flusser (2013), é possível analisar questões sobre a reconfiguração do mundo (que foi tido como o "mundo real") em torno dos artefatos, além de explorar as questões do design com o espaço no discurso atual, considerando tecnologia e a ascensão de um modelo maker de "como projetar".

Resultados e Discussões

Segundo Edward Laumann, vivemos agora sob a égide de uma "ética sexual recreativa" (2000), se apoiando em pilares como o sexo e o prazer no consumo de emoções, direcionando a economia do desejo. Neste projeto a atenção é voltada justamente para as coisas como agentes importantes dessas relações entre afetos, desejos, mercado e prazer. Partindo de reflexões sustentadas pelo campo do Sex Design, é necessário dialogar com as propostas foucaultianas (1988) acerca de sexualidade enquanto dispositivo e dos discursos como constituidores de verdades, para pensar o lugar dos/das designers como profissionais que constroem tais artefatos.

Em paralelo a este viés, a fim de conectar o Design ao sexo, vemos os profissionais dessa área como quem poderia estar atuando diretamente na concepção e/ou na análise de artefatos voltados para a satisfação do prazer. Se de um lado existem "uma série de elementos – estratégias de marketing, projetos arquitetônicos e design gráfico – associados aos objetos em venda que compõem uma cultura material bastante rica para a análise antropológica" (GREGORI, 2010:121); de outro, ao observarmos a aproximação visual de objetos criados para sex shops com eletrodomésticos, transparece a ideia de que se tem a pretensão de tornar os exercícios sexuais prática rotineira e normal. Como se os seus designers estivessem sugerindo isso aos consumidores (GREGORI, 2010, p. 64), e nessas sugestões, o designer atua como projetista, além de exercitar a aproximação de um "olhar antropológico" necessário ao Design (RODRIGUES, 2005, p. 1).

É deste princípio contemporâneo que surge a ideia da criação do Erótica LAB: um laboratório modelo a ser replicado e constantemente modificado pelo Brasil que funciona como um grupo de pesquisa e discussão, entrelaçando diversas áreas que envolvam o sexo, o prazer, o gênero e o erotismo.

Considerações Finais

Esta pesquisa busca analisar os paralelos do Design e do gênero sob uma perspectiva transdisciplinar que confronta o prazer e o fazer. Como análise de relevância são pontuadas interfaces possíveis entre sexo e design em conjunto com o caráter transdisciplinar visto entre discursos de teóricos das Ciências Sociais e do Design para referenciar o campo emergente do Sex Design. A desmistificação e inclusão da temática no âmbito científico é fator determinante para converter o que hoje é ruptura em um processo de normalidade com a aplicação em um laboratório modelo, o Erótica LAB, que opera entrelaçando diversas áreas do que envolvam o sexo, o gênero e o prazer.

Referências Bibliográficas

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

FLUSSER, V. O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

FOUCAULT, M. História da sexualidade I: a vontade de saber. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1988.

GREGORI, M. F. Erotismo, mercado e gênero: Uma etnografia dos sex shops de São Paulo. 2012. 45 f. (Artigo) – Cadernos Pagu, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2012.

RODRIGUES, I. Antropologia e Design: o Olhar Antropológico do Designer. 2005. 13f.

PERSONALIDADE: A UTILIZAÇÃO DOS JOGOS DE PAPÉIS NA EDUCAÇÃO INFANTIL, UMA CONTRIBUIÇÃO VIGOTSKIANA.

Camila Monghini Mantovan
Priscila Ishiki Barbosa

Palavras-chave: Personalidade; Psicologia Histórico Cultural; Formação de Professores e Jogos de papéis

Breve descrição do projeto de extensão

O presente trabalho derivou de dois grupos. O primeiro é do Curso de Extensão "Moralidade, Escola e Contemporaneidade I e II" (GEPEDEME), fundamentado no construtivismo. O segundo, do Grupo de Estudos e Pesquisas em Linguagem (GEPELin) o qual estuda referências do Interacionismo Sociodiscursivo (ISD). Ambos com foco na formação de professores pesquisadores.

Objetivos

Com base na Psicologia Histórico-Cultural, discute-se a importância e implicações dos jogos de papéis na formação da personalidade na criança. Esta revela que a atividade guia é representação futura de valores sociais, concepções e interpretações do mundo. Assim, desenvolve-se qualitativamente as relações que serão vivenciadas pelo estudante.

Materiais e métodos

Foram utilizadas, na base teórica, a Psicologia Histórico-Cultural e suas contribuições acerca do desenvolvimento humano. Além dos inúmeros subsídios oferecidos pelos conhecimentos provindos do Curso de Extensão que aborda a questão da moralidade e valores.

Os métodos se referem a utilização dos jogos de papéis com as crianças e os artigos utilizados para aprofundar o desenvolvimento teórico.

Resultados e discussões

Em síntese, a gênese da personalidade são "relações dialéticas entre fatores externos e internos sintetizados na atividade social do indivíduo" (MARTINS, 2007). Tais relações integram o meio escolar, o qual tem a responsabilidade de desenvolver onmilateralmente o sujeito. Pois, "o fato do homem nascer e viver na sociedade, (...) não garante sua socialidade" (MARTINS, 2007).

O estudo sobre a personalidade, assim, desdobra questões psicológicas e valores sociais apreendidos pelo aluno. Estes são observados sincreticamente, porém objetivados como forma de engendrar novas atividades, formar ou reorganizar processos psíquicos e mudar tal personalidade (MARTINS, 2007).

Esse desenvolvimento, portanto, trata de aspectos que são construídos socialmente, historicamente e culturalmente. Nesse sentido, o professor precisa de uma intencionalidade que vá "além de explicações baseadas em modelos mecanicistas ou modelos organicistas de desenvolvimento" (FACCI, 2004).

Tendo estas considerações, a psicologia Histórico-Cultural demonstra ser importante ao pensar assuntos relacionados a evolução humana e educação e periodização do desenvolvimento psicológico. Nesta perspectiva, este se dá por meio das atividades guia ou principais. Elas são as que desenvolvem qualitativamente o indivíduo no processo de aquisição de sua realidade (pensamento sincrético e por complexo). Dessa forma, segundo Facci (2004), o fundamental do psiquismo humano é seu desenvolvimento por meio da atividade social.

Leontiev (FACCI, 2004) afirma que estas condicionam mudanças importantes nos processos psíquicos da criança e nas particularidades psicológicas da sua personalidade. São 6 atividades, sendo uma delas o jogos de papéis sociais.

Esta se dá na pequena infância e se refere a jogos e representações do mundo adulto que são criadas e encenadas pelas crianças. O conteúdo do jogo é, fundamentalmente o homem, sua atividade e suas relações (FACCI, 2004).

A criança, segundo Bissoli (2014), representa simbolicamente as atividades realizadas e desenvolve sua forma de compreender o mundo, as pessoas e si mesma. Dessa forma, o jogo traz consigo a representação

da realidade construída em seu imaginário, a partir do mundo adulto, e que infere no seu comportamento e construção da personalidade.

Considerações finais

Logo, o professor, durante os jogos de papéis sociais, não deve apenas participar e dirigir a brincadeira, mas também analisar a situação e perceber como estes constroem o conhecimento sobre as atividades. Lazaretti (2016) argumenta que este deve enriquecer, nos jogos, o "conteúdo de valores e regras sociais que são fundamentais para se relacionar com o mundo circundante, em direção à almejada formação humana".

Referências bibliográficas

BISSOLI, Michelle de Freitas. Desenvolvimento da personalidade da criança: o papel da Educação Infantil. Psicologia em Estudo, vol. 19, núm. 4, 2014, pp. 587-597, Maringá, Brasil. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/pe/v19n4/1413-7372-pe-19-04-00587.pdf>. Acesso em: 06 ago 2019.

FACCI, Marilda Gonçalves Dias. A periodização do desenvolvimento psicológico individual na perspectiva de Leontiev, Elkonin e Vigotski. Cad. Cedes, Campinas, vol. 24, n. 62, p. 64-81, 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ccedes/v24n62/20092.pdf>. Acesso em: 06 ago 2019.

MARTINS, Lígia Márcia. A formação social da personalidade do professor: um enfoque Vigotskiano. Campinas: Autores Associados, 2007.

Lígia Marcia; ABRANTES, Angelo Antonio; FACCI, Marilda Gonçalves Dias. Periodização Histórico-Cultural do desenvolvimento psíquico: do nascimento à velhice. 1° ed. Campinas, 2016.

POLÍTICAS PÚBLICAS DE COMUNICAÇÃO NO SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL: DECISÃO DA CORTE SOBRE A LEI DE ACESSO À INFORMAÇÃO EM ESTADO DA FEDERAÇÃO

Carlo José Napolitano
Tatiana Stroppa

Palavras-chave: políticas públicas; comunicação social; Supremo Tribunal Federal; liberdade de expressão do pensamento; lei de acesso à informação.

O presente trabalho foi extraído de pesquisa em andamento que considera que a partir da década de 90 o Supremo Tribunal Federal passou a exercer um papel de centralidade nas decisões políticas brasileiras, além de executar a sua função precípua de guardião do texto constitucional. Algumas dessas decisões políticas, por hipótese, impactaram e impactam os meios e as atividades da comunicação social, influenciando, especialmente, a forma de exercício da liberdade de expressão do pensamento e, em consequência, da democracia e da cidadania, bem como estabeleceram critérios jurídicos que balizam a formulação e implementação de políticas públicas de comunicação. Nesse sentido a pesquisa visa analisar decisões proferidas pelo Supremo Tribunal Federal no período de 1988 a 2016 e que tenham relação com a temática proposta, no intuito de investigar se há um modus operandi do Supremo Tribunal Federal nos julgamentos acerca das políticas públicas de comunicação e relacionados à liberdade de expressão do pensamento. A técnica de pesquisa escolhida para cumprir o objetivo principal proposto é a análise de julgados das decisões do Supremo Tribunal Federal, em uma abordagem de natureza analítica indutiva. Também, como objetivo secundário, está sendo realizada pesquisa bibliográfica, de natureza dedutiva, sobre assuntos correlatos à temática, como a liberdade de expressão do pensamento, a limitabilidade e o núcleo essencial dos direitos fundamentais e, por fim, do processo decisório (deliberação) do Supremo Tribunal Federal, em especial, da deliberação ou diálogo externo do Supremo com a sociedade civil organizada e com os meios de comunicação social. Para cumprir o objetivo principal da pesquisa, foram pesquisadas no site do Supremo Tribunal Federal as ações constitucionais (Ação direta de Inconstitucionalidade - ADI, Ação Declaratória de Constitucionalidade – Ação Direta de Inconstitucionalidade por Omissão - ADO, Arguição de Descumprimento de Preceito Fundamental - ADPF e ADO) relacionadas com a temática investigada. A pesquisa empírica foi realizada no portal do Supremo Tribunal Federal onde há um sistema de pesquisa de jurisprudência através de palavras-chave. A pesquisa utilizou os termos "liberdade de expressão", "liberdade de imprensa", "políticas de comunicação" e "políticas públicas de comunicação". Os mesmos argumentos foram utilizados em solicitações de pesquisa jurisprudencial à Seção de Pesquisa de Jurisprudência do Supremo. Com esses termos, foram localizadas 66 ações, algumas não diretamente relacionadas ao objeto da pesquisa. Feitas as exclusões necessárias, dentre elas a não pertinência temática, cujos critérios serão explicitados na comunicação oral, chegou-se ao número total de 40 que tratam da temática das políticas de comunicação/liberdade de expressão do pensamento. O presente trabalho visa, especificamente, apresentar e debater os achados da pesquisa relacionados à impugnação, via ADI 5275, de lei de acesso à informação produzida pelo Estado do Ceará. A ADI foi proposta pelo Procurador-Geral da República questionando dispositivos de lei cearense. A lei de iniciativa do Executivo Estadual, definiu regras para a implementação do acesso à informação naquela unidade federativa. O PGR alega vício formal de iniciativa da lei por impor condições onerosas aos demais Poderes, em especial, ao determinar a criação de órgãos gestores da informação nos demais Poderes do Estado, em especial, no Legislativo e Executivo, bem como vício material por afronta à separação dos poderes. A corte, por unanimidade e nos termos do voto do relator Ministro Alexandre de Moraes, reconheceu a procedência parcial do pedido pois considerou que a lei ao estabelecer "modificações estruturais na órbita administrativa dos Poderes Legislativo e Judiciário estaduais, bem como do Ministério Público e dos Tribunais de Contas, implicam afronta ao princípio constitucional da Separação de Poderes", declarando inconstitucional tais dispositivos da lei cearense. Não há no acordão menção à

liberdade de expressão, mas há uma referência sobre a importância das leis de acesso que dão concretude ao princípio da publicidade, corolário da liberdade de informação. O projeto está sendo financiado pela Chamada Universal – MCTI/CNPq n. 1/2016 – Faixa A, Processo n. 400602/2016-4.

