Libro de Resúmenes

XVII Congreso Brasileño de Comunicación Ciudadana

XI Seminario de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación

Ciudadanía comunicativa, información y democracia

Universidad de Brasilia UNB

3 al 7 de octubre de 2023

ALAIC

Fernando Oliveira Paulino, Maria Cristina Gobbi, Mariana Ferreira Lopes, Maximiliano Peret. ALAIC (Asociación Latinoamericana de Investigadores de Comunicación); Brasília. XI Seminário Latino-Americano de Pesquisa em Comunicação – (XI Seminário ALAIC 2023) "Cidadania comunicativa, informação e democracia" 1. ed. Brasília: ALAIC. ISSN 2179-7617.

Apresentação 12

G1 - "30 anos do Grupo Economia Política da Comunicação da ALAIC"

Economia Política da Comunicação brasileira como herdeira da tradição crítica: disputa teórica dos EUA à América Latina 16
Figueiredo, Carlos

Desafios para o futuro do grupo de EPC da ALAIC 20
Santos, Anderson David Gomes dos

A práxis como horizonte e desafio para a EPC 24
SANTOS, Verlane Aragão

A maturidade da EPC no Brasil e seus desafios 27
Siqueira Bolaño, César Ricardo
Dourado Bastos, Manoel

GI 2 - "Atividades de extensão em comunicação"

Política brasileira em relação à Palestina 31
Alzoubi, Ahmad

A voz das crianças e jovens no Jornalismo Comunitário – vivências de extensão no JORUFSC 45
AYRES, Melina de la Barrera
COELHO, Isabel Colucci

Prática intelectual como política de transformação social: a relação entre os estudos culturais e a extensão universitária 49
BAYER, Luiza Gutheil
SILVEIRA, Ada Cristina Machado

A interface Comunicação e Cidadania na extensão universitária: uma experiência na Universidade Federal do Recôncavo da Bahia. 53
Coelho, Lilian Reichert
Suzart, Everton Leandro Lázaro

Projeto Maesa 360º: Um trabalho extensionista e interdiscipinar de narrativas transmidiáticas sobre cultura e patrimônio a partir do Centro de Comunicação da FSG Centro Universitário 58
Cornutti Barbosa, Camila
Martini, Felipe Gue

O que eu mudaria na publicidade? Análise de prática educomunicativa com crianças e pré-adolescentes 62
Craveiro, Pâmela
Rucks, Arthur

La producción audiovisual como estrategia de aprendizaje en comunidad. 66
Da Porta, Eva
Rinero, Lucía

A curitiba não imaginada: percepção de comunidade periférica sobre os imaginários visuais da cidade 69
Erven, Magno van

Escolas contra a desinformação: uma ação de extensão com estudantes do Ensino Médio da rede pública de Pernambuco, Brasil 72

Gueiros Barbosa, Bruno Rafael
Trigueiro de Amorim, Andrea de Lima
Domingues da Silva, Juliano Mendonça
Direito à comunicação, participação e protagonismo juvenil: Análise da experiência Nossas Vozes 75
Marra, Milena dos Santos
Fontenele, Luiggi Oliveira
Paulino, Fernando Oliveira
Lopes, Mariana Ferreira
Territorialização da Agenda 2030: experiências do Programa de Extensão Mão na Mídia da UFSM 80
Moraes, Cláudia Herte de
Veronezi, Kawê da Silva
Práticas extensionistas em Comunicação na UFRN: as experiências da Agência Escola Fotec e do projeto Tela Livre 84
NOBRE, Itamar de Morais
Consultoria Publicitária para Instituições sem fins lucrativos. 88
Pereira Patriota, Karla Regina Macena
II Guia rápido "vamos falar de cuidados paliativos?": informações e orientações ao público de voluntários em ambiente hospitalar 92
RABÊLO, Melissa Silva Moreira
RIBEIRO, Ramirio Costa
PEREIRA, Lívia Yanca Ferraz
Orientações em sala e por podcast sobre cuidados com uso de plataformas de redes social por crianças e adolescentes em Santana do Ipanema-AL 95
Santos, Anderson David Gomes dos
Alexandre, Eduardo Jorge Lima
Aquino, Maria José Pereira
Sousa, Francisco Gabriel Rodrigues de

GI 3 – "Comunicação Audiovisual"

Estratégias de Campanha e alianças políticas nas eleições para Governador na Paraíba: um estudo empírico sobre a polarização nas eleições de 2022. 100
Caleffi, Renata
Giordani, Renatha
Fontes, estereótipos e construção simbólica: uma análise das escolhas do Jornal Nacional 104
Caleffi, Renata
Kulak, Sergio Marilson
Formación profesional audiovisual y desempeño ocupacional en comunicadores sociales y periodistas. 108
Carlosama, Hernando Alfonso Cerón
A educação de jovens do ensino médio por meio de teleaulas: resultados preliminares de uma pesquisa sobre o Goiás Tec 113
Costa, Ana Paula Silva Ladeira
da Costa, Marcelo Henrique
Barbosa Valverde, Jarleo

Rodrigues Oliveira, Thaís
Traslapes la ficción y la realidad en las narraciones audiovisuales del narcotráfico. 116
Karam Cardenas, Tanius
Aproximación anaítica a las fórmulas narrativas del cine en américa latina. 119
Lozano Botache, Jorge Prudencio
Giraldo Marín, Lucero
Imagens de um caminho: origens da fotografia no Campo das Vertentes 122
Pereira, Maria Cristina Alves Pereira
Nascimento, Adriana Gomes
Os games como cultura: como a Lei Paulo Gustavo referendou o setor de jogos eletrônicos como audiovisual 125
Seixas, Priscila
Conceição Dos Santos, Pedro Henrique

GI 4 - "Comunicación y Diversidad: por una mirada interseccional a las identidades en las culturas democráticas"

O protagonismo humano e a representação das fontes amazônicas nas narrativas jornalísticas de Eliane Brum. 131
Alencar, Quezia da Silva
UMA INTRUSA NO PALÁCIO: o discurso da Folha de S. Paulo a respeito de Janja durante o primeiro mês de Lula no poder 135
AMORIM, Tatiana
Inteligência artificial, representação e ressuscitação materna em comercial de marca: notas sobre um circuito de interação e consumo da/na maternidade. 138
Aragão, Fernanda Bôto Paz
Protagonismo local na pauta jornalística do "desenrola e não me enrola". 142
Bassi, Ingrid Gomes
Ferreira Lopes, Mariana
Corpos plurais num país sem democracia: a imprensa erótica da Grafipar Edições. 146
Fernandes, José Carlos
Czovny, André Justus
Scavassin, Mariana de Mattos
Mulheres produtoras de conhecimento comunicacional na América Latina. 152
Gobbi, Maria Cristina
A conformação de gênero a partir dos formulários de entrada em aplicativos de relacionamento. 156
Nogueira de Oliveira, Amanda
Mulheres Indígenas e Etnicidades nas Redes 160
Leal de Oliveira, Maysa
Representação LGBTQIAP+ na Folha de S. Paulo: Jean Wyllys, Herbert Daniel e Eduardo Leite 164
Santos, Vinícius de Jesus Rodrigues dos
Cavalleiro Campos, Caroline
Gobbi, Maria Cristina
"Eufórica", "vingativa" e "controladora": a representação da primeira-dama Rosângela Lula da Silva sob a ótica do portal Revista Oeste. 169
Veloso, Ana Maria Da Conceição

Ferreira Cardoso, Laís Cristine
Lide Pagu - Análise dos textos de Pagu no jornal: "O Homem do Povo". 173
Vitali, Giovana Keiko Andrade Sato
Gobbi, Maria Cristina

GI 5 - "Comunicación y Género en Democracias: activismos, ciudadanías, representación y derechos"

Barbie feminista nas telas: protagonismo e ativismo feminino contemporáneo. 178
Belisário, Katia Maria
Geraldes, Elen Cristina
Sousa, Janara Kalline
Sobrenome, visibilidade ou comunicação: aspectos escolhidos nas eleições de 2022 pelas deputadas eleitas no Paraná que tem capital político hereditário. 181
Caleffi, Renata
Panke, Luciana
Comunicación y salud desde una dimensión política: la experiencia de Radio Teocelo. 184
Castellanos Rodríguez, José Agustín
La Construcción de Cuerpos animados: una Perspectiva de Género en la industria de la animación. 189
Cicalese, Gabriela R.
Ramos, Paula
Resistencias gordas: representación y visibilidad de los cuerpos en el espacio online y offline. 192
Espínola, María Rocío
"Es común que pase, pero sabemos que está mal": La difusión no consentida de contenidos íntimos como forma de violencia de género digital en la adolescencia. 195
Frezzotti, Yanina
Qual a voz das mulheres dentro das plataformas digitais? Uma investigação a partir dos influenciadores. 198
Lucini, Juana Andrade de
Controvérsias em rede: mapeando atores da polêmica do Estupro Culposo no *Twitter.* 201
MAIA, Kenia Beatriz Ferreira
ANDRADE, Maria Beatriz Silva de
Estrategias comunicativas ante la violencia digital contra mujeres en el ejercicio de la política. Un estudio en la Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. 205
Martínez Toledo, Yanet
Los retos de la atención en violencia durante la pandemia. Un abordaje de la atención digital por parte del INAMU, Costa Rica. 207
Martínez Toledo, Yanet
#AssédioZero: quais as ações de combate ao assédio nas universidades mobilizadas pela campanha no Brasil? 210
Nascimento de Sousa, Nayara
Producción social de TICs para el cuidado: Una aproximación al campo de estudio. 214
Ochoa Chaves, Luisa
Martínez Toledo, Yanet