POLÍTICAS PÚBLICAS PARA A DIVERSIDADE CULTURAL NA AMÉRICA LATINA: BRASIL, ARGENTINA E EQUADOR

Viviane Lindsay Cardoso

Palavras-chave: america latina, diversidade cultural, politicas publicas,

Este artigo analisa três estudos distintos sobre Políticas de Comunicação na América Latina no Brasil, na Argentina e no Equador. O estudo foi resultado pesquisa financiada pelo CNPq com o objetivo de identificar e sistematizar as matrizes teóricas e metodológicas da produção intelectual brasileira sobre diversidade cultural nas políticas públicas de comunicação para audiovisual do período de dez anos, de 2006 a 2016, nos periódicos classificados como A1, A2, B1 e B2 pela plataforma Sucupira (2013-2016). A metodologia utilizada foi a revisão integrativa.

POR UMA REFLEXÃO SOBRE A BIOÉTICA: QUAL O PAPEL DA ARTE EM TEMPOS DE CRISE E RETROCESSO?

Laryssa Valencise
Regilene Aparecida Sarzi Ribeiro

Palavras-chave: Bioarte; Bioética; Biotecnologia; Genohype; Sistemas vivos

1.Este trabalho estuda produções em bioarte que instigam o debate bioético de práticas científicas contemporâneas. Foram analisadas obras de Oron Catts e Ionat Zurr categorizadas por possuir sistemas orgânicos, segundo distinção proposta por Nomura (2011), bem como maior enfoque crítico voltado ao fenômeno do genohype.
2.Realizar um breve panorama da bioarte, levando em consideração seu papel como exercício da bioética. Analisar as obras do The TC&A Project visando debater o uso de material orgânico na arte e suas implicações ético-sociais.
3.Pesquisa teórica, bibliográfica e descritiva do tipo qualitativa, de natureza básico-pura a partir da coleta de dados e análise documental que compreende a identificação, verificação e apreciação de documentos (bibliográficos e obras visuais). Análise de conteúdo por meio da descrição das obras escolhidas para pesquisa.
4.Em resposta à obsessão genética que se instalou na sociedade após a Revolução Biotecnológica dos anos 70, a bioarte se apropria do contexto científico para produzir objetos críticos.
Dentre os artistas que se empenham nessa vertente, estão Oron Catts e Ionat Zurr, com o The TC&A Project. Ambos os pesquisadores desenvolvem pesquisas que refletem sobre a vida e sobre as implicações éticas de manipulá-la. O TC&A Project investiga a fundo os semi livings: partes de organismos complexos que são mantidas vivas fora do corpo e coagidas a crescer em formas predeterminadas.
Em Semi living worry dolls (2000), Catts e Zurr referenciam a lenda guatemalteca das bonecas quitapesares desenvolvendo sete semi-vivos à base de polímeros degradáveis e suturas cirúrgicas. Segundo a lenda, quando se conta as preocupações às bonecas, elas são capazes de resolvê-las. Os artistas nomearam cada boneca de forma irônica e provocativa, cada qual aludindo a uma inquietação relacionada aos excessos da atual ciência: Verdades Absolutas; Biotecnologia; Capitalismo, Corporações; Demagogia, Destruição; Eugenia; Medo (Fear); e Esperança (Hope).
Os materiais pouco convencionais - tecidos de pele, músculo e ossos - crescem e rompem o polímero, aludindo às bonecas tomando vida e adquirindo proporções particulares. A imagem dessa transição se torna distorcida e amedrontadora, remetendo à ambiguidade de esperança e medo que surgem a partir do momento em que a humanidade deposita suas aflições sobre a biotecnologia.
Já em 2007, os artistas criaram a boneca G (Gene) apenas para poder assassiná-la, em An Irreversible Performative Execution. Tal atitude enfatiza uma posição contrária à visão DNA-cêntrica, na qual "o código é vida e vida é informação" (Tissue Culture and Art Project, 2014, tradução nossa)
5.A união entre arte e vida, tendência característica da contemporaneidade, é levada ao extremo com a bioarte. Por abordagens de tactical media, os artistas passaram não só a falar sobre vida, mas a utilizá-la como própria matéria prima do trabalho, provocando reflexões no campo ético, político e cultural da biotecnologia.
De acordo com CAE (1998 apud SANTOS, 2013, p. 27)
"Se a grande ciência pode ignorar o holocausto nuclear e a aniquilação das espécies, parece seguro assumir que as preocupações sobre a eugenia, ou qualquer outra possível catástrofe não será muito significativo nas suas deliberações sobre política (...) é do interesse no pancapitalismo racionalizar a carne, e, consequentemente, é do interesse financeiro da grande ciência ver que esse desejo se manifesta."

Portanto, cabe à arte intervir a favor do debate bioético por meio de obras como as de Catts e Zurr, que, através do cultivo de tecidos e da execução simbólica do gene, propuseram o fim do pensamento reducionista na biotecnologia.

6.ABOUT the TC&A Project. The Tissue Culture and Art Project. Disponível em: <http://lab.anhb.uwa.edu.au/tca/about/>. Acesso em: 13 ago. 2019.

CAPRA, Fritjof. As conexões ocultas: Ciência para uma Vida Sustentável. São Paulo: Editora Cultrix, 2005.

IONAT Zurr. SymbioticA, 2011. Disponível em: <http://www.symbiotica.uwa.edu.au/residents/zurr>. Acesso em: 13 ago. 2019.

NOMURA, Luciana Hidemi Santana. Bioarte brasileira e vida artificial: investigação teórica e prática artística. 2011. Dissertação (Mestrado em Artes Visuais) - FAV/UFG, Goiânia, 2011. Disponível em: <http://repositorio.bc.ufg.br/tede/handle/tde/2789>. Acesso em: 13 ago. 2019.

ORON Catts. SymbioticA, 2011. Disponível em: <https://www.symbiotica.uwa.edu.au/residents/catts>. Acesso em: 13 ago. 2019.

SANTOS, David Rodrigues dos. A ética que nos protege: A responsabilidade social da bioarte. In: FRADE, Cáscia; PAPE, Cristina; MANHÃES, Rejane. Ética, Arte, Ciência e Filosofia. Rio de Janeiro: Decult/Comcultura, 2013.

SEMI living doll G. The Tissue Culture and Art Project, 2014. Disponível em: <http://lab.anhb.uwa.edu.au/tca/semi-living-doll-g-3/>. Acesso em: 13 ago. 2019.

SEMI living worry dolls. The Tissue Culture and Art Project, 2013. Disponível em: <http://lab.anhb.uwa.edu.au/tca/semi-living-worry-dolls/>. Acesso em: 13 ago. 2019.

POR UNA EDUCACIÓN CON EQUIDAD DE GÉNERO: ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS DIGITAIS DO MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO DO CHILE PARA UMA COMUNICAÇÃO NÃO-VIOLENTA ENTRE GÊNEROS.

Beatriz Carvalho de Souza
Carla Negrim Fernandes de Paiva

Palavras-chave: Equidade de gênero; mulher; cultura de paz.

Descrição da pesquisa:
Este trabalho aborda a perspectiva comunicacional de gênero nas escolas chilenas, que será estudada a partir da cartilha Por una equidad de género, produzida pelo Ministério da Educação do Chile, e dos conteúdos relacionados ao tema disseminados no mesmo período nas redes sociais, que serão analisados pela Análise de Conteúdo, proposta por Bardin. Nesse contexto, traçaremos um paralelo entre o pensamento de Johan Galtung, sobre violência cultural e Carol Gilligan, a partir da ética do cuidado.
Objetivos:
Considerando a importância de estabelecer normas para a igualdade de gênero nas sociedades, o objetivo deste estudo é refletir sobre a forma chilena de concretizar uma cultura de equidade de oportunidades para homens e mulheres, atrelando o conteúdo da cartilha e das redes sociais a construção da sociedade atual misógina que acarreta no conceito de violência cultural, proposto por Johan Galtung e sob a perspectiva da ética do cuidado, de Carol Gilligan.
Material e métodos:
A metodologia utilizada, além da revisão bibliográfica, que trata de assuntos como a comunicação para a paz e a ética do cuidado, foi a Análise de Conteúdo, descrita por Bardin (2009) que consiste em sistematizar o material a ser analisado através de categorias- agrupamento de características comuns de elementos (BARDIN, 2009).
O material coletado foi publicado nas páginas do Facebook do MINEDUC (Ministérios da Educação do Chile) e do Ministério da Mulher e Equidade de Gênero chileno (com o objetivo de observar como o ministério que visa a igualdade de gênero contribui para essa questão no âmbito educacional) a partir de março de 2018. Essa data foi escolhida, pois foi neste momento que foram feitas as propostas de ação, pensando na cartilha, e observou-se quais conteúdos sobre o tema começaram a ser publicados. No total, foram coletadas 32 postagens (14 do MINEDUc e 18 do Ministério da Mulher e Equidade de Gênero), para observar os pontos tratados em consonância com a cartilha.
Resultados, discussões e considerações finais:
A partir da análise de conteúdo realizada e das articulações teóricas, é possível perceber que este trabalho, realizado pelo Ministério da educação chileno, procura sanar a violência cultural (GALTUNG) e estabelecer uma sintonia entre ética da justiça e ética do cuidado (GILLIGAN), optando por novos olhares para uma nova geração de alunos e professores a partir de um documento acessível e integrado às novas tecnologias e pequenas postagens associadas ao tema.
Sob a perspectiva dos conteúdos abordados nas redes sociais, conclui-se que os assuntos são abordados de forma clara, objetiva e integrada aos pontos discutidos na cartilha Por una equidad de género, divulgando questões de discussão sobre o tema. Ainda assim, é uma iniciativa recente que, possivelmente, desdobrará em novas postagens e iniciativas equivalentes.
É possível perceber então que os sites e as redes sociais agem aqui como ferramenta e um espaço para a disseminação de um conteúdo que está além do Ministério da Educação do Chile ou de uma questão governamental que atinge apenas um país. É um assunto que permeia todas as nações de formas diferentes, cuja solução é única: o estabelecimento da paz.
Referências bibliográficas:
BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. 4ª edição, Lisboa: Edições 70, 2009.

BEAUVOIR, S. O Segundo Sexo - vol 2. A experiência vivida. 2ª edição. São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 1967.
CASTELLS, M. Redes de indignação e esperança. Edição revista e ampliada. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
CHILE. Ministerio de educación. Por una equidad de género, 2018.
CHILE. Ministerio de educación. Educación para la igualdad de género: Plan 2015-2018, 2014.
FARNÉ, A.; FERRÁNDEZ, F. X. L. Comunicación para la Paz: una propuesta pedagógica para el Cambio Social. Opción, Ano 32, n. 9, p. 644 - 662, 2016
GALTUNG, J. Violencia Cultural. Gernika Gogoratuz: 2003.
GILLIGAN, Carol. Uma voz diferente. 1982.

PROGRAMAÇÃO JORNALÍSTICA NO RÁDIO DESTINADA AO PÚBLICO INFANTO-JUVENIL: TEMÁTICA E FORMA COMPOSICIONAL DOS PROGRAMAS MAMBEMBEIRO (RÁDIO NACIONAL) E UNESPINHA (RÁDIO UNESP)

Michele Letícia Custódio

Palavras-chave: Rádio e criança; Público infanto-juvenil; Programação radiofônica; Jornalismo

Descrição da pesquisa

O rádio é um meio dinâmico, capaz de adequar-se às novas tecnologias, às diferentes demandas de público e de aprimorar suas técnicas e estilos, conforme os recursos de cada época (FERRARETO, 2014). Apesar de toda essa versatilidade, que sempre se adapta às novas tecnologias, nem todos os públicos são contemplados pela programação radiofônica, entre eles pode ser citado o de crianças e adolescentes (HAUSSEN, 1988). As emissoras não investem na produção de conteúdos voltados para este segmento justamente por não acreditarem em um retorno financeiro ou em uma audiência significativa. Esquecem-se, porém, de que poderiam estar formando um novo público, além de contribuir para a literacia midiática de uma camada fundamental da população. Justamente por isso, a presente pesquisa busca compreender as características temáticas e de estruturação dos programas Mambembeiro (Rádio Nacional) e Unespinha (Rádio Unesp FM), uma vez que se trata de iniciativas diferenciadas voltadas para o público infanto-juvenil, as quais, de certa forma, resistem num cenário radiofônico marcado pelo entretenimento mainstream. Para tanto, visa-se analisar a linguagem e o estilo, as abordagens, os gêneros e formatos empregados em cada atração, bem como caracterizar as semelhanças e diferenças entre elas.

Objetivos

Identificar as características (temática, estilo, forma composicional) dos programas radiofônicos Mambembeiro e Unespinha, verificando a articulação dos elementos da linguagem radiofônica (códigos verbal, sonoro e musical); avaliar as temáticas abordadas pelas atrações, destacando os temas mais recorrentes; assimilar pontos convergentes e divergentes entre os dois objetos; e descrever as formas de participação do ouvinte (sites institucionais, blogs, páginas no Facebook).

Material e métodos

Realizou-se levantamento bibliográfico e documental para estabelecimento dos parâmetros teóricos e metodológicos da investigação, com destaque para os tópicos linguagem radiofônica, gêneros jornalísticos e de entretenimento no rádio, relação entre infância e mídia, novas formas de consumo radiofônico, produção radiofônica especializada para crianças e adolescentes, pesquisa exploratória e estudo de caso. Com base nesses parâmetros, procedeu-se à análise do corpus, formado por 10 edições do Mambembeiro e 13 do Unespinha e selecionando de maneira a contemplar episódios que apresentassem a maior variedade de conteúdos e formatos, ainda que os programas tenham características relativamente estáveis. Por isso, a seleção foi aleatória, sem respeitar recortes temporais. Foi feita audição, decupagem e transcrição completa dos programas, para identificação dos objetivos propostos.

Resultados e discussões

O Unespinha tem como temas mais recorrentes assuntos voltados à educação, datas festivas e saúde. O estilo de texto é conservador, com um uma locução infantilizada. Trata-se de um programa majoritariamente musical, alternando entre pequenas notas e duas ou três canções por bloco. Não possui uma divisão de blocos delimitada, podendo variar de sete a 10 blocos por edição. Além disso, o programa não possui canais de participação do ouvinte, concentrando-se apenas no e-mail oficial da emissora. Já o Mambembeiro é um programa que tem como característica principal simular um picadeiro de circo. Utiliza um texto ritmado, cheio de trocadilhos e descontraído. Cada edição possui um tema específico, podendo ser definido por época do ano ou assuntos em alta na sociedade, como ano novo e imigração, respectivamente. O produto apresenta uma estrutura semi-fixa, alternando entre notas, músicas,

entrevistas e quadros. Assim como o Unespinha, não possui uma divisão de bloco determinada, variando em cada edição. Durante o programa são divulgados formas de contato com a produção, como WhatsApp, caixa postal e endereço.

Considerações finais

Nota-se que as duas atrações apresentam pouca exploração do gênero e dos formatos jornalísticos no texto, fazendo uso, na maioria das vezes, apenas de notas e entrevistas. A pesquisa mostra que, ainda que os programas procurem atingir a criança, repetem fórmulas, como um estilo de locução infantilizada e o uso excessivo de músicas. Sendo possível destacar a falta de abordagem de temáticas contemporâneas por parte do Unespinha.

Referências bibliográficas

FERRARETTO, Luiz Artur. Rádio: teoria e prática. São Paulo: Editora Summus Editorial. 2014.

HAUSSEN, Doris Fagundes. "Rádio e criança: um estudo sobre a ausência de programação infantil nas emissoras de Porto Alegre". Dissertação de Mestrado. São Paulo: ECA - USP, 1988.

PROJETO #SAVETHEFILM: UM PROJETO MULTIPLATAFORMAS EM PROL DA FOTOGRAFIA ANALÓGICA

Laís Akemi Margadona
Ana Beatriz Pereira de Andrade

Palavras-chave: Fotografia; Fotografia analógica; Design; Design Gráfico; Contemporaneidade.

Este trabalho apresenta o processo de criação do "Projeto #savethefilm", pesquisa teórico-prático idealizada a fim de divulgar a fotografia analógica num ambiente de franca popularidade da plataforma digital. Uma estratégia multiplataformas foi traçada, envolvendo criações em fotografia, mídias digitais e peças de design gráfico. Um website foi definido para a divulgação de materiais educativos e também como catalisador das criações do projeto. Buscou-se colocar em prática competências relacionadas às mídias visuais, de forma a aumentar a atratividade do website para praticantes e também novos entusiastas da fotografia em filme. Esta pesquisa foi desenvolvida ao longo de duas iniciações científicas e um trabalho de conclusão de curso em Design – Habilitação em Design Gráfico, com financiamento parcial da Pró-Reitoria de Pesquisa (PROPe/UNESP). É fruto também de pesquisas realizadas nos laboratórios de Design e Fotografia da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC/UNESP, campus Bauru, Brasil).

A metodologia consistiu inicialmente em revisão bibliográfica para o entendimento do contexto da fotografia em filme na contemporaneidade conectada. Artigos científicos a respeito dessas investigações foram apresentados e publicados em congressos nacionais e internacionais. No eixo prático, foi realizada a criação fotográfica nas plataformas analógica e digital. Para tanto, as dependências do Laboratório de Fotografia da FAAC/UNESP foram utilizadas para uso do estúdio fotográfico e também processamento de filmes preto-e-branco. Para fotografias coloridas, minilabs terceirizados na cidade de Bauru (SP) e Ibitinga (SP) foram contratados para revelação e digitalização dos filmes.

Na área de design gráfico, foi realizada a elaboração de identidade visual apropriada para veiculação online e impressa, criação de mockups de produtos para possível venda em loja virtual para divulgação e sustento do projeto, e um livro, em que consta o processo completo de produção, da pesquisa aos produtos finais. Também, em ilustração, dois infográficos educativos sobre o processo analógico foram elaborados após pesquisa teórica e trabalhos práticos em laboratório. Tais infográficos foram desenhados a fim de ilustrar matérias educativas no site do projeto.

Na seção de mídias digitais, foi desenvolvido o layout de um website na plataforma Wordpress, apoiado por perfis nas redes sociais Facebook e Instagram. Entrevistas a fotógrafos e designers relevantes ao contexto da pesquisa foram realizadas via internet para alimentação dos primeiros conteúdos do website. Foi também efetuada a curadoria dos trabalhos destes artistas para a criação de uma seção no website denominada "Galeria 24 poses", de forma a enaltecer o trabalho de fotógrafos independentes e criar-se uma coleção online de imagens para repertório visual.

O memorial do projeto pode ser acessado na plataforma de portfólios de design Behance (disponível em: behance.net/gallery/68925977/Projeto-savethefilm). Neste website, é possível acessar o relatório/livro em que consta o trabalho completo de pesquisa, disponível também na plataforma ISSUU (disponível em: issuu.com/laisakemi/docs/savethefilm).

Como resultado, o Projeto #savethefilm é um plano global de diversas ações no design gráfico, fotografia e mídias digitais. Além da investigação teórica a respeito dos rumos da fotografia analógica, intentou-se realizar trabalhos práticos nas mídias citadas, de forma a aumentar o alcance do projeto e exercitar competências adquiridas ao longo do bacharelado em Design Gráfico. Como próximos passos, espera-se atualizar o website e mídias sociais com os conteúdos pesquisados e testar exequibilidade dos mockups dos produtos da futura loja virtual do website. Dessa maneira, espera-se que os resultados dessa pesquisa

estimulem fotógrafos e artistas a resgatar a estética analógica, bem como suscitar reflexões sobre as práticas de ressignificação do analógico e do artesanal na fotografia contemporânea.

Referências bibliográficas

BROWNER, Robert E. Fotografia: Arte e Técnica. 7. ed. revisada e ampliada. São Paulo: Agência Editora Iris, 1967.

HENRIQUES, Fernanda; MARGADONA, Laís Akemi; GADOTTI, Marcela. O pensar híbrido contemporâneo no design e na fotografia: diálogos entre o artesanal e o digital. Educação Gráfica, v.21, n.1, 2017, p.198-208.

LOMOGRAPHY Lomo Life – The Future is Analog: The Story. Londres: Thames & Hudson, 2012.

MARTINS, Nelson. Fotografia: da analógica à digital. 3. reimpr. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2014.

MONFORTE, Luiz Guimarães. Fotografia pensante. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 1997.

SCHISLER, Millard W. L. Revelação em preto-e-branco: a imagem com qualidade. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

PROJETO DE EXTENSÃO "PRODUÇÃO RADIOFÔNICA: O SOM NAS MÍDIAS"

Thiers Gomes da Silva
Renan Magalhães Almeida

Palavras-chave: Som, Rádio, Adaptação, Ouvintes

A proposta deste projeto é contribuir com a proliferação de informações sobre as produções que envolvem o áudio, por meio da transmissão de programas radiofônicos que estimulem, na audiência, discussões e reflexões sobre o uso do som nos meios de comunicação.
Nota-se que é crescente importância que as novas tecnologias de comunicação assumem na contemporaneidade fornecendo muitas opções de mídias aos ouvintes. O aprimoramento da combinação entre o som e a imagem, em produções audiovisuais, é impulsionado pela necessidade humana de buscar uma plena identificação entre a realidade e a ficção, neste sentido, o som pode estimular diversas emoções nos expectadores. É importante a ocorrência planejada do trabalho com o som tanto no áudio como também no audiovisual porque a constante evolução / transformação da ciência e de seus derivados tecnológicos pode fazer com que o expectador aprecie ou valorize as mensagens ou produções nas quais os seus elementos constituintes, som e imagem, estejam muito mais próximos da sua realidade ou da sua cultura a qual possam representar.
Objetivos:
a) Estudar e identificar a situação a evolução do uso do som em determinadas produções de áudio e audiovisuais; b) Realizar entrevistas, questionários pré-elaborados, por meio da rede social, com a audiência radiofônica sobre temas que envolvem o uso nas mídias e também com a participação de ouvintes interessados em estúdio de gravação (laboratório de rádio); c) Proceder com a análise do conteúdo gerado e a pesquisa de coleta de dados e bibliográfica para, posteriormente, produzir as transmissões radiofônicas; d) Estimular assuntos e informações de interesse comum na audiência que envolvam o uso do som nas mídias, onde espera-se incentivar o debate cultural e artístico; e) Com os programas já gravados e editados com a duração mínima de 15 minutos, a proposta de transmissão poderá ser quinzenal, de acordo com à supervisão de produção da emissora rádio Unesp FM, campus de Bauru, SP.
Material e métodos:
No desenvolvimento das atividades propostas neste projeto de extensão são associados os conhecimentos adquiridos nas disciplinas teórico-prática do curso de graduação em Radialismo da FAAC, com os trabalhos práticos direcionados à audiência radiofônica da Rádio Unesp FM. E, para operacionalizar as atividades desta proposta de projeto de extensão (pesquisa bibliográfica, pesquisa de campo e coleta de dados), os seguintes procedimentos metodológicos são realizados conforme princípios e técnicas de Marconi e Lakatos (2015) e Bardin (2009). A entrevista com a audiência por meio de questionário pré-elaborado pode permitir à equipe desta proposta de projeto de extensão, saber quais as informações (para o conteúdo a ser elaborado para os programas) podem ser úteis ao ouvinte. Visto que o procedimento desta atividade não é debater com o ouvinte, mas por meio do questionário pré-elaborado fornecer um tempo para que o ouvinte possa refletir antes de enviar as respostas.
Resultados e discussões:
Espera-se como resultado, por meio da audição dos programas radiofônicos, desta proposta de projeto de extensão, que o conteúdo sobre o uso do som nas mídias a ser transmitido, potencialize ideias, valores e informações que estimulem o debate cultural e artístico na audiência, facilitando com isso, o diálogo e a noção de comunidade, com objetivos comuns e significativos entre os indivíduos.
Pretende-se com este trabalho, estimular a comunicação social, por meio dos programas radiofônicos, sobre temas e discussões sobre a comunicação por meio do áudio ou do audiovisual, despertando o gosto e a interação do público pelos temas que serão transmitidos. Será usado como indicador de resultados, o

resultado da verificação e análise das respostas, das críticas e das sugestões do ouvinte dos programas radiofônicos quanto ao que foi transmitido, por meio da quantidade de mensagens (da audiência) postadas na rede social (a ser elaborada para o tema da proposta deste projeto). As informações enviadas pelos ouvintes, por meio da rede social, podem ser uma forma de participação na produção de conteúdos para os programas, trata-se de um possível estímulo a uma espécie de ação comunitária.

PROSELITISMO NA RADIODIFUSÃO COMUNITÁRIA: ANÁLISE DE NOTÍCIAS SOBRE A ADI 2566 VEICULADAS EM SITES BRASILEIROS

Deborah Cunha Teodoro

Palavras-chave: comunicação social; direito à comunicação; direitos fundamentais; proselitismo; radiodifusão comunitária.

O presente projeto de pesquisa, em sede de doutorado, objetiva verificar como se deu a cobertura das notícias referentes a ADI 2566, ação direta de inconstitucionalidade que versa sobre a proibição de proselitismo de qualquer natureza em emissoras de radiodifusão comunitárias, a partir das notícias veiculadas pelos portais do STF e dos jornais "Folha de S. Paulo", "Estadão" e "O Globo". Pretende-se reunir subsídios para ratificar a hipótese de que as notícias acerca da temática veiculadas pelos portais relacionados endossam as decisões da instância máxima da Justiça brasileira, colaborando para impedir o avanço do debate sobre a comunicação no país.