Experiencias de (trans)formación: entre la producción cultural y la militancia contra las violencias. 218
Pineda, Andrea Evelin
Yeremian, Ana Gabriela
Mulheres RedPill: Análise de narrativas divulgadas no *Instagram.* 221
Prestes, Isadora da Silva
Nascimento, Francisco Arrais
Torcedoras e cidadania comunicativa: Os movimentos femininos nos estádios de futebol. 225
Santos, Jaqueline Puntel dos
As disputas por Representatividade LGBT na Produção Criativa: Brasil e Irlanda. 228
Scherer, Anderson Alves
Pensando a formação em comunicação digital para a promoção de Territórios Saudáveis e Sustentáveis: uma experiência introdutória com as mulheres do campo e/ou em situação de vulnerabilidade do Distrito Federal. 233
Silva, Gabriel Cunha Maia
Lopes, Mariana Ferreira
Paulino, Fernando Oliveira

GI 6 - "Comunicación Intercultural y Pluralidad"

Autorizadas e desdenhadas: mulheres brasileiras residentes na Grande Boston pelo olhar da Comunicação. 246
Abrão, Maria Amélia Paiva
Renda-se "A consciência do vestir-se de consciência – poéticas sustentáveis" 248
Abreu, Tássia Murad
Miranda, Zandra Coelho de
Bomfim, Filomena Maria Avelina
A busca por informações em saúde nos meios digitais por uma comunidade tradicional quilombola em Sergipe. 252
Ferreira, Raquel Marques Carriço
Bastos, Pereira Nunes
Santana, Dhione Oliveira
COMUNICAÇÃO, CIÊNCIA E PODER. Circulação do Saber Farmacêutico produzido nas Boticas dos Colégios da Companhia de Jesus no Brasil (1640-1759). 258
Gobbi, Maria Cristina
Silva, João Paulo de Campos
Comunicação e Design como Prática de Inclusão na Universidade. 262
Joukhadar, Daniele Cristine de Carvalho
Paiero, Denise Cristine
Accesibilidad y comunicación audiovisual: estudio exploratorio de la caracterización y aplicación práctica en Uruguay. 268
Lorier, Leticia
Bruné, Ignacio
González Martirena, Lucía Jimena
***Newsgame* e interculturalidade: acolhendo e inserindo a criança migrante na escola.** 272
Sylvestre, Helena Schiavoni

GI 7 - "Economía política y regulación de plataformas"

Estado, Indústria Cultural e as discussões sobre regulação: algumas considerações teóricas. 277
Bernardi, Guilherme
Bastos, Manoel Dourado

As plataformas digitais e a subsunção do trabalho no capital. 280
Bolaño, César
Zanghelini, Fabrício

As nTICs e o streaming: a nova televisão e a velha mídia juntos. 283
Freire, Cintia Augustinha dos Santos
Cabral Filho, Adilson Vaz

Análise da concorrência do audiovisual, à luz da EPC brasileira, aplicada ao sistema de mídia da Alemanha. 287
Lemos da Costa, Ana Beatriz

Comunicação e eleições: uma cartografia das decisões julgadas pelo TSE na campanha presidencial de 2022. 290
Locatelli, Carlos
Giordani, Renatha

PL 2630 nos portais evangélicos: disputa entre censura e fake news. 294
Mayrink, Manoela
Barba, Marcela

A Globo no Mercado Brasileiro de *Streaming* 297
SANTOS, Verlane Aragão

GI 8 - "Ficción Televisiva y Streaming"

Religião na política e nas telas: O Brasil pré e pós Bolsonaro em *Divino Amor* (2019) e *Medusa* (2023). 302
BARBA, Marcela
RIOS, Fernanda

De AmarElo a Medida Provisória: afrofuturismo como ferramenta antirracista na comunicação audiovisual. 306
Cunha, Alana Augusto da
Santos Barbosa, Juliana

Uma análise da série Lucifer e como ela representa nossa cultura consumista. 312
HAIDA, Nathalia Akemi Lara

Articulações entre a Análise de Discurso e os Estudos de Recepção: uma proposta metodológica para investigar ficção seriada de longa duração. 314
Kanyat, Lizbeth

K-dramas e convenções de gênero na K-dramaland. 318
Lemos, Ligia Prezia
Lima, Mariana Marques de

***Coisa Mais Linda!* Representações e discursos das protagonistas da série da Netflix sob um olhar interseccional.** 322
LOPES JUNIOR, Claudinei
MUNGIOLI, Maria Cristina Palma

SNOWDROP: Hibridismo de política e melodrama na diegese narrativa do formato de ficção seriada K-drama. 327
Macarroni, Murilo Machado
Marcadores neofantasia ou neossentimentais na telenovela brasileira contemporânea. 331
Néia,
Lucas Martins
Discutir o sexo dos anjos: estranhando afetos em Good Omens. 335
NUNES, Máira de Souza
AGUIAR, Bernardo Cortizo de
Telenovela e hipertelevisão: experiências de consumo em outras telas. 339
Oliveira, Lucas Pires de
Histórias da vida real na ficção: os refugiados de Órfãos da Terra. 347
Paula, Luciano Teixeira de
Consumo midiático de Ficção Televisiva: a emergência da pesquisa sobre streaming no Brasil. 351
Ribeiro, Regiane Regina
da Costa, Felipe
Matheus Neto, Romão
Emoções e gênero na ficção televisiva: Um estudo sobre o drama seriado contemporâneo em obras para streaming do Brasil. 355
Rocha, Simone Maria
Mulheres empoderadas na Netflix: o estudo de caso da Rainha Charlotte de Shonda Rhimes. 357
SICILIANO, Tatiana
HELICH, Tatiana
MORATELLI, Valmir
Representações sobre autismo nas séries *Atypical* e *The Good Doctor.* 361
Silva, Pedro Henrique Pereira da
Disney Plus e a nova forma de adaptar histórias em quadrinhos: O especial de TV *Lobisomem na Noite* (2022). 366
Soares, Anna Claudia
Do melodrama ao realismo: narrativa ficcional seriada como gênero. 370
Torres, Gabriela

GI 9 - "Habilidades digitales y consumos culturales transmedia"

Estrategias de lectura transmedia de estudio emergentes durante la pandemia 375
Albarello, Francisco
Hacia una generación digitalmente resiliente, habilidades para prevenir el grooming en las niñeces y adolescencias. Avance de la investigación 2022-2023 del Observatorio de Redes Sociales de la Facultad de Ciencias Sociales de Olavarría (UNICEN). 378
Magallanes, Sergio A.
Méndez, Joaquín
Análisis de consumos culturales para el diseño de estrategias educativas. 382
Peret, Maximiliano

Multitarea y multiplataforma: prácticas tecnológicas de estudiantes de Comunicación en la UNLP. 385
Pereyra, Melina Milagros
Los días por venir: Habilidades y hábitos digitales, él desafío para las Universidades. 388
Porta, Paula Inés
Na esteira da Cultura Digital: Instagram como seguidor de lógicas materiais e colonialista de dados. 390
Santos, Jhonnatan O. dos
Rocha, Larissa Leda F.