O objetivo é averiguar se as mencionadas coberturas jornalísticas são capazes de informar o público a ponto de gerar reflexão e debate sobre a democratização da mídia no país, tendo em vista o papel das emissoras públicas comunitárias, ou se apenas endossam as decisões do Supremo sobre a matéria. Também será possível verificar o grau de profundidade que cada um dos portais pesquisados dispensou às notícias publicadas, a partir da análise do discurso de linha francesa a elas aplicada. E ainda compreender o papel de tais portais noticiosos como representantes de seus segmentos, sejam eles institucional - inserido no âmbito da comunicação pública - ou midiáticos – cuja análise recai sobre os gêneros jornalísticos informativo, interpretativo e opinativo, conforme a classificação brasileira de Luiz Beltrão, adotada por José Marques de Mello, e os critérios de noticiabilidade -, bem como difusor de comunicação e conhecimento para o exercício da cidadania.

Serão analisadas as notícias veiculadas pelos portais supramencionados no interstício de 2001, ano de proposição da ADI 2566, e 2018, de prolação da sentença. O recorte da pesquisa abrange as 22 notícias publicadas no portal do STF, duas no do jornal "Folha de S. Paulo", oito no do "Estadão" e uma no do jornal "O Globo", que foram escolhidos pela pertinência temática e relevância no contexto midiático nacional. A pesquisa bibliográfica, análise documental e análise do discurso de linha francesa (AD) das notícias selecionadas compõem o aparato teórico-metodológico hábil a este estudo.

A partir da comparação do conteúdo dos portais examinados, serão constatadas as diferenças e similaridades na cobertura midiática da ADI 2566 capazes de indicar se estimularam a criticidade para uma efetiva atuação cidadã pela democratização da mídia no país. É neste contexto que a pesquisa ora proposta pode contribuir para apontar possíveis falhas e sugerir caminhos que levem a avanços no setor.

Referências

AMOSSY, R. (2017). Apologia da Polêmica. São Paulo: Editora Contexto. 224 p.

ARAUJO, L. A. D.; NUNES JÚNIOR, V. S. Curso de Direito Constitucional. 12ª ed. rev. atual. São Paulo: Saraiva, 2008.

BINENBOJM, G. Meios de comunicação de massa, pluralismo e democracia deliberativa. As liberdades de expressão e de imprensa nos Estados Unidos e no Brasil. Revista Eletrônica de Direito Administrativo Econômico (Revista da EMERJ), v. 6, n. 23, 2003. Disponível em: https://bdjur.stj.jus.br/jspui/bitstream/2011/68115/meios_comunicacao_massa_binenbojm.pdf. Acesso em: 20 ago. 2017.

CARVALHO, L. G. G. C. de. Direito de Informação e liberdade de expressão, Rio de Janeiro: Renovar, 1999.

GADET, F.; HAK, T. Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Tradutores: Bethania S. Mariani... (et al.) – 3ª ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1997. (Coleção Repertórios).

MACHADO, J. E. M. Liberdade de Expressão. Dimensões constitucionais da esfera pública no sistema social. Coimbra: Coimbra, 2002.

____. Liberdade Religiosa numa comunidade constitucional inclusiva. Coimbra: Coimbra Editora, 1996.
MAINGUENEAU, D. Análise de discurso: a questão dos fundamentos. In: Cad. Est. Ling., Campinas, (19): 65-74, jul/dez. 1990.
____. A análise do discurso e suas fronteiras. In: Matraga, Rio de Janeiro, v. 14, n. 20, p. 13-37, jan/jun. 2007.
____. 2005. Gênese dos Discursos. Tradução de Sírio Possenti. Curitiba: Criar Edições. 189 p.
MELO, J. M. de. A opinião no jornalismo brasileiro. Petrópolis: Vozes, 1985.
ORLANDI, E. P. Discurso e leitura. São Paulo: Cortez, 1988. 118 p.
____. Michel Pêcheux e a análise de discurso. In: Estudos da Língua(gem). Vitória da Conquista, n. 1, p. 09-13, junho/2005.
PÊCHEUX, M. Analyse automatique du discours: Publié avec le concours du Centre national de la Recherche scientifique. Collection Sciences du Comportement. Paris: Dunod, 1969.
ROLIM. R. R. Direito à Comunicação: possibilidades, contradições e limites para a lógica dos movimentos sociais. Recife: Oito de Março Gráfica e Editora, 2011. 200 p.
SILVA, J. A. Comentário contextual à Constituição, Malheiros Editora, 2005.
TAVARES, A. R. Curso de Direito Constitucional, 6ª ed., Editora Saraiva, 2008.
ZÉMOR, P. La Communication Publique. Paris: PUF, Col. Que sais-je?. Tradução de Elizabeth Brandão, 1995.

PUBLICIDADE NAS REDES SOCIAIS DIGITAIS: AS PREMISSAS TEÓRICAS QUE EMBASAM ESSA POSSIBILIDADE

Bruna de Mello Franco

Palavras-chave: Publicidade. Rede Social. Marketing. Digital.

DESCRIÇÃO DA PESQUISA

Os dispositivos móveis atrelados às redes sociais digitais, tornaram-se cada vez mais imprescindíveis no cotidiano da sociedade. O presente artigo abordará o uso dos aplicativos de comunicação social digital como plataformas para anúncios publicitários, levando em consideração a relação destes com o novo consumidor.

OBJETIVO

Identificar o embasamento teórico para as novas possibilidades da atuação da publicidade no meio digital, seguindo as novas tendências do consumidor moderno.

MATERIAIS E MÉTODOS

A metodologia contou com um levantamento de informações através da pesquisa bibliográfica, explorando materiais já publicados relacionados ao tema para fundamentar e identificar as teorias que embasam e justificam as possibilidades da presença de anúncios publicitários nas redes sociais digitais.

TECNOLOGIA E SOCIEDADE

A realidade atual não se resume apenas às alterações nos mecanismos de propagação informações, mas também no modelo de consumo adquirido pelos usuários. O indivíduo passa a utilizar essas ferramentas como suporte profissional, financeiro, ideológico, político, cultural, entretenimento e científico, ou seja, um conjunto de conhecimentos compartilhados em tempo real que possibilita um intercâmbio de ideias, além de colaborar com a construção de um banco de referências diante dos mais diversos aspectos. Castells (2000) denomina esse fenômeno como sociedade em rede, capaz de integrar toda atividade humana, bem como a ordem de nossa existência individual e coletiva justamente adaptada pelo novo meio tecnológico. Tal reflexão permite o início da compreensão dos atuais meios e métodos de interação entre os indivíduos, levando em consideração as novas formas de criar, especular e difundir conteúdos para uma massa ligada por uma espécie de teia comunicacional.

PUBLICIDADE E PROPAGANDA E SUAS ADAPTAÇÕES PARA O DIGITAL

Ao decorrer dos anos as formas de comunicação passaram por evoluções e revoluções no que diz respeito ao surgimento de novos meios para realização de troca de informações e interação entre emissor e receptor. Para Pinho (2000), a web – multimídia da internet – traz consigo vantagens significativas em comparação aos meios tradicionais de comunicação, pois os anúncios veiculados nessa rede acesso a abrangência do caráter interativo e instantâneo que os canais da internet oferecem. Essas possibilidades concedidas através do aumento dos recursos de disseminação de conteúdo, proporcionaram transformações e adaptações nas formas de fazer publicidade, uma vez que as novas ferramentas exigiram então adequações de conteúdo, tanto em relação ao seu formato como em sua composição, bem como entender quais as relações dos indivíduos com esses novos sistemas, oriundos principalmente do advento da internet.

O NOVO CONSUMIDOR

Karsaklian (2009), define consumidor como algo que é parte do ser humano, o qual é dotado de características distintas como motivações, personalidade, necessidades e percepções, sendo que os mesmos buscam por ambições, espaços e realizações particulares. No que diz respeito as influências da tecnologia nas formas de consumo na atualidade "as tecnologias marcam profundamente a totalidade do corpo social através dos modos de produção e de consumo, das formas de comunicação e da normalização da vida social". (LEMOS, 2002, p.113). Para Kotler (2010), para que as marcas desenvolvam ações e campanhas que sejam relevantes para a realidade social e cultural, os profissionais do Marketing precisam

entender sobre algumas premissas de antropologia e sociologia, só assim será possível reconhecer os paradoxos culturais existentes na sociedade e principalmente no público a ser contemplado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A medida em que os meios se modernizam o homem é capaz de traçar funcionalidades que atendam às necessidades ao seu redor adaptando-se as tendências e conveniências. A realidade atual não se resume apenas às alterações nos mecanismos de propagação informações, mas também no modelo de consumo adquirido pelos usuários. Os profissionais da Comunicação precisam estar atentos às novidades que o mercado digital oferece, tanto em questões funcionais, como na elaboração de estratégias de anúncio de acordo com o público que tais plataformas abrangem. Ao tentar compreender suas necessidades e desejos, torna-se concebível a ideia de prever as preferências do consumidor e trabalhar não só o conceito da peça publicitárias, mas também o posicionamento da marca como um todo.

REFERÊNCIAS

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. 2ª ed. São Paulo: Aleph LTDA, 2012.
KARSAKLIAN, Eliane. Comportamento do consumidor. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
KOTLER, Philip. Marketing 3.0. Rio de Janeiro: Elsevier Editora Ltda, 2010.
LEMOS, André. Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2002.

PUBLICIDADE, JORNALISMO E A CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA NA REVISTA ÉPOCA

Camila Fernandes
Pedro Luis Bueno Berti
Vanessa Grazielli Bueno do Amaral

Palavras-chave: Cibercultura; Convergência Midiática; Jornalismo; Publicidade.

Na sociedade moderna, o avanço das tecnologias da informação e da comunicação desencadeou um processo de fusão de atividades e elementos que antes operavam separadamente no complexo dos media. Esse processo ocorreu paralelamente à transformação da própria estrutura do ambiente social e das relações entre indivíduos, grupos e nações, que se tornaram cada vez mais fluídas e interativas.

Do ponto de vista teórico, alguns pesquisadores adotaram o termo "convergência midiática" (JENKINS, 2015) para se referirem ao processo de integração técnica, estratégica, imagética e expressiva pelo qual passaram os meios de comunicação nas últimas décadas, enquanto que ao processo de confluência nas atitudes, hábitos e costumes de diferentes grupos sociais se convencionou chamar "hibridização cultural" (CANCLINI, 2012).

Jenkins (2015) distingue as características da internet dos outros meios de comunicação pela perspectiva que ela oferece de um maior ativismo por parte dos usuários. A diferença, segundo o autor (2015, p. 293), se encontra entre a chamada "push media" (mídia empurrada: em que as mensagens vão a público, quer este as procure ou não) e a "pull media" (mídia puxada: que serve aos que têm interesse ativo em buscar informações sobre determinado assunto). Em outras palavras, a internet atingiria os chamados militantes enquanto os meios convencionais de comunicação atingiriam os indiferentes.

No entanto, a mobilização virtual proporcionada pela internet não ocorre de maneira uniforme, mas antes espelha o caráter multifacetado dos próprios internautas, imprimindo em cada tipo de mobilização a identidade de grupos e perfis de consumo. A tarefa que por ora se apresenta aos meios de comunicação tradicionais diz respeito à adequação da linguagem e do conteúdo utilizado em suas publicações a esse tipo de consumidor ativo que surgiu no contexto da cibercultura.

Este trabalho tem como objetivo verificar a estratégia de convergência midiática adotada na revista Época, tanto em sua linha editorial como em suas publicidades. Para isso foi realizada uma análise dos conteúdos editoriais e publicitários na edição nº 1082 da revista, publicada no dia 01 de abril de 2019. A análise do conteúdo editorial foi feita de acordo com Bardin (1977) através da categorização dos textos em três possibilidades de classificação: (1) texto interpretativo, (2) texto informativo, e (3) texto provocativo. Foram selecionadas todas as reportagens da edição, com exceção das colunas opinativas e entrevistas pingue-pongue. Já as publicidades foram categorizadas por segmentos e analisadas segundo a presença ou ausência dos 31 critérios propostos por Gonzales (2003).

Os resultados obtidos indicam que das nove reportagens, quatro apresentam um tipo de texto jornalístico interpretativo, três possuem um tipo de texto informativo, e duas um tipo de texto provocativo. Oito reportagens apresentaram algum elemento de convergência com a internet, enquanto apenas uma reportagem não incluiu em seu texto alguma referência convergente com meios digitais. Quanto aos resultados obtidos na análise publicitária, quatro categorias foram encontradas em todos os anúncios, sendo elas: texto, marca (símbolo da organização), imagem e logomarca/nome do produto. Podemos destacar a presença de texto, ou seja, argumentação verbal racional, emocional ou mista. A presença desse elemento se relaciona com a característica da missão da revista, que é de preparar a vida o público através de seu conteúdo.

Outros dois elementos estavam presentes em 8 dos anúncios. São eles título (mensagem que junto com a silagem responde a metade da atenção do consumidor) e site. Indicar um site consumidor também corresponde a possibilidade de levar conteúdo complementar para entendimento do tema anunciado.

Jenkins (2015) afirma que na era da convergência toda marca é vendida, todo consumidor é cortejado por múltiplas plataformas de mídia, cuja eficiência depende da construção de canais de participação dos consumidores aos produtores de conteúdo. Tanto as reportagens quanto os anúncios da edição da revista analisada apresentaram referências a sites e mídias sociais digitais, o que pode ser entendido como o intuito de levar o conteúdo da revista e dos anúncios para outros espaços, o que atenderia a demanda por informação e cumpriria a missão editorial de levar informação que prepare o leitor para a vida.

Ainda que de maneira incipiente, a revista Época ousou adotar uma linguagem mais moderna, cibernética, ampliando o acesso a discussões oriundas da esfera virtual, assim como se preocupou em criar uma fidelização de seu público às marcas que anunciam na revista.

REFERÊNCIAS

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

CASAQUI, Vander. Por uma teoria da publicização: transformações no processo publicitário. Significação, n.36, p 131-151, 2011.

GONZALES, Lucilene. Linguagem publicitária: análise e produção. São Paulo: Arte & Ciência, 2003.

RECURSOS DE ACESSIBILIDADE A MATERIAIS DIDÁTICOS E PARADIDÁTICOS DESTINADOS A ALUNOS COM DEFICIÊNCIA VISUAL DAS ESCOLAS DA REDE PÚBLICA MUNICIPAL DE BAURU

Agnes Campos de Faria
Suely Maciel

Palavras-chave: Acessibilidade, Deficiência visual, escolas,recursos, estudantes

O tema central da pesquisa é voltado para os recursos de acessibilidades das escolas municipais da rede pública de Bauru e o levantamento do número de alunos com deficiência visual matriculados nessas escolas. Através de entrevistas e visitas nas escolas também será realizado o levantamento de quais recursos acessíveis estão disponíveis e quais são faltantes A mídia sonora é apresentada como um recurso de acessibilidade para os materiais didáticos, no qual a pesquisa mostra histórico e as vantagens dessa forma de acessibilidade.
Objetivos: Contribuir para a discussão sobre acessibilidade e inclusão e superação das barreiras de acesoo a educação e comunicação,obter subsídios para a produção futura de material didático, paradidático e de apoio em mídia sonora acessível, realizar levantamento documental sobre a realidade do ensino inclusivo nas escolas públicas.
Materiais e métodos: Os materiais utilizados para a realização da pequisa são levantamentos bibliográficos e documentais sobre a educação acessível, e os parâmetros de acessibilidade de forma geral principalmente voltados para o município de Bauru. A metodologia utilizada será a leitura desses levantamentos e estudos sobre acessibilidade, visitas nas escolas e entrevistas com os alunos que apresentam deficiência visual.
Resultados e discussão: A discussão em torno da pesquisa é voltada para a acessibilidade encontrada nas escolas municipais da rede pública de Bauru, e se elas realmente auxiliam e são satisfatórias para os estudantes que apresentam a deficiência visual. Além disso a pesquisa também discute como a mídia sonora, um recurso não tão conhecido é uma forma simples, de custo baixo e eficiente como um meio de acessibilidade. Os resultados obtidos são que entre os alunos matriculados na rede pública municipal, três alunos do ensino infantil e quatro do ensino fundamental apresentam algum tipo de deficiência visual.As escolas que apresentam alunos com deficiência visual são, EMEF Etelvino Rodrigues Madureira, EMEF Maria Chaparro Costa, e o Núcleo de Ensino Renovado Lydia Alexandrina Nava Cury. Essas escolas apresentam materiais como a máquina Braille, porém tais recursos não são utilizados na maioria das vezes utilizados, pois as professores não conhecem os recursos ou tem dificuldade de utiliza-los com os alunos.
Referências: Sites: https://www.fundacaodorina.org.br/; http://www.bibliotecafalada.com/; http://www.ibc.gov.br/
Textos e trabalhos: Trabalho de conclusão de curso Somos Todos Alunos (BARBIERI, L.F, MARQUES. P, GARCIA V ; Um panorâma da educação inclusiva no ensino fundamental municipal de Bauru; Bauru; 2014), GiROTO C ; As tecnologias nas práticas pedagógicas inclusivas; 2012; p 35; VIGIL. L; Manual Urgente para Radialistas Apaixonados; 1995; MAIA .
W ;Inclusão e reabilitação da pessoa com deficiência visual: um guia prático; 2017

RELAÇÕES SUJEITO-OBJETO CONTEMPORÂNEO DO DESIGN DE ANIMAÇÕES PARA EDUCAÇÃO INFANTIL: UM OLHAR PARA O PROJETO TE VEJO NA ESCOLA.

Joyce Carr

Palavras-chave: Design de Animações; Design Contemporâneo; Educação; Infância; Design Social.

1 Introdução

Este artigo busca fazer relações sujeito-objeto acerca do projeto Te Vejo na Escola, extensão universitária da Universidade Estadual Paulista que produz animações educativas tematizadas em sustentabilidade e cidadania para crianças do ensino fundamental.

Caracterizados como Geração Alpha, nascidos a partir dos anos de 2010, o público alvo das animações, nativos da era digital, apresentam comportamentos frente a mídia tecnológica e novos conceitos de aprendizagem. Será abordada relação entre o público e o produto do projeto, discorrendo-se sobre a função social do design contemporâneo na tecnologia e na educação.

2 Objetivos

O objetivo desse artigo é apresentar uma perspectiva da infância para os designers, auxiliando nas diretrizes de produção adequada a esse público no contemporâneo.

2 Procedimentos metodológicos

A metodologia adotada é teórica, exploratória e qualitativa, desenvolvida a partir de levantamento bibliográfico e síntese. Discutiu-se sobre o design contemporâneo como gerador de valor para o audiovisual e a educação, as características da criança da Geração Alpha como consumidora de produtos audiovisuais e as diferenças dos produtos destinados às gerações anteriores, bem como o projeto Te Vejo na Escola e sua responsabilidade social.

3 Discussões e resultados

As pesquisas e teorias do design enquanto ciência na contemporaneidade apoiam-se em outras disciplinas. Atrelado à pluralidade de conhecimentos, o design tem suas áreas e subáreas, mas também transita entre disciplinas que, aparentemente, não pertencem ao escopo do design. Sua característica interdisciplinar e transdisciplinar pode ser resumida nas expressões "design e" e "design com", conforme explica Moura (2018).

Nesse contexto, o design contribui como ferramenta para uma educação que transita nas diferentes áreas, trazendo uma nova roupagem para os métodos de ensino. Segundo Jobim (2010), a prática pedagógica tradicionalista não está mais adequada à sociedade atual. A criança já inicia a escolaridade com repertórios e saberes advindos de uma era tecnológica, que influenciam sua relação com o processo de ensino-aprendizagem, diferentemente de gerações anteriores. Hoje o professor não é o único detentor de conhecimentos.

O crescimento, tanto populacional como tecnológico, produziu alterações culturais e sociais que permitiram a cada geração impor-se e desenvolver não somente as próprias ideias, mas também adotar e rotular um novo perfil por meio de comportamento, (...) a forma como utilizam e vivenciam a tecnologia. (Fava, 2014, p. 42)

Demo (2007) afirma que parte da desmotivação dos alunos ao aprender na pedagogia tradicionalista, é por não se identificarem e se sentirem em um ambiente estranho às suas próprias motivações.

Piscitelli, (apud Barbero (2000), afirma que a capacidade de absorção de informação via televisão ou videogame é enorme durante a infância e adolescência.

"(...) os jovens respondem com uma intimidade feita não só da facilidade para relacionar-se com as tecnologias audiovisuais e informáticas da cumplicidade cognitiva e expressiva: é nos relatos e imagens, nas suas sonoridades, fragmentações e velocidades que encontram seu ritmo, seu idioma (DURAN apud JOBIM e SOUZA, S.; GAMBA, JR., N. 2010, p. 84).

4 Considerações finais

O projeto Te vejo na Escola une design, pedagogia, etc, todos em prol de levar a cidadania e a sustentabilidade para aqueles que serão a próxima geração, de uma forma que acompanhe o desenvolvimento tecnológico da sociedade, com animações educativas disponíveis na internet e atentando-se ao desenvolvimento cognitivo do sujeito. Evidencia educação democrática, onde o ensinar e aprender são uma via de mão dupla, respeitando a criança, o professor e o designer/profissionais do audiovisual.

5 Referências Bibliográficas

DEMO, Pedro. O porvir: desafios das linguagens do século XXI - Curitiba, Ibpex, 2007, 189p.

DURAN, Érika Rodrigues Simões. A linguagem da animação como Instrumental de ensino. Dissertação (mestrado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Design, 2010.

FAVA, Rui. Educação 3.0: Aplicando o Pdca nas Instituições de Ensino – 1aed. São Paulo: Saraiva, 2014.

INDALÉCIO, A., B, RIBEIRO, M. G. M., GERAÇÕES Z E ALFA: OS NOVOS DESAFIOS PARA A EDUCAÇÃO CONTEMPOR NEA. Revista Unifev. V. 2, 2018 Disponível em: http://periodicos.unifev.edu.br/index.php/RevistaUnifev/article/view/234/305

JOBIM e SOUZA, S.; GAMBA, JR., N. Novos suportes, antigos temores: tecnologia e confronto de gerações nas práticas de leitura e escrita In Educação @ Pós-modernidade; Ficções científicas & crônicas do cotidiano. Editora 7 letras, 2003. Organizadora: Solange Jobim e Souza.

MARTÍN-BARBERO, J. Novos regimes de visualidade e descentramento culturais. In: Valter, F. (org) Batuques, Fragmentações e fluxos. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

MOURA. Mônica Cristina de., Design para o sensível: política e ação social na contemporaneidade, Revista Arte, Moda, Design, Ano 2018, Vol. XX.

REPENSANDO AS RESISTÊNCIAS FEMINISTAS: UMA APROXIMAÇÃO AO PENSAMENTO DE MARÍA LUGONES

Juliana Gobbi Betti

Palavras-chave: Epistemologia Feminista; Pensamento decolonial; América Latina.

De modo geral, a igualdade é considerada um princípio-chave na busca feminista pela transformação das estruturas patriarcais que negam às mulheres o pleno reconhecimento de sua autonomia e de sua condição como sujeitas de direitos em paridade com os homens. No entanto, o feminismo só pode se constituir enquanto movimento emancipatório na contemporaneidade ao considerar o lugar da diferença e das lutas que irrompem da vivência compartilhada por determinados grupos e tensionam os padrões e valores hegemônicos para além da categoria gênero. Neste sentido, este estudo objetiva discutir as contribuições da filósofa argentina María Lugones para repensar a construção das resistências feministas no cenário latino-americano, revisitando algumas de suas principais concepções teórico-conceituais.

A produção de Lugones se alinha ao pensamento decolonial, demarcando a modernidade e a colonialidade como eixos constitutivos do padrão mundial de dominação e do poder capitalista (QUIJANO, 2010). Contudo, se destaca ao evidenciar que a introdução das diferenças de gênero na cultura de diversos povos é atributo de um capitalismo eurocentrado global, afirmando que o sistema de gênero "tomou forma durante o período das explorações coloniais da Espanha e de Portugal e se consolidou na modernidade tardia" (LUGONES, 2008, p. 98).

A autora se contrapõe ao reducionismo imposto por uma compreensão binária que se vale de uma falsa generalização sobre o ser mulher ou homem para desconsiderar as diferenças inerentes a outros marcadores, tais como raça, etnia, classe e sexualidade, por exemplo. Deste modo, discute como tal perspectiva vem excluindo as mulheres não-brancas das lutas feministas ao longo da história, bem como dissolvendo os vínculos de solidariedade entre homens e mulheres de uma mesma comunidade.

Em diálogo com intelectuais como Patrícia Hill Collins, Anne McClintock e Yen Le Espiritu encontra os argumentos que descrevem a complexidade das relações de subordinação para, então, discutir os conceitos que operam nas lógicas da interseccionalidade e da fusão. Partindo da leitura de Kimberlé Crenshaw afirma que intersecção das opressões "(...) nos permite reconhecer as relações de poder entre mulheres brancas e de cor. Mas também nos permite efetivamente ver mulheres de cor sob opressão, onde a compreensão da categoria "mulher", tanto no feminismo branco quanto no patriarcado dominante, esconde sua opressão (LUGONES, 2005, p. 67).

Em sua obra, o termo "mulheres de cor" não é utilizado como desígnio racial, mas como parte de um movimento epistemológico que reivindica "uma identidade de coalização que se situa contra os monologismos" (LUGONES, 2005, p. 74), contemplando o conhecimento produzido por mulheres negras, indígenas, latinas, isto é, não-brancas.

Ao criticar a distinção das opressões como categorias separadas e separáveis que se cruzam ou sobrepõem, alerta para a fragmentação do indivíduo e da coletividade como estratégia de controle e desconexão impetrada dentro dos mecanismos de opressão. Destarte, salienta que "a resistência precisa reconhecer a interseccionalidade, assim como resistir a esse reconhecimento por meio de uma sobreposição do reconhecimento das opressões que ela entrelaça" (LUGONES, 2005, p. 70).