GI 10 - "Periodismo en ecosistemas digitales. Debates, política y construcción de ciudadanía"

Oásis na América Latina: veículos independentes em desertos informativos. 395
Alencar, Marta Thaís
A prática do comentário esportivo em podcast: uma análise doprograma "Posse de bola" 399
Ferraz, Nicolau Santos Oliveira
Paulino, Fernando Oliveira
Santos, Anderson David Gomes dos
Telejornalismo enfrenta a desinformação por meio de parcerias de *fact-checking*: um estudo das iniciativas e suas categorias. 404
Kneipp, Valquíria Aparecida Passos
Comunicação e eleições: uma cartografia das decisões julgadas pelo TSE na campanha presidencial de 2022. 408
Locatelli, Carlos
Giordani, Renatha
Plataformas digitales: adecuaciones profesionales y construcción de ciudadanía desde la gestión de la información. 412
Luchessi, Lila
O Jornalismo Guiado por Dados como contraponto às fontes oficiais: o caso do Instituto Fogo Cruzado. 415
Mastrella, Bruna
Cidadania Digital: impasses éticos na produção massiva de informação. 418
Moon, Rodrigo Malcolm de Barros
Gobbi, Maria Cristina
A desmediatização pré e pós Jair Bolsonaro: uma análise dos discursos contra imprensa feitos por Olavo de Carvalho no Facebook (2017-2019). 421
Pullin, Lucas Monteiro
Divulgar temas do espaço no ecossistema digital constitui-se em desafio para a ciência e para o público. 426
Serpa, Leoní

GI 11 - "Narrativas y representaciones mediáticas sobre las migraciones"

Inmigración venezolana en Chile: la construcción de un acontecimiento discursivo desde la noticia. 430
Cedillo Carrillo, Nathalia

¿Hacia una reconfiguración de la comunicación popular?: apuntes sobre la evolución de las Organizaciones Territoriales de Base según espacio y territorio en Los Andes Bolivianos. 435
Cossio Zambrana, Angela Fabiola
A representação midiática e social da pessoa com deficiência em situação de refúgio. 439
Ganzarolli, Amanda Christina Pereira Sorio
Emprendimiento en la comunidad indigena Yukpa: desde una mirada del bienestar económico-colectivo. 442
Monsalve Gómez, Martha Isabel
Castellanos Cotamo, Carmenza
Sánchez Alba, Maribel
Migración venezolana. Representaciones sociales de usuarios y receptores de la zona oriente de Colombia. 448
Tamayo Vera, Zaireth Natalia
Guerra López, Alejandra
Bohorquez-Pereira, Giovanni

GI 12 - "El rol de los movimientos sociales en procesos de cambio social y de comportamiento"

Mobilizações digitais: impactos na cobertura jornalística sobre a violência contra os povos da Terra Indígena Yanomami. 452
Ojeda, Lynara
Queiroz, Tatiane
A relação entre a midiatização da sociedade e os processos de interação na circulação de conteúdos de movimentos sociais. 456
Paiva, Carla Negrim Fernandes de

GI 13 – "Ouvidorias y Defensorías de las Audiencias"

Ombudsman/ouvidor ou crítico de mídia? Um paradoxo na campanha à presidência e na realidade governamental. 461
Lopes Filho, Boanerges Balbino
Alfamed: apuestas y desafíos para la literacidad mediática como derecho en Iberoamérica con foco en 465
América Latina y el Caribe"
Bacher, Silvia
Mateus, Julio-César
Las personas con discapacidad en el Código de Etica de la TV Pública. 469
Gonzalez Bonet, Verónica Carolina
Taxonomia e Sistemática de Instrumentos de Accountability e Participação na Mídia Pública Audiovisual: exercício metodológico para análises comparadas na América Latina e na Europa. 472
Coelho, Jairo Faria Guedes
Ouvidoria da EBC como rizoma para o campo da Comunicação Pública. 476
Marques, Joseti
Ouvidoria Cidadã da EBC: mobilização, denúncias e resultados. 481

Nitahara, Akemi
Defensorias de audiências, direito à comunicação e modelos de atuação. 485
Santana Nogueira, Rose Dayanne
Paulino, Fernando Oliveira
Lendo o rádio: a experiência de crítica de mídia no sistema público de radiodifusão no Brasil. 489
Severino, Tiago Nunes

GI 14 - "Radio Comunitaria en América Latina: problematizaciones contemporáneas"

Mídia local e cidadania: rádios comunitárias na Baixada Fluminense. 493
Garcia de Sousa, Sandra Sueli
Radios comunitarias y derechos a la educación en escenarios escolares diversos. 496
Meirovich, Valeria
Doyle, Magdalena
Radio comunitaria y territorio: un análisis espacial. 500
Olmedo, Raúl

Cidadania comunicativa e informação promovem a democracia; Apresentação de memórias

Mariana Ferreira Lopes[1]
Maria Cristina Gobbi[2]
Fernando Oliveira Paulino[3]

Em 8 de janeiro de 2023, Brasília presenciou ataques organizados por grupos de extrema-direita em uma tentativa de golpe após anos de governo pautado por perda de direitos, desordem informacional, censura e ataques constantes às instituições e aos processos democráticos. Tal conjuntura, vivenciada de outras formas por mais países em nosso continente, nos lança à necessária reflexão sobre o comunicacional, em sua complexidade, na tessitura social contemporânea. Desafio esse assumido pela Associação Latino-Americana de Investigadores da Comunicação, que trouxe como tema central de seu XI Seminário ALAIC **"Cidadania comunicativa, informação e democracia"**.

O evento, realizado na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB), mesma cidade que vivenciou aquele fatídico 8 de janeiro, em conjunto e parceria com a XVII Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã entre 3 e 7 de outubro de 2023, foi um importante espaço de debate e interlocução entre pesquisadores e ativistas.

Realizar evento da ALAIC em Brasília também reforça o encontro entre a capital brasileira e a Associação. Foi na UnB que aconteceu o Seminário Latino Americano de Comunicação, entre 24 e 29 de agosto de 1975, momento importante para a mobilização que fundou a ALAIC em 1978[4]. Também foi na capital brasileira que aconteceram as três primeiras edições da Escola de Verão "Pesquisa em Comunicação na América Latina", iniciativa promovida pela ALAIC e uma rede de universidades da região.

O XI Seminário ALAIC **"Cidadania comunicativa, informação e democracia"** estimulou o compartilhamento de experiências e reflexões sobre a cidadania comunicativa que, no sentido lato, abarca o direito à comunicação, a integridade da informação, a liberdade de expressão bem como os modos de estar, ser e perceber na

[1] Professora da UnB e Diretora Cultural e de Projetos da Associação Associação Brasileira de Pesquisadores e Comunicadores em Comunicação Popular, Comunitária e Cidadã (ABPCOM).
[2] Professora da Unesp, ex-Presidente da ABPCOM e Diretora Administrativa da ALAIC.
[3] Professor da UnB e presidente da ALAIC.
[4] Mais informações em artigo do professor Venício Artur de Lima disponível em: https://www.observatoriodaimprensa.com.br/interesse-publico/ed686-um-marco-esquecido-na-historia/

contemporaneidade em seus múltiplos atravessamentos, nos permitiu (re)conhecer e fortalecer esse campo de ação e reflexão dentro das particularidades e das múltiplas potencialidades que os estudos latino-americanos sobre a Comunicação nos abrem.

Nesse sentido, é oportuno lembrar também o centenário de Mario Kaplún (1923-2023), celebrado em uma mesa conjunta do XI Seminário ALAIC e da XVII Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã[5]. O legado de Kaplún em torno da comunicação educativa para transformação social tendo como base a participação, a exemplo de experiências de comunicação popular, são um horizonte comum para pensarmos a cidadania comunicativa e a cultura democrática hoje.

Se, por um lado, os desafios partilhados são muitos, da plataformização e regulamentação das big techs à desinformação, das novas lógicas de produção e consumo à própria formação de futuros comunicadores, as respostas a eles são também diversas. Nesta publicação estão reunidos os mais de 100 trabalhos apresentados nos 14 Grupos de Interesse propostos para o evento: "30 anos do Grupo Economia Política da Comunicação da ALAIC"; "Atividades de extensão em comunicação"; "Comunicação Audiovisual"; "Comunicación y Diversidad: por una mirada interseccional a las identidades en las culturas democráticas"; "Comunicación y Género en Democracias: activismos, ciudadanías, representación y derechos"; "Comunicación Intercultural y Pluralidad"; "Economía política y regulación de plataformas"; "Ficción Televisiva y Streaming"; "Habilidades digitales y consumos culturales transmedia"; - "Periodismo en ecosistemas digitales. Debates, política y construcción de ciudadanía"; "Narrativas y representaciones mediáticas sobre las migraciones"; - "El rol de los movimientos sociales en procesos de cambio social y de comportamiento"; "Ouvidorias y Defensorías de las Audiencias"; "Radio Comunitaria en América Latina: problematizaciones contemporáneas".

Agradecemos às pessoas que participaram presencial e remotamente das atividades e desejamos boa leitura e uso destas memórias. Aproveitamos para registrar a importância do apoio de discentes e docentes envolvidos na organização do evento, representados por Milena Marra e Dione Moura, respectivamente, do envolvimento dos integrantes da Diretoria da ALAIC: Daniela Monje, Sandra Osses, Tanius Karam e Eduardo Villanueva Mansilla e do suporte do professor Maximiliano Peret, de Thiago Dutra Vilela, de Camila Sánchez Delgado e de Lena Garbovetzky.