Igualmente, recorrendo à interdependência das diferenças não-dominantes, conceituadas por Audre Lorde, Lugones discorre sobre a possibilidade de resistência a partir da compreensão crítica da realidade e de sua própria condição. É neste ponto, ao discutir o conhecimento produzido na resistência e seu apagamento dentro de uma monocultura eurocêntrica institucionalizada, que a autora retoma a proposta de um multiculturalismo radical policêntrico - e sua gênese comum com o feminismo das mulheres de cor -, de modo a defender as "identidades como múltiplas, instáveis e historicamente situadas, produtos de diferenciação e identificações em curso e pluralizações polimorfas" (LUGONES, 2005, p. 72).

Ao questionar o que as máscaras da universalização escondem, María Lugones nos faz (re)pensar as práticas de resistência cultural e feminista, superando dicotomias esvaziadas de sentido para propor um olhar complexo e (re)posicionado sobre as opressões, as resistências e os traços identitários e sociais que nos constituem na igualdade e na diferença enquanto individuas/os dentro de uma epistemologia decolonial e multiculturalista.

Referências

LUGONES, María. Colonialidad y género. Tabula Rasa, Bogotá, n. 9, p. 73-102, Dec. 2008.

LUGONES, María. Multiculturalismo radical y feminismo de las mujeres de color. Revista Internacional de Filosofía Política. Madrid, n. 25, p. 61-75, 2005.

LUGONES, María. Rumo a um feminismo descolonial. Revista Estudos Feministas, Florianópolis, 22(3), p. 935-952, set/dez. 2014.

QUIJANO, Aníbal. Colonialidade do poder e classificação social. In: SANTOS, B.S.; MENESES, M.P. (Orgs.). Epistemologias do Sul. São Paulo: Editora Cortez, 2010.

RESPONSABILIDADE SOCIAL NO JORNALISMO E A COMPETÊNCIA EM INFORMAÇÃO

Gabriela Silva de Carvalho

Palavras-chave: Responsabilidade social; jornalismo; informação; consumo; educação.

(1) Área de concentração do trabalho: Ciências Sociais Aplicadas
(2) Breve descrição da pesquisa ou do projeto de extensão universitária
O trabalho aborda a falta de neutralidade do jornalismo diante dos fatos, o que pode desconfigurar a função do profissional, que é a de informar. Isso acontece por um descuido ou, muitas vezes, por este querer exercer um papel de formador de opinião antes da função primordial que é transmitir um conteúdo informacional. Tal fato que poderia ser evitado à partir da uma prática responsabilidade que estimule a competência em informação.
(3) Objetivos
O principal objetivo é discutir a real função do jornalismo na sociedade e o quão valorada é a questão da responsabilidade social perante a profissão. Além disso, mostrar como uma informação de qualidade pode difundir, também, uma competência em informação para a população.
(4) Material e métodos
Estudo bibliográfico sobre comunicação, ética no jornalismo e competência em informação. Comparando, também, a essência do ofício e como este é representado em nossa presente realidade.
(5) Resultados e discussões
Além de nos depararmos com as responsabilidades da mídia, há cada vez mais a necessidade de uma capacitação dos usuários do campo da comunicação e da informação. Com a grande oferta de conteúdos disponíveis no meio, entra a urgência de uma educação em relação a esse consumo. As mídias sociais e as infotecnologias trouxeram e ainda trazem alterações no comportamento social referentes à comunicação, as qual tem um efeito direto na absorção consciente e responsável de conteúdo. Embora a possibilidade da democratização da informação seja um ganho indiscutível para a sociedade, percebemos a carência de habilidades para diferenciar um conteúdo jornalístico e responsável de outros materiais produzidos por usuários.
(6) Considerações finais;
A prática ética do jornalismo, além de moldar a visão social que, hoje, encontra-se deturpada, pode por si só reeducar ou educar em relação a peneirar o conteúdo presente nas redes. O conceito de informação pode ser explorado de forma ativa quando unido à responsabilidade social do profissional que é encarregado de apurar e informar a respeitos de fatos.
(7) Referências bibliográficas.
ABRAMO, Perseu. Padrões de manipulação na grande imprensa. 1. ed. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2003.
ADGHIRNI, Zélia Leal; NUNES RIBEIRO, Gilseno de Souza. Jornalismo On-line e identidade profissional do jornalista. In: Revista da Comunicação e Espaço Público: Brasília, UNB, 2001.
AQUINO, Mirian de Albuquerque. O novo "status" da informação e do conhecimento na cultura digital. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/aquino-mirian-novo-status-da-informacao.pdf>. Acesso em: 13 ago. 2019.
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE IMPRENSA. Princípios internacionais da ética profissional no jornalismo. Disponível em: <http://www.abi.org.br/paginaindividual.asp?id=445> Acesso em: 13 ago. 2019.
BARROS, Pâmella Avelar; SOUZA, Rogério Martins. A crise da credibilidade jornalística em meio aos boatos virtuais: o caso do corte de cabelo do ditador. Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ, 2015. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-1741-1.pdf>. Acesso em: 13 ago. 2019.

BELO, José Manuel Cardoso. Comunicação didática e competência de comunicação: a necessidade da emergência de novos modelos. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/belo-jose-comunicacao-didatica-competencia-comunicacao.pdf>. Acesso em: 13 ago. 2019.

CASTELLS, M. A sociedade em rede. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

CÓDIGO de Ética dos Jornalistas Brasileiros. 2007. Disponível em: <http://www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileirospdf>. Acesso em: 13 ago. 2019.

IJUIM, Jorge Kanehide. A Responsabilidade social do jornalista e o pensamento de Paulo Freire. Porto Alegre, 2009.

LIMA, Venício. A responsabilidade social da mídia. Disponível em: <http://cartamaior.com.br/?/Coluna/A-responsabilidade-social-da-midia/22167>. Acesso em: 13 ago. 2019.

MACEDO, Lurdes. Competências de comunicação para a sociedade da informação: alguns elementos sobre a situação dos recém licenciados em Portugal. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/macedo-lurdes-competencias-comunicacao-sociedade-informacao.pdf>. Acesso em: 13 ago. 2019.

RAMONET, Ignacio. A explosão do jornalismo: das mídias de massa à massa das mídias. Tradução de Douglas Estevam. São Paulo: Publisher Brasil, 2012.

SANTAELA, L. (2007) Linguagens líquidas na era da mobilidade. São Paulo: Paulus.

SAPERAS, E. (200). Os Efeitos Cognitivos da Comunicação de Massas. Lisboa: ASA Editores.

SOSTER, Demétrio de Azevedo. Credibilidade jornalística, conceito em transição. Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc). Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1400-1.pdf>. Acesso em: 13 ago. 2019.

REVISTA VOGUE: O POTENCIAL COMUNICATIVO DE CAPAS DE SÉCULOS DISTINTOS DA REVISTA A VOGUE PARTIR DA SEMIÓTICA PEIRCEANA

Ana Carolina Ribeiro dos Santos
Mariana Bochichi Hafiz

Palavras-chave: Revista Vogue; Semiótica Peirceana; jornalismo impresso

Podemos considerar a mídia como um dos pilares da circulação de informações, de produtos culturais e de representações sociais. Seu papel em produzir sentido e fazer com que ele circule e se relacione com a sociedade é indiscutível. Através de jornais, revistas, programas de entretenimento e propaganda é possível não só visualizar a cultura presente em determinada sociedade como também entender quais são os novos "discursos" que se pretende difundir por meio desses produtos. As revistas femininas fazem parte desse universo e são protagonistas na difusão de uma identidade feminina que não só representa o que é "ser mulher" em determinada cultura, como também é responsável por construir parte dessas identidades. A revista Vogue é uma das principais revistas de moda do mundo, criada em 1892 sua relevância na produção de tendências e na produção identitária feminina pode ser observada ainda hoje pela sua grande circulação mundial.

Partindo de uma análise imagética na perspectiva da semiótica peirceana, buscamos neste trabalho analisar o potencial comunicativo de duas capas da revista Vogue, desde suas qualidades até os efeitos que podem ser causados no público, passando pelos diversos processos de criação de sentido estipulados por Charles Sanders Peirce. A pesquisa buscou entender quais elementos estão por trás da composição de uma capa de revista, qual impacto tal material potencialmente causa quando em contato com o receptor e como isto vinga em séculos diferentes.

Foi realizado um estudo analítico e comparativo a partir dos conceitos da Semiótica da linha norte-americana em duas capas da revista Vogue, uma referente à edição de primavera de 1970 e outra referente à edição de novembro de 2015. Foram feitas análises separadas de cada uma das edições, utilizando os conceitos de primeiridade (fundamentação), secundidade (objetificação) e terceiridade (interpretação). Na fundamentação foi considerado o caráter qualitativo-icônico, singular-indicativo e convencional-simbólico das capas. Na objetificação foram analisados os objetos dinâmico e imediato. E na interpretação foram verificados os níveis de interpretação e o interpretante final.

Referente à capa de 1970, observamos a utilização de poucas e discretas cores, o vestuário e acessórios são de muita sofisticação e remetem a uma mulher elitizada. Há uma modelo na capa que está inserida em um plano neutro (de cor bege), há poucas chamadas e o logo aparece na cor branca, tudo isso respeita um padrão editorial de revista de moda internacional da época. Em um nível de interpretação constatou-se que a capa apresenta forte caráter energético porque provoca as mulheres a seguir aquele padrão, a expressão da modelo, o conjunto do vestuário e o próprio signo de lei que a Vogue carrega em si levam o interpretante a querer se associar ao que está estabelecido nesta capa. Já no interpretante final pode-se observar uma semelhança com uma atriz famosa da época, Audrey Hepburn. Mas, diferente da capa de 2015, não tem caráter de argumento, já que a modelo é desconhecida e não carrega signos nem contextos próprios a sua personalidade. Referente à capa de 2015, há uso de cores mais fortes, o logo aparece em vermelho e há três chamadas. Angelina Jolie (celebridade) é quem protagoniza a capa, seu vestuário é despojado e remete ao conforto. Ela está situada em um cenário (praia). Nessa capa, observou-se um caráter interpretativo forte, já que além dos signos como vestuário, cenário e textuais tem a figura de uma celebridade que carrega em si muitos signos. Como interpretante final o argumento dessa capa é quem tem mais força pelos motivos descritos acima.

Podemos concluir que os diferentes signos dispostos nas capas caracterizam épocas distintas e, além disso, direções editoriais ainda mais diferentes. Algumas semelhanças, no entanto, foram notadas entre as duas edições: o padrão de beleza feminino (mulher branca, magra, alta e de olhos claros) e o intuito da

publicação, informar às mulheres o padrão de moda que deve ser seguido para ser uma mulher elegante. Há mais diferenças do que semelhanças e essas diferenças seguem a mesma lógica das mudanças na sociedade. Os signos de lei mudam com o tempo, assim como a sociedade muda, mas os signos que cada uma das direções elencam como importantes para a publicação e veiculação da revista também se fazem marcantes e traçam perfis de revistas diferentes, uma Vogue mais elitizada na primeira e uma Vogue mais sedutora, viva e ousada na segunda.

Referências

SANTAELLA, Lúcia. Semiótica Aplicada. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

SANTAELLA, Lucia. O que é Semiótica. São Paulo: Brasiliense, 2007.

VOGUE, pattern book international. United States; Australia; New Zealand; South Africa. Early Spring, 1970.

VOGUE. United States. Novembro/2015. Mensal

ANTUNES, Bianca. Espelhos Deformantes: mulheres, representação e identidade no discurso de Marie Claire e Mallu. São Paulo: USP, 2008. 250 p.

SISTEMA DE UTILIZAÇÃO DO SOM PARA A PRODUÇÃO RADIOFÔNICA SOBRE OS TEMAS DA FICÇÃO CIENTÍFICA

Thiers Gomes da Silva

Palavras-chave: rádio, sonoplastia, fonoaudiologia, psicoacústica

Descrição da pesquisa

A fala pode acontecer a partir de várias entonações ou padrões diferenciados que podem produzir diferentes efeitos na comunicação. Para se produzir o som da fala, o comunicador modula o tom voz.O tom de voz usado na locução pode passar determinadas impressões aos ouvintes, portanto deve ser planejado antes da gravação ou da transmissão da programação radiofônica para garantir uma comunicação entre a emissora e o ouvinte. A proposta desta pesquisa, já em andamento, é a elaboração de um sistema de produção de som para conteúdos radiofônicos visando uma expressiva comunicação entre a emissora e o ouvinte.

Objetivos: A locução radiofônica é uma forma de expressão oral e trata-se de um procedimento norteador e orientador da audição dos sons radiofônicos. O som da programação de algumas rádios contemporâneas quase nunca é agradável de ouvir por longo tempo. Uma solução pode ser estudar a adequada combinação entre a voz, a música, o silêncio e os efeitos sonoros com o objetivo de produção sentido é um fator significativo para manter a comunicação entre a rádio e seus ouvintes. Nesta atividade busca-se a sistematização dos elementos sonoros mais adequados para a produção do programa radiofônico sobre temas da Ficção Científica no Rádio com a meta de ser transmitido pela emissora Rádio Unesp FM.