[5] O registro das mesas do XI Seminário ALAIC e da XVII Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã está disponível no canal da Faculdade de Comunicação da UnB: https://www.youtube.com/@canalfac953/streams

G1 - “30 anos do Grupo Economia Política da Comunicação da ALAIC”

Economia Política da Comunicação brasileira como herdeira da tradição crítica: disputa teórica dos EUA à América Latina

Political Economy of Communication as heir to the critical tradition: theoretical dispute from the USA to Latin America

Carlos Figueiredo
Professor da Programa Profissional de Pós Graduação em Economia da Universidade Federal de Sergipe
e-mail: carlospfs@gmail.com

GI 1 – 30 años del grupo de EPC de ALAIC (Remoto)

Palavras-chave: Teoria Crítica, Campo Comunicacional, Luta Epistemológica

Keywords: Critical Theory, Communication Field, Epistemological Struggle

O presente trabalho defende a existência de uma continuidade entre a contenda iniciada nos EUA - envolvendo as teorias administrativa e crítica da comunicação - e as disputas teóricas latino-americanas entre as teorias pós-modernas e críticas da comunicação contemporâneas. O texto mostra as relações entre as disputas iniciadas nos estudos sobre comunicação de massa no interior do *Radio Project* na Universidade de Princeton em Nova York, liderado pelo sociólogo austríaco Paul Lazarsfeld e o desenvolvimento do campo comunicacional latino-americano. A cisão teórica entre a *Mass Communication Research* e a Teoria Crítica dentro deste projeto em Princeton não é uma contenda menor, mas fundante na configuração do campo da comunicação e da luta epistemológica (Bolaño, 2015) existente em seu interior. Ao contrário do que chegou a defender Lazarsfeld (1941), as diferenças entre teoria administrativa e teoria crítica eram irreconciliáveis.

A partir dessa divisão, ocorre a conformação das disputas teóricas no campo da comunicação latino-americano que inicialmente se constituíra a partir do embate entre as teorias da comunicação para o desenvolvimento – cujos estudiosos eram financiados pelas agências de inteligência norte-americanas no contexto da Guerra Fria - e as teorias da dependência cultural que surgem como uma reação a esse quadro teórico. A partir daí, como reação às limitações teóricas das teorias da dependência cultural surgem duas alternativas que possuem o conceito de mediação como centro, ainda quem em diferentes níveis de abstração: os Estudos Culturais Latino-Americanos e a Economia Política da Comunicação, inaugurada no continente pelos estudos de César Bolaño (Bastos, 2019).

A primeira luta epistemológica no campo da comunicação é iniciada pela chegada dos pesquisadores alemães Max Horkheimer e Theodor Adorno, pertencentes ao Instituto para Pesquisa Social da Universidade de Frankfurt. Fugindo dos horrores do regime nazista, os pesquisadores de origem judaica, são integrados pelo sociólogo austríaco Paul Lazarsfeld a um projeto sobre programas radiofônicos financiado por empresas de radiodifusão. Oriundos de uma tradição crítica e reflexiva de estudos sociais, Adorno e Horkheimer entram em choque com os pressupostos teóricos e metodológicos do projeto conduzido na Universidade de Princeton, totalmente conformados às necessidades do patrocinador da pesquisa (Adorno, 1995). Para o pesquisador alemão, uma pesquisa encomendada para atender às necessidades de uma empresa em detrimento da compreensão do fenômeno em sua completude era algo inimaginável.

A consolidação do campo acadêmico da comunicação se dá no mesmo contexto do surgimento da Indústria Cultural cujo nascimento é possível apenas com a ascensão do capitalismo monopolista. Dessa forma, as primeiras pesquisas produzidas no campo serão voltadas para a propaganda e para a publicidade, as duas funções da indústria cultural cumpridas pela Indústria Cultural para o funcionamento do sistema capitalista (Bolaño, 2000). De um lado, Lazarsdfeld irá conduzir pesquisas não apenas voltadas para a propaganda política como People's Choice (Lazarsfeld, Bereison, Gaudet, 1944), mas também estudos que envolvem consumo como Personal Influence (Katz e Lazarsfeld, 1955). A influência do autor austríaco no campo da comunicação e na sociologia foi enorme, principalmente pelas inovações referentes a métodos quantitativos de coleta de dados. Já Adorno e Horkheimer (2006) inauguraram os estudos críticos em comunicação com o livro Dialética do Esclarecimento, publicado em 1947. A obra é uma crítica à derrocada do projeto iluminista que desemboca em um mundo administrado. No capítulo "Indústria Cultural: o Iluminismo como mistificação das massas" os autores inauguram o campo crítico dos Estudos em Comunicação ainda que este não seja o único ou principal objeto de pesquisa dos teóricos.

O campo crítico sempre foi considerado marginal na pesquisa em comunicação, e encontra extrema dificuldade em se institucionalizar nos cursos de graduação e programas de pós-graduação. Isso se dá porque o campo da comunicação desde sua origem é voltado para a defesa do modo de produção capitalista e treinamento de profissionais capacitados para atuar na indústria cultural para que esta exerça as funções publicidade, propaganda e programa. Em sua origem norte-americana, os estudos de comunicação eram direcionados para a propaganda de guerra - financiados pelas agências de inteligência norte-americanas - ou voltados para os estudos de audiência encomendados por empresas de comunicação ou anunciantes como no

caso do *Radio Project* em Princeton. Com o esgotamento dos estudos sobre guerra psicológica e propaganda de guerra, os mesmos pesquisadores envolvidos nestes projetos propõem estudos voltados para a comunicação como desenvolvimento para serem aplicados nos países subdesenvolvidos. O objetivo era evitar que a população desses países aderissem a projetos políticos de esquerda. Essas teorias continuarão sendo financiadas pelo governo norte-americano e estarão no cerne da implantação da revolução verde na América Latina como demonstram Herrera-Jaramillo e Bolaño (2019).

O paradigma da "comunicação enquanto poder" da Sociologia Funcionalista da comunicação gradativamente dá lugar à "comunicação enquanto consumo" (Simpson, 2015). Podemos dizer, ainda, na leitura de Mattellart (1994), que a pesquisa em comunicação passa da Guerra para o Progresso (Desenvolvimento) até chegar na Cultura. Dessa forma, o caminho até a "comunicação enquanto consumo" só pode ser entendido pelas mudanças sofridas pelos Estudos Culturais tanto britânicos quanto Latino-americanos, que passam da tradição ligada ao campo crítico para o campo pós-moderno. A partir desse momento, o campo da comunicação pode ser dividido entre o campo pós-moderno – enredado no que Nancy Fraser chama neoliberalismo progressista – e os estudos voltados para a tecnologia e jornalismo que adotam teorias tecnodeterministas inspiradas na ideia de sociedade pós-industrial (Bell, 1977).

A teoria pós-moderna iniciada por Lyotard é devedora das teorias de Bell, pois ambas defendem que o conhecimento retira a centralidade do trabalho pondo fim à sociedade industrial ou á sociedade moderna. Portanto, o campo pós-moderno é constituído pelo subcampo das micronarrativas – inaugurado por Lyotard – e pelo subcampo do tecnodeterminismo iniciado pelas teorias pós-industriais. A herança crítica no Brasil e na América Latina tem na EPC seu grande representante, pois é o campo que mantém o propósito da busca pela emancipação humana presente tradição inaugurada pela Escola de Frankfurt (Horkheimer, 1975) e preserva o potencial crítico do conceito de Indústria Cultural.

Referências

Adorno, T. W. (1995) *Palavras e Sinais.* Petrópolis/RJ: Vozes

Adorno, T.W; Horkheimer, M. (2006) *Dialética do Esclarecimento*. São Paulo: Zahar

Bastos, M. D. (2019). Indústria Cultural e capitalismo tardio: origens da Economia Política da Comunicação no Brasil em Mercado Brasileiro de Televisão. *Chasqui* (142), 187-202.

Bell, D. (1977) O *Advento da sociedade pós-industrial*. São Paulo: Cultrix.

Bolaño, C. (2015). *Campo Aberto.*Aracaju: Edise.

Bolaño, C. (2000). *Indústria Cultural, Informação e Capitalismo*. São Paulo: Hucitec.

Herrera-Jaramillo, M., & Bolaño, C. (2019). Modos de vida, conocimiento y capitalismo en perspectiva histórico-estructural. Para una crítica de la comunicación para el desarrollo en América Latina. *Revista da Sociedade Brasileira de Economia Política.* (52). 98-122.

Horkheimer, M. (1975) Teoria Tradicional e Teoria Crítica. Benjamin, W.; Adorno, T.; Horkheimer, M.; Habermas, J. *Textos Escolhidos*. São Paulo: Editora Abril. pp.125-162.

Katz, E.; Lazarsfeld, P. (1955). *Personal Influence*. New Brunswick: Transation Books.

Lazarsfeld, P. F. (1941). Remarks on administrative and critical communications research. *Studies in Philosophy and Social Science*, 9(1), 2-16.

Lazarsfeld, P.; Bereison, B.; Gaudet, H. (1944) *The People's Choic*e. New York: Columbia University Press.

Lyotard, F. (1988). *O Pós-Moderno*. Rio de Janeiro: José Olímpio.

Mattelart, A. (1994) *Comunicação-Mundo*. Petrópolis/RJ: Vozes.

Simpson, C. (2015). *Science of Coercion. Communication Research and Psycological Warfare*, 1945-1960. New York: Open Road.