Materiais e Métodos: No desenvolvimento das atividades desta proposta de pesquisa (pesquisa bibliográfica, pesquisa de campo e coleta de dados), os seguintes procedimentos metodológicos serão realizados conforme princípios e técnicas de Gil (2002, 2009), Lakatos (2015), Michel (2005), Yin (2010) e Bardin (2009).

Resultados e discussões: O trabalho com o áudio na produção radiofônica pode assumir uma importância significativa para garantir a audiência assídua de um programa radiofônico. Devido a intensa proliferação de tecnologias, também chamadas de aplicativos, em alguns casos, nota-se, na internet, um aumento contínuo de produções amadoras e profissionais, algo que pode fazer com que a rádio, um meio de comunicação, essencialmente, sonoro renove periodicamente seus procedimentos de produção para garantir a audibilidade dos seus programas. Sendo provável a ausência do ouvinte do campo visual da comunicação, por meio do rádio e valendo-se dos conhecimentos e pesquisas em radiodifusão, é possível identificar os elementos que caracterizam um sistema eficiente de produção de sons radiofônicos que tratam sobre ficção científica e que, neste sentido, possibilitem a melhora da qualidade da comunicação entre a emissora de rádio e sua audiência.

Considerações Finais: Visto que há a concorrência entre os meios de comunicação, esta pesquisa interdisciplinar para a criação de um sistema de trabalho para otimizar o uso do som pode contribuir para o exercício profissional do radialista, onde nesta atividade, chega-se às melhores práticas na captação, gravação, edição e transmissão do programa radiofônico com temas sobre a ficção científica garantindo deste modo uma expressiva comunicação entre a emissora e o ouvinte.

Referências Bibliográficas

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

DIEGUES, Vitor Manuel S. Da rádio ao podcast: princípios a não esquecer ao microfone. Encontros Sobre Podcasts. Centro de Investigação em Educação (CIEd). Instituto Educação e Psicologia Universidade Minho. Braga: Portugal. 2009.

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 Sa. Teoria da comunicação: idéias, conceitos e métodos. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.
MEDITSCH, Eduardo. O rádio na era da informação – teoria e técnica do novo radiojornalismo. Florianópolis: Insular, 2001.
MICHEL, Maria Helena. Metodologia da pesquisa em ciências sociais: um guia prático para acompanhamento da disciplina e elaboração de trabalhos monográficos. São Paulo: Atlas, 2005.
SALEMME, Filomena. As transformações na escuta radiofônica – o rádio muito além do eletrodoméstico. Revista Eletrônica de Pós-graduação Casper Líbero, ano 08, v. 1. São Paulo – SP, 2016.
YIN, Roberto K. Estudo de Caso: planejamento e métodos. Rio de Janeiro: BOOKMAN CIA., 2010.

TECHFOOD: O CAMINHO DA COMIDA ATÉ A TECNOLOGIA

Thais Aparecida de Castro Ramos Pollice
Greyce Roberta de Souza

Palavras-chave: Agroindústria; Gastronomia; Tecnologia.

Breve descrição

Visando a integração entre alunos e percepção da importância da tecnologia no âmbito profissional, este projeto busca o desenvolvimento de atividades diversas que se inter-relacionam durante o desenvolvimento. Os alunos da Escola Técnica Astor de Mattos Carvalho, do primeiro módulo do curso Técnico em Agroindústria do componente curricular Linguagem, Trabalho e Tecnologia, devem elaborar um vídeo onde desenvolvem uma receita escolhida por eles, usando conteúdo aprendido nos componentes curriculares Tecnologia de Produtos Amiláceos e Tecnologia de Produtos e Derivados do Leite. Concomitantemente os alunos do curso de Informática para Internet do componente curricular Programação Web I, desenvolvem um website com o tema Gastronomia onde devem inserir o vídeo gravado pelos alunos da Agroindústria, editado e legendado em inglês. Todo o trabalho desenvolvido durante o semestre é apresentado ao final por todos os alunos participantes e professores dos referidos componentes com um coquetel de degustação das receitas e apresentação dos websites.

Objetivos

Este Projeto Interdisciplinar visa abranger não só diferentes componentes curriculares, como também dois cursos modulares técnicos diferentes: Técnico em Agroindústria e Técnico em Informática para Internet, com o intuito de aumentar a interação discente; e despertar a percepção da importância da tecnologia no âmbito profissional.

Material e Método

Para o desenvolvimento do projeto os alunos do curso de Agroindústria utilizaram os ingredientes para as receitas desenvolvidas, material fornecido pela ETEC, bem como utensílios de cozinha da própria escola. Utilizaram também seus aparelhos celulares para a filmagem e uniformes e roupas apropriadas para a cozinha. Os alunos do curso de Informática para Internet fizeram uso de computadores da própria escola e/ou seus próprios computadores conectados à internet.

Enquanto os alunos de Informática para Internet desenvolviam o website, os alunos da Agroindústria faziam a filmagem. Após essa fase, eles se reuniam com os grupos previamente selecionado para a edição, inserção da legenda e demais ajustes necessários. Antes de ser editado, os vídeos foram exibidos para os professores da Agroindústria para que fosse observado o comportamento, linguagem, uso de roupas apropriadas e equipamentos adequados.

Antes da apresentação final, todos os trabalhos foram corrigidos e ajustados com os professores de cada área trabalhada no projeto.

Resultados e discussões

Após a apresentação final das receitas e websites, os alunos deveriam expor como foi a experiência tanto de desenvolver um vídeo como de trabalhar junto com alunos de outro curso.

O resultado foi satisfatório, visto que sem exceção, todos disseram que foi uma experiência desafiadora, mas que no final aprenderam muito não só o conteúdo dos componentes, mas também a questão humana no âmbito profissional. Perceberam a importância de aprender conviver com as diferentes áreas existentes dentro de uma empresa.

Considerações finais

Este projeto no formato intercursos, foi desenvolvido pela primeira vez nesta escola, portanto sentiu-se a necessidade de alguns ajustes para uma próxima edição, visto que alguns comportamentos e resultados não esperados foram apresentados. Mesmo com esses ajustes para uma próxima edição, pode-se considerar um resultado satisfatório.

Referências Bibliográficas

BACICH, L.; TANZI NETO, A.; TRAVISANI, F. Ensino Híbrido: Personalização e Tecnologia na educação. Porto Alegre: Penso, 2015.

CAMARGO, Fausto; THUINIE, Daros. A Sala de Aula Inovadora – estratégias pedagógicas para fomentar o aprendizado ativo. Porto Alegre: Penso, 2018.

CELANI, Maria Antonieta Alba et al. The Brazilian ESP Project: an Evaluation. São Paulo: EDUC, 1988.

UM NOVO JEITO DE SE ENDEREÇAR AO TELESPECTADOR A PARTIR DOS SITES DE REDES SOCIAIS: O CASO DO JORNAL NACIONAL, DA REDE GLOBO DE TELEVISÃO

Leire Mara Bevilaqua

Palavras-chave: Telejornalismo; Sites de Redes Sociais; Modo de endereçamento; Jornal Nacional; Twitter

A televisão vivencia mais um momento de transformação impulsionado pela tecnologia e pelas práticas sociais e culturais vigentes. O processo de digitalização e a possibilidade de conexão em rede modificaram as concepções de tempo e espaço e trouxeram mudanças significativas aos formatos, às rotinas produtivas e até mesmo à forma como se consome o conteúdo televisivo. É um cenário em que novas e velhas audiências coexistem, reafirmando, mas também renovando contratos assumidos com a televisão (OROZCO GÓMEZ, 2014). E o telejornalismo, enquanto instituição social, (WILLIAMS, 2016), não poderia passar indiferente a esse cenário. Durante quatro anos de pesquisa de doutorado, esta pesquisadora buscou compreender como o telejornal brasileiro que está há mais tempo de forma ininterrupta no ar, o Jornal Nacional da Rede Globo de Televisão, até a última década considerado um dos noticiários mais conservadores, vem modificando seu modo de endereçamento, seu estilo próprio de falar ao telespectador (GOMES, 2011), em razão da aproximação aos sites de redes sociais. Essa proximidade se dá principalmente com o Twitter, pelas características de fomento à conversação e agilidade na propagação de conteúdos (SANTAELLA; LEMOS, 2010), inclusive no mesmo instante da transmissão televisiva. Assim, parte-se do entendimento de que o modo de endereçamento dos telejornais não se constrói mais somente por intermédio do conteúdo veiculado na televisão. Estende-se também às plataformas digitais. Para a investigação do atual modo de endereçamento do Jornal Nacional, tomou-se como base o operador de análise do contexto comunicativo, também estabelecido por Gomes (2011), que diz respeito à situação discursiva entre telespectador e telejornal, ou como esse último enxerga e posiciona o público. Entende-se que, na atualidade, esse posicionamento se dá a partir da televisão e também pelo perfil oficial do telejornal no Twitter. Assim, o corpus de análise foi composto por situações identificadas durante a exibição do Jornal Nacional ao vivo, postagens feitas pela equipe no perfil oficial no Twitter antes e depois das transmissões, e interações de usuários da plataforma, telespectadores ou não do JN, durante a veiculação do noticiário. Os materiais foram coletados em dois períodos diferentes: de maio a dezembro de 2015 e de novembro de 2017 a julho de 2018. Os resultados demonstraram que há uma tentativa do Jornal Nacional em se apresentar mais próximo do público dos sites de redes sociais e aberto a críticas e sugestões. Um movimento que se dá a partir de mudanças na postura dos apresentadores, no uso de conteúdos dos sites de redes sociais, na abertura de espaços para intervenções de usuários na condução ao vivo, e até no reposicionamento de decisões editoriais. Ainda que os resultados obtidos sejam expressivos, há que se considerar, contudo, que as ações refletem estratégias muito bem definidas pela emissora. E, ainda que a ideia seja apresentar o Jornal Nacional como um telejornal mais próximo do público, a proposta ainda é bastante delimitada e condicionada às decisões editoriais da emissora e da influência que o telejornal conquistou e exerce na sociedade brasileira.

Referências

GOMES, Itania Maria Mota. (Org.). Gêneros televisivos e modos de endereçamento no telejornalismo. Salvador: EDUFBA, 2011.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo. Televisão: causa e efeito de si mesma. In: CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana (Orgs.). O fim da televisão. Trad. Diego Andres Salcedo. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014, p. 96-113.

SANTAELLA, Lucia; LEMOS, Renata. Redes sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter. São Paulo: Paulus, 2010.

WILLIAMS, Raymond. Televisão: tecnologia e forma cultural. Trad. Marcio Serelle e Mário F. I. Viggiano. São Paulo: Boitempo, 2016.

UMA INCURSÃO SOBRE A MATRIZ MIDIÁTICA DO MOVIMENTO JIHADISTA GLOBAL

Ana Carolina Costa

Palavras-chave: Estado Islâmico; propaganda jihadista; movimento jihadista global, cultura audiovisual;

Uma incursão sobre a matriz midiática do movimento jihadista global
Palavras-chave: Estado Islâmico; propaganda jihadista; movimento jihadista global, cultura audiovisual;
Área de concentração do trabalho: Ciências Sociais Aplicadas

Descrição da pesquisa

Este trabalho apresenta parte das investigações realizadas para a pesquisa de mestrado intitulada "A nova face do terror: uma interpretação da propaganda audiovisual do Estado Islâmico como fenômeno cultural na era da midiatização", laureada com menção honrosa na edição de 2019 do Prêmio Compós de Teses e Dissertações Eduardo Peñuela. O recorte trata do desenvolvimento das práticas comunicacionais (e midiáticas) do movimento jihadista global do qual o EI deriva. Quatro momentos históricos são delineados a partir da obra de Manuel R. Torres Soriano (2009): a atuação dos mujāhidūn no Afeganistão na década de 1980, empenhados em denunciar os abusos cometidos pelas tropas soviéticas contra a população local e obter apoio internacional através de publicações como a revista al-Jihad; a projeção da mensagem da al-Qaeda através dos meios de comunicação de massa entre 1994 e 2001; a busca pelo restabelecimento do privilégio informativo da organização comandada por Osama Bin Laden no intervalo entre os ataques de 11 de setembro de 2001 e a invasão do Iraque dois anos depois; e a dispersão da propaganda da al-Qaeda após 2003, concomitantemente à emergência da Internet como um importante canal de disseminação da ideologia do movimento jihadista global. As práticas do Estado Islâmico são situadas nessa última fase.

Objetivos

Discutir como as práticas comunicacionais e midiáticas do movimento jihadista global evoluíram paralelamente ao processo de globalização e disseminação de novas tecnologias da comunicação, enfatizando o que o Estado Islâmico (EI) representa de novo dentro dessa linha temporal. Afinal, como lembra Winter (2017), um objetivo fundamental do Operativo Midiático do grupo era marcar a estratégia propagandística do EI como uma progressão evolutiva na jihād global, e não uma adaptação revolucionária. "Para atender essa meta, os autores abordam a mídia como uma continuação do legado já estabelecido pelos seus antepassados" (WINTER, 2017, p.10).