Desafios para o futuro do grupo de EPC da ALAIC

Challenges for the future of Alaic's EPC group

Santos, Anderson David Gomes dos
anderson.gomes@santana.ufal.br
Universidade Federal de Alagoas, Brasil

Grupo de Interesse 1: 30 anos do grupo de EPC da ALAIC

Palavras-chave: disputa epistemológica; articulação coletiva; Economia Política da Comunicação.
Keywords: epistemological dispute; collective articulation; Political Economy of Communication.

RESUMO

O grupo temático de Economia Política das Comunicações está presente na Associação Latino-Americana de Investigadores da Comunicação (ALAIC) desde a reestruturação desta entidade de pesquisa em 1992, com apresentação de trabalhos de pesquisadoras e pesquisadores da área com destaque no cenário regional nas investigações científicas de Comunicação e na estruturação do campo científico como um todo.

A partir dessa efeméride, que representa ainda um marco importante para a organização da EPC na América Latina – junto com o grupo criado no mesmo ano na Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação –, a atual coordenação do GT EPC da ALAIC, em parceria com a Ulepicc-Brasil (capítulo Brasil da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura) resolveu fazer mesas temáticas com ex-coordenadores para descrever as experiências anteriores e pensar um pouco sobre o futuro.

Agrega-se a isso a preocupação deste autor na última década, enquanto atual coordenador do grupo temático e que se articula em diversos espaços da área a partir do Brasil, em pensar em projetos coletivos que demarquem melhor articulação e maior difusão do que é produzido a partir daqui.

Desde essa contextualização, o objetivo desta proposta será apresentar os desafios postos para o atual contexto de desenvolvimento e articulação coletiva da Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (EPC) na América Latina, de maneira a pensar melhor as possibilidades de continuidade do GT da ALAIC.

Antes de avançar, importante explicitar que, conforme Bolaño e Bastos (2020), pensamos a EPC como o:

> [...] estudo das relações de produção capitalistas relativas à estrutura dos sistemas de mediação social, tendo por pressuposto o desenvolvimento das forças produtivas. Em

> outros termos, trata-se em essência da ampliação do ferramental crítico da economia política para a compreensão das estruturas de mediação social características do modo de produção capitalista, especialmente aquelas desenvolvidas a partir das transformações sistêmicas que se traduziram na constituição do chamado capitalismo monopolista, na virada do século XX. (pp. 177-178).

O atual cenário da EPC na América Latina é formado especialmente por grupos de pesquisa que atuam de maneira separada dentro dos países, com exceção do Brasil, que conta com uma entidade à parte, a Ulepicc-Brasil, desde 2004. É a partir dela, inclusive, que o grupo de pesquisa de EPC da Intercom se articula desde a sua volta à entidade em 2010. Porém, mesmo aqui, como discutido anteriormente (Santos, 2022), percebemos uma falta de atuação efetivamente coletiva para o crescimento do subcampo.

Assim, reforçamos neste texto a maioria das perguntas feitas por Santos (2022, p. 440) para tratar do caso brasileiro e que podem servir como base para essa análise para os próximos anos, quiçá décadas, do grupo na ALAIC: Como expandir os estudos em EPC?; Quais possibilidades de construir a área de forma conjunta?; Há consensos possíveis para atuação na disputa epistemológica (na Comunicação, na América Latina e fora; e nos estudos marxistas)?

Ruy Sardinha Lopes, que compôs a coordenação do grupo temático de 2014 a 2020, em mesa realizada em 2 de julho, apresentou um desafio importante: O que fazer para gerar interesse em continuidade na presença do grupo e vínculo direto na ALAIC? (Lopes, 2023).

Segundo Lopes (2023), no recorte de quatro eventos realizados, em Lima-Peru (2014), Cidade do México (2016), San José-Costa Rica (2018) e virtual (2020), apenas uma pessoa apresentou em todos eles; enquanto outras 3 em pelo menos 3. E 11 em dois deles. Além disso, segundo levantamento do pesquisador brasileiro, Brasil, México e Argentina apresentaram mais trabalhos.

O segundo dos desafios, indicado por nós em levantamento do encontro bianual da Ulepicc internacional (Santos, Souza Filho & Rocha, 2022), é se quem vai ao grupo se assume enquanto EPC nos descritores (título, resumo e palavras-chave) ou dentre as referências.

Por um lado, como afirmamos em outro momento, tratar desse aspecto serve:

> [...] justamente para alertar da necessidade ainda maior de fazer isso, considerando se tratar de um subcampo que está longe da hegemonia na Comunicação. Além disso, uma boa busca por referências bibliográficas também deveria levar a conhecer trabalhos de outros grupos de pesquisa e estados [e países] que, talvez, tratem de determinados objetos via EPC. (Santos, 2022, p. 434).

De maneira que reflete outro problema, que é se nos lemos e nos citamos. Ponto este

que foi comentado pela pesquisadora argentina Daniela Inés Monje (2023), vice-coordenadora atual do grupo que falou durante a *live* já citada, em relação à falta de maior leitura de textos em Português, o que acaba levando também a referenciar mais referências de Estados Unidos e Europa, hegemônicas no campo da Comunicação, que do Brasil.

Conforme Santos (2022), "isso também gera um problema para a circulação do que é produzido no subcampo" (p. 438), de maneira que se nem entre o grupo, a partir do momento que se conhece determinado trabalho no congresso, passa a se interessar por ler e citar mais, imagina pessoas de outros subcampos.

Outro comentário importante de Monje (2023) para o que discutimos aqui é a necessidade de maior diálogo para formação de redes de pesquisa regionais, seja dentro dos países ou, a partir de temas em comum, a partir de grupos de nações distintas. De certa forma, o grupo de trabalho de EPC do CLACSO (Conselho Latino-Americano de Ciências Sociais), criado em 2019, vem servindo para passos iniciais neste sentido.

Assim, acreditamos que os diversos grupos de trabalho de evento, ainda mais um histórico como o da ALAIC, pode ser de diálogo mais frequente, além do congresso bianual. Do evento híbrido do ano passado para cá, essa vem sendo a tentativa, o que inclui este grupo de interesse, cujo resultado também deve refletir o cenário que apresentamos acima e nas mesas de 30 anos.

REFERÊNCIAS

Bolaño, C., & Bastos, M. D. (2020). Um pensamento materialista em Comunicação. In N. D. Bianco, & R. S. Lopes (Orgs.). *O campo da comunicação: epistemologia e contribuições científicas* (pp. 165-187). Socicom Livros.

Lopes, R. S. (2023, Julho 18). *Segunda mesa sobre os 30 anos do GT EPC da ALAIC*. [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/live/j20mxGZr7iY?si=_qIXMwcHkU24CqcD

Monje, D. I. (2023, Julho 18). *Segunda mesa sobre os 30 anos do GT EPC da ALAIC*. [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/live/j20mxGZr7iY?si=_qIXMwcHkU24CqcD

Santos, A. D. G. dos. (2022) Crítica da Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura: Desafios estruturais e epistemológicos da EPC no Brasil. In R. M. Marques, & Manoel Dourado Bastos. (Org.). *Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura: confrontando as barbáries do capital no século XXI* (pp. 426-441). Ulepicc-Brasil.

Santos, A. D. G. dos; Souza Filho, C. L. L.; Rocha, R. S. A produção brasileira nos congressos da Ulepicc: análise quantitativa do evento de Quilmes-2013. In R. M. Marques, & Manoel Dourado Bastos. (Org.). *Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura: confrontando as barbáries do capital no século XXI* (pp. 442-456). Ulepicc-Brasil.

A práxis como horizonte e desafio para a EPC

SANTOS, Verlane Aragão
Universidade Federal de Sergipe, Brasil,
velorca2010@gmail.com

GI 1 – 30 años del grupo de EPC de ALAIC

Palavras-chave: Ulepicc-Brasil, movimentos sociais e populares, classe trabalhadora

O objetivo dessa investigação é trazer elementos conceituais para a construção de propostas de ação junto aos movimentos sociais e populares, a partir da Ulepicc-Brasil, associação representativa do pensamento cítrico na América Latina. A preocupação que nos anima é a de alinhamento, a partir de uma associação científica de Economia Política, com os movimentos sociais e populares, na perspectiva de pensar, intervir, propor projetos de caráter nacional e popular que possam se colocar em confronto com a lógica societal vigente. Recuperamos o próprio conceito de práxis, como conceito e como filosofia, a partir de um autor clássico do pensamento marxista brasileiro, Leandro Konder. "A práxis é a atividade concreta pela qual os sujeitos humanos se afirmam no mundo, modificando a realidade objetiva e, para poderem alterá-la, transformando-se a si mesmos. É a ação que, para se aprofundar de maneira mais conseqüente, precisa da reflexão, do autoquestionamento, da teoria; e é a teoria que remete à ação, que enfrenta o desafio de verificar seus acertos e desacertos, cotejando-os com a prática" (Konder, 1992, p. 115). Ou seja, a práxis contempla de maneira associativa a teoria à prática. Essa noção, o sentido da palavra, nos termos do âmbito do pensamento marxista, dentro de uma determinada vertente da Economia Política, reconhecida como uma crítica da economia política, não nos chega pronta desde o primeiro momento. A palavra *práxis*, o próprio Konder observa, vem do grego. Aristóteles a utiliza acompanhada por outras duas palavras, a *poiésis* e a *theoria*, no seguinte sentido: "a ação que se realiza no âmbito das relações entre as pessoas, a ação intersubjetiva, a ação moral, a ação dos cidadãos" (Konder, 1992, p. 97). Ou seja, a *práxis* ela se realiza no âmbito da relação entre as pessoas, enquanto a *poiésis* era entendida como a produção material, a produção dos objetos. Essas duas ações, a *práxis* e a *poiésis*, partiam de conhecimentos específicos, próprios, daí surge uma terceira ação, a *theoria*, voltada para a produção das ideias e do pensamento, produção da reflexão. Ora, essa compreensão de práxis, quando chega a Marx, é apreendida a partir da ideia de ação, ação na vida social, ação no mundo, ação realizada por homens e mulheres, constrangidos no seu tempo, sujeitos sociais e históricos. Marx, ao estabelecer o diálogo crítico com a economia política do seu tempo, ou seja, com a economia política inglesa, em especial, e como ele mesmo diz representantes da ideologia burguesa. Marx estabelece um tipo de inversão, que deve ser entendida à medida que o processo de produção de riqueza no âmbito do capitalismo avança no sentido da separação dos produtores diretos e dos proprietários dos meios de

produção, que indica a passagem, em determinado momento na Europa Ocidental, ou seja, de uma historiografia centrada no Ocidente, uma passagem das formas pré-capitalistas às formas capitalistas que implicava em uma dupla expropriação que o capital realiza em relação ao trabalho, dos meios de produção e do saber relativo ao trabalho (Marx, 2013 ; Sohn-Rethel, 1995; Bolaño, 2002). A sociedade burguesa baseada na produção da grande-indústria é capaz de, com o avanço da divisão do trabalho, estabelecer uma dissociação entre fazer e o pensar sobre o fazer, ou o saber sobre o fazer. Essa dissociação é compreendida por Marx a partir de uma dupla apropriação (pois dupla expropriação), que leva a burguesia (o capital) a deter o saber e o fazer, ou seja, incorporar para si a própria dinâmica de funcionamento da sociedade capitalista. A práxis aparece para Marx como uma inversão, no sentido da ação – não se pode perder de vista, que ao falar de práxis, estamos falando de ação, mas como projeção em direção a uma sociedade socialista, de uma práxis revolucionária -, a ser realizada a partir dos princípios, da organização e dos interesses da classe trabalhadora (Konder, 1992). No âmbito do próprio marxismo, o método – o materialismo histórico, a dialética – só pode ser entendido, a partir de outra inversão, que se dá no âmbito do pensamento e da ciência alemã, quando Marx impõe o materialismo, contrapondo-se ao idealismo, representado por Hegel, mas detendo deste a dialética, o que o método propõe é que essa ação está no âmbito da produção do homem, que é da ordem da subjetividade sensível, é material e simbólica, pensando em termos do papel central do trabalho no processo de produção – material e simbólica – da vida. É da ordem da formação do homem, como ser genérico, para a própria ação e a própria vida. A ação demanda a produção do conhecimento e a apreensão do mundo a partir do exercício da reflexão, do exercício da teoria. Pois no método, as partes, sua soma, não definem a totalidade, e é preciso buscar essa totalidade. Em um mundo cingido entre o saber e o fazer; como diz Alfred Sohn-Rethel, entre cabeça e mão, entre trabalho intelectual e trabalho manual, é preciso que a práxis seja exercida, a partir da perspectiva da classe trabalhadora, incorporando o método, abarcando o mundo na sua totalidade e com o intuito de transformar essa realidade, como totalidade do capital, as realidades atravessadas por múltiplas determinações. É a dialética que pode ajudar, pois contempla as multi dimensões e determinações, prenhes de contradições. Pensar em práxis é pensar em um processo histórico que está relacionado tanto com a forma de organização da vida produtiva, material, sob a lógica do capital, quanto como pensar no âmbito do capital as diversas dicotomias (entre fazer e saber; entre classes, entre gêneros, entre raças, etc.) que vão se colocando e ainda com a constituição de campos específicos, ou seja, com a ampliação da divisão social do trabalho, que passam a deter a prerrogativa e a legitimidade do pensar, como é o caso da ciência. Uma ciência que se autonomiza como espaço próprio e inerente da produção de conhecimento, ao mesmo tempo que é uma atividade que à medida que o capitalismo se desenvolve se subordina à lógica do capital. Isso fica evidenciado na predominância de uma visão instrumental na formação e no ensino nas escolas de comunicação. O que só pode ser entendido no âmbito do desenvolvimento do pensamento ocidental moderno e das diferenças que se pode encontrar entre a ciência alemã e a inglesa (Bensaïd, 1999). O próprio Marx é o resultado, como lembra Daniel Bensaïd, desse processo, inserido na cultura alemã, ao dialogar com a ideologia alemã, introduz a noção de práxis, mas ao mesmo tempo traz da ciência alemã elementos que o permitem não recair na visão instrumental, representada pelo empiricismo inglês, que como metodologia científica, moldará as ciências modernas, incluindo a própria ciência da comunicação. Como campo contra hegemônico, a EPC

deve assim, no desafio de atuar em parceria e da troca mútua de experiências e saberes com os movimentos sociais e populares, recuperar o sentido de práxis que Marx reorientou dentro da tradição do pensamento ocidental e em perspectiva ampliada, ou seja, incorporando outras tradições epistêmicas, também contra hegemônicas.

Referências

Bensaïd, Daniel. (1999). *Marx, o intempestivo: grandezas e misérias de uma aventura crítica (séculos XIX e XX)*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira.

Bolaño, César. (2002). Trabalho Intelectual, Comunicação e Capitalismo. A re-configuração do fator subjetivo na atual reestruturação produtiva. *Revista da Sociedade Brasileira de Economia Política*. nº 11, p. 53-78, dezembro 2002.

Konder, Leandro. (1992). *O futuro da filosofia da práxis: o pensamento de Marx no século XXI*. Rio de Janeiro, Paz e Terra.

Marx, Karl. (2013). *O Capital. Crítica da Economia Política*. São Paulo, Boitempo.

Sohn-Rethel, Alfred. (1995). *Trabalho Espiritual e Corporal. Para a Epistemologia da História Ocidental*. Tradução e Apresentação de Cesare Galvan. Texto para Discussão No. 87. João Pessoa, UFPB.

A maturidade da EPC no Brasil e seus desafios

César Ricardo Siqueira Bolaño
(UFS) – Brasil
bolano.ufs@gmail.com

Manoel Dourado Bastos
(UEL) – Brasil
manoel.bastos@uel.br

GI 1 - 30 anos do grupo EPC da ALAIC

O objetivo deste artigo é lançar um olhar retrospectivo sobre o desenvolvimento da EPC brasileira, tendo em vista o conjunto do material apresentado ao grupo de trabalho de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, no seu 46º congresso, em Belo Horizonte, em 2023.[1]

Esse grupo da INTERCOM, fundado em 1992, foi o primeiro da EPC latino-americana, seguido pelo da Associação latino-americana de Investigadores da Comunicação (ALAIC). A partir da articulação desses dois grupos no interior do Observatório de Economia e Comunicação (OBSCOM) da Universidade Federal de Sergipe (UFS) é que surgiram a revista e o portal EPTIC que, por sua vez, convocaram os três congressos (Buenos Aires, Brasília e Sevilha), que deram origem à união Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (ULEPICC) e ao seu capítulo brasileiro (ULEPICC-Brasil).

No interior desse conjunto, e em diálogo com diferentes entidades internacionais e sociedades nacionais latino-americanas de pesquisadores, destaca-se a existência de um pensamento brasileiro na área – hoje produzido coletivamente em uma série de grupos de trabalho e laboratórios acadêmicos (OBSCOM-CEPOS, CUBO, CEPCOM-UFAL, TELAS, EPC-PUC-Rio, dentre outros) – cuja maturidade foi possível apreciar no congresso de 2023 da INTERCOM. Note-se que há ainda no Brasil outras linhas de pesquisa que se reivindicam também representantes da EPC no país. Neste trabalho, no entanto, vamos nos limitar à linha central, derivada dos trabalhos inaugurais de César Bolaño (2004 e 2000), Valério Brittos (2022), Ruy Sardinha Lopes (2008) e outros que constituíram o núcleo original da EPC brasileira.