Material e Métodos

Para demonstrar quais mudanças marcaram a história da propaganda do movimento jihadista global, vamos apresentar exemplos de produções audiovisuais famosas no espectro da cinematografia jihadista, usando trabalhos de autores de referência como Stenersen (2017), pesquisadora do Norwegian Defence Research Establishment (FFI). A ideia é evidenciar a existência de uma sofisticação no modo como o Estado Islâmico gesta sua propaganda frente aquilo que era feito até então.

Resultados e Discussões

Acreditamos que esse olhar sobre o desenvolvimento da matriz midiática do movimento jihadista global nos permite estabelecer, fundamentalmente, que as técnicas composicionais empregadas nas propagandas do Estado Islâmico representam um marco na história do jihadismo. Trata-se de um fenômeno que carrega traços da midiatização e, com isso, evidencia que grupos contra-hegemônicos hoje também conseguem usar a lógica midiática para edificar um arsenal simbólico que ressoa códigos audiovisuais que podem ser apreendidos por um militante lutando pela instauração do Califado na Síria, mas também por um jovem simpatizante em qualquer canto da Europa ou dos Estados Unidos.

Considerações Finais

Por mais que o intervalo entre o início e a conclusão da pesquisa que deu origem a este trabalho tenha sido marcado pelo declínio territorial do Estado Islâmico na Síria e no Iraque, o que teve impacto direto

sobre o funcionamento do aparato midiático do grupo, a marca deixada pelo "Califado" no universo online nos parece duradoura. E ela não será extinta ou deixará de ocupar um lugar importante na linha evolutiva das práticas midiáticas e comunicacionais do movimento jihadista global, a exemplo do que assinala Aaron Zelin (2017), quando lembra que o revés no campo de batalha não elimina o fato de o EI dispor de um solo fértil semeado para se reerguer.

Referências Bibliográficas

SORIANO, M. R. T. El Eco Del Terror: Ideología y propaganda en el terrorismo yihadista. Madrid: Plaza y Valdés, 2009.

STENERSEN, A. A history of Jihadi Cinematography. In: HEGGHAMMER, T. (ed.) Jihadi Culture: The Art and Social Practice of Militantes Islamists. Cambridge: Cambridge University Press, 2017, p. 108-127.

WINTER, C. Media Jihad: The Islamic State's Doctrine for Information Warfare. London: ICRS, 2017.

ZELIN, A; FELLOW, R. B. The State of Global Jihad Online: A Qualitative, Quantitative, and Cross-Lingual Analysis. Disponível em: http://www.washingtoninstitute.org/uploads/Documents/opeds/Zelin20130201. Acesso em: 15 ago. 2017.

VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER: UM ESTUDO DA COBERTURA HISTÓRICA DO JORNAL DA CIDADE (JC) DE BAURU

Michelly Neris Alves

Palavras-chave: Feminicídio; Feminismo; História do Jornalismo; Jornal da Cidade; Jornalismo; Violência contra a mulher.

O projeto a ser apresentado traz uma análise de como o Jornal da Cidade de Bauru realiza a cobertura de casos de violência contra a mulher e feminicídio, conhecendo como o tema é tratado pela mídia, qual o seu posicionamento e se há preocupação em trazer informações sobre as condições que levam à violência ou ao feminicídio.

Entende-se que a violência de gênero é um tema complexo que envolve âmbitos públicos e privados, passando pela sub representação política e midiática e culminando na violência física e no feminicídio. Na cobertura jornalística desses casos, é comum a presença de discursos que romantizam a violência sofrida. O dossiê Feminicídio (2017 p.147) explica que"[...] para criar o espetáculo ou disputar a audiência, parte da cobertura tende a focar suas narrativas na exploração de uma "história de amor" com final trágico [...]". A própria Lei Maria da Penha, sancionada em 2006, visa combater esse tipo de abordagem, destacando o papel fundamental da imprensa. Diz em seu Artigo 8o: "[...] III - o respeito, nos meios de comunicação social, dos valores éticos e sociais da pessoa e da família, de forma a coibir os papéis estereotipados que legitimem ou exacerbam a violência doméstica e familiar, de acordo com o estabelecido no inciso III do art. 1o, no inciso IV do art. 3o e no inciso IV do art. 221 da Constituição Federal (Lei 11340/06)".

O projeto parte desses princípios para reconstruir a participação das mulheres na história do meio de comunicação e para analisar a cobertura do Jornal da Cidade, evidenciando as tensões entre o espaço público e o ambiente doméstico. O resultado, acreditamos, possibilitará conhecer como o JC vem tratando essa temática que é tão atual para a sociedade.

Objetivos

Esse projeto pretende trazer uma investigação de como o Jornal da Cidade constrói a narrativa dos casos de violência contra a mulher, a fim de compreender como vítima e agressor são representados na mídia bauruense. Os principais aspectos analisados são se as matérias apresentam uma leitura crítica dos casos de violência contra mulher e se na redação do Jornal da Cidade existe alguma orientação sobre como os jornalistas devem cobrir os casos de violência contra a mulher.

Materiais e métodos

Por meio da revisão bibliográfica e documental, buscar-se-á reconstruir a participação das mulheres na história do meio de comunicação, evidenciando as tensões entre o espaço público e o ambiente doméstico. Abordando em suas diferentes dimensões (entre as quais estão:a produção, o produto e a audiência), contextualizamos seu lugar no âmbito das lutas e avanços nos direitos sociais da mulher. Ainda, a literatura na área auxiliará na compreensão das mudanças na agenda midiática, os processos de segmentação e as características do jornalismo feminino e feminista.

Para a análise da cobertura do JC, propõe-se desenvolver, inicialmente, um estudo exploratório que possibilitará conhecer o objeto empírico e delimitar o corpus da pesquisa, bem como os procedimentos que poderão complementar a análise de conteúdo, considerando as características da linguagem jornalística do meio ao incluir aspectos referentes ao conteúdo das notícias e as categorias definidas. Esta etapa inclui, além do levantamento do material, a delimitação do período, a definição das categorias e a coleta dos dados através de entrevistas abertas com especialistas sobre o assunto, na região.

REFERÊNCIAS

ANUÁRIO BRASILEIRO DE SEGURANÇA PÚBLICA. Disponível em: http://www.forumseguranca.org.br/publicacoes/9o-anuario-brasileiro-de-seguranca-publica/,acesso abr. 2018.

DOSSIÊ FEMINICÍDIO. Disponível em: http://www.agenciapatriciagalvao.org.br/dossies/feminicidio/, acesso abr 2018.

HAHNER, J. E. Emancipação do sexo feminino: a luta pelos direitos da mulher no Brasil, 1850-1940. (Trad.) Eliane Tejera Lisboa. Florianópolis: Mulheres/EDUNISC, 2003.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: www.ibge.gov.br, acesso abr 2018.

JCNET. Disponível em: https://www.jcnet.com.br/, acesso abr. 2018.

Julio Jacobo Waiselfisz. Homicídio de mulheres no Brasil. 1a Edição Brasília – DF – 2015. Disponível em www.mapadaviolencia.org.br, acesso abr. 2018.

LEI MARIA DA PENHA (Lei 11340/06). Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato20042006/2006/lei/l11340.htm, acesso abr. 2018

MALDONADO, A. E. Procesos comunicacionales, recepción, educación y transmetodologia. Disponível:www.alaic.net/alaic30/ponencias/cartas/Estudios_de_recepcion/ponencias/GT10_4efendy.pdf, jul 2011.

PESQUISA-AVON-DATAPOPULAR. Disponível em: http://centralmulheres.com.br/data/avon/PesquisaAvon-Datapopular-2013.pdf, acesso abr.2018.

ROMERO, M. X. A.. Cidadania. In: COLLING, A. M.; TEDESCHI, L. (org.) Dicionário Crítico de Gênero. Dourados: Ed. UFGD, 2015. PINSKY, J.;

PINSKY, C. B. (orgs). História da Cidadania. 2a Ed. São Paulo: Contexto, 2003.

SCOTT, J. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. In: Revista Educação &Realidade, 20(2):7199, jul/dez 1995.

VOLUNTARIADO CORPORATIVO E SENSEMAKING

Noemi Correa Bueno

Palavras-chave: Voluntariado Corporativo; Sensemaling; Responsabilidade Social Corporativa

Resumo
Voluntariado Corporativo e Sensemaking
A Responsabilidade Social Corporativa está ganhando importância nos estudos e empresas. Um número crescente de empresas investe em atividades voluntárias para obter o reconhecimento da sociedade e do mercado. Hoje, programas de responsabilidade social corporativa que incluem programas de voluntariado corporativo são cada vez mais comuns (GARAY; MAZILLI, 2003).
Com base em conceituações prévias, o voluntariado pode ser definido como dando tempo ou habilidades durante uma atividade planejada para um grupo ou organização voluntária. (WILSON, 2000; CLARY; SNYDER, 1999).
O voluntariado corporativo é uma combinação do voluntariado tradicional, apresentando o desejo individual das pessoas de colaborar em aspectos sociais e ambientais, com a crescente demanda por maior responsabilidade das empresas que oferecem oportunidades no contexto de suas atividades. Entre os programas de Responsabilidade Social Corporativa, há o Voluntariado Corporativo - um conjunto de ações que busca incentivar, apoiar e reconhecer os colaboradores para realizar o trabalho voluntário (PEREIRA, 2017).
Programas de voluntariado corporativo representam uma das opções para ações de RSC valorizadas pelas empresas. A ação dos voluntários corporativos, quando vinculada à Responsabilidade Social Empresarial, precisa ser continuamente interpretada e reinterpretada, pois muitas vezes as ações realizadas no passado não levam em conta as demandas atuais no cenário do voluntariado.
Nesse sentido, a abordagem de sensemaking pode ajudar as organizações a traduzir seus programas e projetos de RSC em uma prática organizacional compartilhada. Portanto, esta pesquisa fará uso da Teoria da Sensemaking de Karl Weick (1969).
Dado esse cenário, tendo como base o Voluntariado Corporativo e a teoria de sensemaking, buscou-se responder à pergunta de pesquisa: Qual o sentido construído pelo funcionário a partir da participação em ações voluntárias promovidas pela empresa?
A partir disso, esse tem como objetivo geral: Identificar qual o sentido construído pelo funcionário a partir da participação em ações voluntárias promovidas pela empresa.
Dessa forma, este artigo se enquadra no modelo do paradigma qualitativo (GODOY, 1995). Entende-se que, para o objetivo proposto, a análise de conteúdo seja pertinente ao analisar a fala dos entrevistados, utilizando a teoria de sensemaking, a fim de analisar o sentido e se houveram transformações nos indivíduos participantes. Os dados foram analisados utilizando-se a análise de conteúdo, referida em Bardin (2006). Foram realizadas vinte e nove entrevistas em profundidade, analisadas nas sete propriedades do Sensemaking (WEICK, 1995; WEICK, SUITCLIFFE, OBSTFELD, 2005). Os indivíduos desse artigo são voluntários empresariais, os quais participam ativamente.
Alguns resultados da pesquisa e discussão são que o sentido do voluntariado se altera dependendo do tipo de ambiente e contexto que o indivíduo está inserido, além de muitas vezes a empresa ter a ação e permitir atividades apenas fora do expediente.
Com os resultados analisados, é possível analisar o impacto que o voluntariado corporativo tem no sentido e significado das ações para o voluntário que desenvolve, apresentando as transformações que estão envolvidas no contexto empresarial, em uma atividade social. Vale ressaltar que, nessa pesquisa, optou-se por analisar o sensemaking do voluntariado corporativo não se estendendo para a percepção do funcionário sobre a empresa ou sobre o que o programa representa para a empresa.

Assim, compreende-se a importância de a empresa avaliar suas estratégias para continuar desenvolvendo e incentivando uma sociedade com cada vez menos diferenças sociais e funcionários cada vez mais engajados e participativos.

Referencias

CLARY, EG; SNYDER, M. The Motivations to Volunteer: Theoretical and Practical Considerations. Current Directions in Psychological Science. 8, 5, 156-159, Oct. 1999. ISSN: 09637214.

GARAY, A. B. S.; MAZZILI, C. P. Uma análise do(s) significado(s) do trabalho do voluntariado empresarial. Revista Eletrônica de Administração, 9(5), 1-17. 2003.

GODOY, A. S.Pesquisa qualitativa - tipos fundamentais. Revista de Administração de Empresas, v. 35, n. 3, p. 20-29, 1995.

PEREIRA, J. J. Desvelando o voluntariado: produção discursiva sobre o voluntariado no megaevento esportivo Rio 2016. Dissertação. Universidade Federal de Lavras, 140p. 2017.

WEICK, K. E. A Psicologia Social da Organização. São Paulo: Edgar Blucher: EDUSP. 1973. 120 p.

WEICK, K. E., SUTCLIFFE, K. M., OBSTFELD, D. Organizing and the process of sensemaking. Organization Science, 16(4), 409–421, 2005.

WILSON, J.. Volunteering. Annual review of sociology, p. 215-240, 2000.