[1] Cf. a programação em https://www.portalintercom.org.br/uploads/wysiwyg/programacao-presencial-grupos-de-pesquisa-2023-final.pdf

Coordenado por Carlos Figueiredo Sobrinho, o GP de EPC da INTERCOM apresentou no congresso de 2023 um conjunto de artigos que demonstram a maturidade indicada. As apresentações se dedicaram a avaliar tanto as clássicas estruturas de mediação social, em que se foca o estudo da indústria cultural, quanto os novos arranjos no âmbito da comunicação desdobrados da reestruturação produtiva. Nessas apresentações, observa-se a passagem do caráter centralmente nacional da regulação daquelas estruturas para o âmbito em que a anterior perspectiva de regulação já não dá mais conta do processo, conforme abordagem de Manoel Bastos e Guilherme Bernardi. Em sentido próximo, Rodrigo Moreno Marques formulou uma taxonomia das plataformas baseada nas relações sociais de produção nelas implicadas.

A apresentação de César Bolaño procurou dar um enquadramento geral à transição do sistema global de cultura, o qual desemboca, numa discussão sobre as plataformas chinesas, mas que também poderia finalizar no gráfico apresentado por Bolaño, Helena Martins e Jonas Valente, recuperado na apresentação dos dois últimos sobre o modelo de negócios das plataformas de mediação de trabalho e também na de Verlane Aragão e Aianne Amado, que apresenta uma base analítica para se compreender a transição e a intersecção da Industrias Cultural da segunda metade do século XX para a economia da internet e das plataformas digitais. Nesta, a problemática do *trabalho intelectual* e das novas formas de precarização do trabalho em geral, inclusive via plataformas, é um aspecto essencial, como se mostrou na apresentação de Ruy Sardinha Lopes e Juny Kp. Uma categoria chave para se entender esses fenômenos do ponto de vista do trabalho é a categoria marxiana de *subsunção*, amplamente desenvolvida pela escola brasileira. Esta preocupação se refletiu no trabalho de Patrícia Maurício e Luciana Brafman sobre a remuneração de conteúdo jornalístico pelas plataformas digitais.

Outra categoria fundamental, a de *mediação*, também esteve presente e marca a diferença entre a nossa definição e a mais conhecida dos estudos culturais latino-americanos. A formulação original a respeito desta última na EPC brasileira (Bolaño, 2000) está relacionada ao debate sobre outro conceito central do campo da comunicação e a definição particular da EPC brasileira, como é o da mercadoria audiência (problemática presente na apresentação de André Pfeil). Essas três categorias são centrais na teoria geral da Comunicação que neste momento está sendo construída, como o evento demonstra, por um conjunto importante de pesquisadores em diferentes universidades brasileira.

Assim também o conceito de *padrão tecno-estético*, que articula os elementos de ordem microeconômica que configuram os mercados culturais aos aspectos de ordem simbólica que definem a mediação com a recepção, base da produção da mercadoria audiência. Esse conceito apareceu também originalmente no trabalho de Bolaño, mas teve um importante desenvolvimento depois, com as especificações de Valério Brittos. No congresso de 2023, Anderson Santos mostrou a vitalidade do conceito, ao definir elementos particulares para a sua utilização no campo da concorrência em relação às transmissões esportivas. Tamiris Anunciação e Manoel Bastos retomaram o conceito de *função programa*, elaborado por Bolaño, para enfrentar a temática do racismo. O arcabouço original de Bolaño (2004) guiou um estudo original de Rodolfo Londero sobre as agências de publicidade em Londrina-PR, em que o problema do trabalho e a reestruturação produtiva também se faz presente. Destaque-se o problema do financiamento público do webjornalismo no trabalho de Júlio Arantes e Leonardo dos Santos. A questão das plataformas e seus conteúdos marcou a apresentação de Samária Andrade, André Gonçalves e demais autores.

Cumpre apontar, conforme lembrado por Lopes durante o evento, o esforço da EPC produzida no Brasil em enfrentar os problemas do tempo presente, com a presença marcante de trabalhos sobre perspectivas reacionárias (como em Vinícius Miguel e Lucas Priori; Ana Luisa Sversutti e Manoel Bastos; Adriane Carvalho e demais autores; Carlos Figueiredo; Gabriela Cunha; Camilla Machuy e Marco Schneider).

Na contramão dos achados por Anderson Santos e demais autores a respeito da produção brasileira nos Congressos da Ulepicc, tomando neste caso o exemplo do Congresso de Sevilha, em 2019, o GP de EPC da Intercom demonstrou, neste congresso de 2023, que a EPC alcançou maturidade para abarcar um conjunto complexo de questões. Aponta, com isso, o desafio de manter a robustez e qualidade de sua produção, também no grupo de EPC da Alaic.

Referências

Bolaño, C. (2000). *Indústria Cultura, informação e capitalismo.* São Paulo: Hucitec, Pólis.

Bolaño, C. (2004). *Mercado Brasileiro de Televisão*. São Paulo:

Brittos, V. (2022). *Estudos culturais, economia política da comunicação e o mercado brasileiro de televisão*. Buenos Aires: Clacso.

Lopes, R.S. (2008). *Informação, conhecimento e valor*. São Paulo: Radical Livros.

GI 2 - “Atividades de extensão em comunicação”

Política brasileira em relação à Palestina

Ahmad Alzoubi[1]

Resumo

Este artigo tem o objetivo de refletir sobre o Brasil as consequências das eleições de 2022 para a Palestina, com a vitória do primeiro brasileiro eleito três vezes para exercer a Presidência da República na História, Luiz Inácio Lula da Silva (Lula), do partido dos Trabalhadores. Toma-se por base que o Brasil ocupa uma posição política de destaque por estar à frente dos demais países da América do Sul, no que diz respeito a olhar para o Oriente Médio e estar atento ao que está acontecendo lá, especificamente à causa palestina. A metodologia utilizada tem respaldo com a revisão de literatura, baseada nas teorias de Abd al-Hay (2020), quanto à política externa brasileira em relação à Palestina, assumindo que o Brasil é um país gigante e possui uma posição política forte e influente. Entre as conclusões deste artigo, ressalta-se que o governo do novo presidente Lula pretende estar mais na defesa dos direitos do povo palestino do que o governo anterior, e a justiça social para os povos estará na agenda do presidente e de seu governo.

Palavras-chave: Brasil. Palestina. Comunicação. Jornalismo. Oriente médio.

Abstract

This article aims to reflect on Brazil the consequences of the 2022 elections for Palestine, with the victory of the first Brazilian elected three times to exercise the Presidency of the Republic in History, Luiz Inácio Lula da Silva (Lula), from the Workers' Party. Based on the fact that Brazil occupies a prominent political position for being ahead of the other countries in South America, with regard to looking at the Middle East and being aware of what is happening there, specifically the Palestinian cause. The methodology used is supported by the literature review, based on the theories of Abd al-Hay (2020), regarding Brazilian foreign policy in relation to Palestine, assuming that Brazil is a giant country and has a strong and influential political position. Among the

[1] Jornalista palestino nascido na Jordânia. É diretor do Monitor do Oriente Médio no Brasil, portal de notícias sobre o Oriente Médio com sede em Londres. Mestre em Finanças pela Al Albayt University, doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo e membro do grupo de pesquisa Jornalismo Humanitário e Média Interventivos (HumanizaCom).
E-mail: ahmad.alzoubi@monitordooriente.com.

conclusions of this article, it should be noted that the government of the new president Lula intends to be more in defense of the rights of the Palestinian people than the previous government, and social justice for the peoples will be on the agenda of the president and his government.

Keywords: Brazil. Palestine. Communication. Journalism. Middle East.

Introdução

O Brasil é um dos países emergentes do BRICS agrupamento econômico atualmente composto por cinco países: Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul , e possui três coisas importantes: seu idioma, suas moedas circulantes e sua posição política. Ajudado por sua grande população, que é de aproximadamente 250 milhões de pessoas, e sua enorme e extensa área geográfica que supera a maioria dos países do mundo em área, que equivale a 8,5 milhões de km² e o tamanho de sua imensa economia, que é considerada uma das dez maiores do mundo nas indústrias de carnes, café e metalurgia.

Os Estados Unidos da América sempre buscaram enfraquecer seus vizinhos, e todos os países latino-americanos foram chamados de jardim sucessor dos Estados Unidos da América. O Brasil, certamente, estava no topo das atenções dos Estados Unidos da América pelos motivos acima mencionados, sendo a capital dos países da América do Sul. A dimensão da difamação e conspiração contra o Brasil foi grande, e o interesse por sua posição política, que deve ser considerada pelos Estados Unidos da América, está em linha com sua visão e método de obediência a um conjunto de arquivos sensíveis e questões internacionais, além da qual a mais importante delas é a causa palestina.

O Brasil, em geral, ou teria apoiado a causa palestina no âmbito internacional e nas decisões de direitos humanos, ou nos casos mais fracos teria assumido uma posição de neutralidade. Desde o início do novo milênio e da ascensão da estrela do presidente Lula da Silva, cuja posição prática e inédita foi muito avançada em favor da causa palestina, política e popularmente, foi acompanhado pela ascensão do Brasil economicamente e sua influência em seu entorno de forma inédita, e os tremendos fatores de desenvolvimento local que fizeram o Brasil recentemente.

Neste artigo, a partir de uma revisão de literatura, buscamos compreender a posição do Brasil que apoiou a causa palestina e como isso afetou o cenário político interno brasileiro, que coincidiu com outras questões sensíveis no Brasil e na Palestina em particular. Esta reflexão se dá

no cenário construído a partir das eleições de 2022 no Brasil, com a vitória do primeiro brasileiro eleito três vezes para exercer a Presidência da República na História, Luís Inácio Lula da Silva, do partido dos Trabalhadores.

1.1 Metodologia

Para que uma pesquisa tenha teor acadêmico, é necessário estabelecer uma metodologia que possa responder à pergunta problema levantada pelo pesquisador. Nesse ponto, entende-se que a formulação de um problema de pesquisa só se torna relevante quando o pesquisador, após uma análise crítica do estágio atual da produção científica de sua temática, consegue identificar lacunas, consensos e controvérsias sobre o tema e inserir o seu objeto de pesquisa num caminho ainda não percorrido por outros pesquisadores.

Para a pesquisadora Martins (2018):

> A revisão de literatura refere-se à fundamentação teórica que você irá adotar para tratar o tema e o problema de pesquisa. Por meio da análise da literatura publicada você irá traçar um quadro teórico e fará a estruturação conceitual que dará sustentação ao desenvolvimento da pesquisa. Para elaborar uma revisão de literatura é recomendável que você adote a metodologia de pesquisa bibliográfica. Pesquisa Bibliográfica é aquela baseada na análise da literatura já publicada em forma de livros, artigos e literatura cinzenta (teses, dissertações, trabalhos apresentados em congressos, relatórios, etc.).

Nesse sentido, a revisão da literatura pode ser muito útil, uma vez que aplicada com eficácia e seguindo critérios rigorosos de análise e investigação.

Para este artigo, após leitura, decidiu-se quais estudos devem ser incluídos e quais devem ser excluídos, não sem antes fazer um registro do porquê tais estudos serão incluídos e outros excluídos. Nesse ponto, a inclusão e a exclusão dependem em grande parte do tipo de revisão, cujo objetivo é gerar ou explorar teorias, os conceitos vão surgindo ao longo da análise. Nesse base, deu-se início à leitura analítica dos títulos e resumos dos estudos relacionados ao tema, a exemplo dos textos de Abdel Hai, intitulado *Relações de Israel com a América Latina* (2021), Masalha, e seu trabalho sobre a *Expulsão dos palestinos, a expulsão dos palestinos – O conceito de "transferência" no pensamento político sionista* (1882-1948), 2021, Renatho *et al*., com a pesquisa *Sem caminhos para Gaza* (2021), Bárbara Telles, em sua dissertação de mestrado *La tierra palestina es más cara que el oro: narrativas palestinas em disputa*, além de instituições governamentais, a exemplo da ONU.

Acrescenta-se que para os pesquisadores Mazzoti e Gewandsznajder (2000, p. 181), “caso não haja revisões disponíveis sobre o tema, é recomendável começar pelos artigos mais recentes e, a partir daí, ir identificando outros citados nas respectivas bibliografias”. Nesta pesquisa, foram lidos alguns artigos que falam sobre as relações Brasil-Palestina.

Com base em estudos e pesquisas, importa ressaltar que existe certo consenso na academia sobre a falta de comprometimento da diplomacia brasileira com o Oriente Médio (SANTOS, 2014). Como resultado, as produções sobre as relações do Brasil com a região são extremamente escassas e se restringem, em sua maioria, a artigos. Mas, apesar da dificuldade, buscamos produzir uma análise prática que esclareça os mecanismos da relação. Com base nisso, fazer recomendações muito importantes para o investigador e para os leitores no interesse acadêmico e político, e caso existam lacunas, é importante que o investigador recomende a realização de mais investigações e preocupações sobre a natureza deste título e a relação entre estas entidades.

1.2 Relações de Israel com a América Latina: breve balanço

Desde 1947, quando a questão palestina passou a ser tratada como um assunto de relevância internacional, a diplomacia brasileira, de maneira geral, não entendeu tal problema como um interesse imediato de política externa (PONTES, 2020). Esta estava subordinada principalmente aos interesses nacionais do desenvolvimento, os quais não encontraram nos conflitos médio-orientais motivos que os aproximassem da região. Por esse motivo, é comum que o envolvimento brasileiro com a questão palestina seja estudado e analisado a partir das esferas deliberativas da Organização das Nações Unidas (ONU), sobretudo no Conselho de Segurança (CSNU) (PONTES, 2020).

Israel sempre buscou ter alcance político na América Latina e se preocupou em ampliar relações para conquistar apoio de seus países em fóruns internacionais, especialmente a votação nas Nações Unidas ou no Conselho de Segurança, além da representação política e diplomática, por meio da abertura de embaixadas e escritórios de Israel nesses países (ALZOUB, 2021).

O continente que se divide em América Central, América do Sul e Caribe e constitui mais de 8% do PIB global conta com um membro no BRICS, o Brasil, considerado um dos países mais desenvolvidos economicamente da região.

O início da relação se deu quando 13 países latino-americanos votaram a favor da resolução de partição entre 20 países da época, com seis abstenções e o voto contrário de Cuba.

Depois da guerra de 1967, 20 países latino-americanos submeteram às Nações Unidas um projeto para a retirada de Israel das terras ocupadas nos confrontos e o fim do estado de guerra, em respeito à coexistência e à paz, mas Israel rejeitou a proposta categoricamente. A devolução só ocorreria com a Resolução 242 da ONU.

A América Latina esteve distante de conflitos globais como a Primeira e a Segunda Guerras Mundiais, as disputas entre Rússia e China ou entre China e América, e também longe da questão nuclear iraniana, porém, durante a Segunda Guerra Mundial, o Brasil foi um dos primeiros produtores de alimentos para os exércitos dos grandes países envolvidos. A posição latino-americana mudou, tendendo em grande parte a favor da causa palestina depois que a região foi afetada pelo Movimento dos Não-Alinhados, com o surgimento de 15 países das ilhas caribenhas, além de Peru, Chile, Argentina, Nicarágua e Cuba.

Israel tentou repetidamente entrar na América Latina através do Brasil ou Argentina, mas não obteve o sucesso pretendido. Já com a ajuda dos Estados Unidos conseguiu em grande medida estender sua influência sobre a América Central, como El Salvador, Guatemala, Honduras e Nicarágua. A corrente evangélica extremista cresceu nesses países carregando seu alinhamento com Israel em todas as suas visões.

A ascensão do atual presidente brasileiro, Jair Bolsonaro, constituiu um impulso político e moral para Netanyahu pessoalmente e para Israel em geral. O primeiro-ministro israelense fez quatro visitas oficiais ao Brasil, México e Argentina de 2017 até 2020.

Acrescente a essa aproximação o fato de que a comunidade judaica na América Latina, em cerca de 450 a 500 mil pessoas no conjunto, tem papel ativo no fortalecimento das relações com Israel, contando com investimentos e empresas na região e o apoio financeiro, político e de segurança de Israel.

Os árabes também são em grande número bem-sucedidos, com personalidades conhecidas e influentes, como o ex-presidente brasileiro Michel Temer e o atual presidente de El Salvador, Nayib Bukele, e muitos outros generais do exército, ministros, comerciantes, donos de negócios e patrimônio.

Segundo artigo do Mohsen Mohamed Saleh, no Alzaytouna, “[...] algumas estimativas indicam que existem cerca de 600 milionários de origem palestina no Brasil e no Chile”. Mas as comunidades árabes e a comunidade palestina, em particular, são mais desarticuladas entre si e com os países árabes, representando menor força política conjunta.

Isso não quer dizer que os árabes da América Latina tenham pouca expressão. Eles são fortes e influentes nas sociedades latino-americanas, mas a falta de articulação em torno da causa palestina, especialmente, não afeta tomadores de decisão como poderia. Falta um projeto palestino-palestino ou árabe-palestino que envolva essas comunidades.

A força de Israel na região latino-americana resulta dos grupos de pressão judaicos, do aumento da porcentagem de evangélicos pró-Israel e dos extremistas de direita e da ausência de um projeto comum árabe-palestino.

Por outro lado, na América Latina, aumentaram os movimentos de esquerda e estudantil, sindicatos gerais e organizações que defendem a Palestina nos fóruns internacionais e apoiam a decisão de estabelecer um Estado palestino nas fronteiras de 1967. As últimas décadas testemunharam avanços pró-Palestina nas posições dos ex-presidentes do Brasil, Lula da Silva e Dilma Rousseff; do Paraguai, Fernando Lugo; do Equador, Rafael Correa; da Colômbia, Ernesto Samper; do Uruguai, Pepe Mujica; e de figuras como o escritor Milton Hatoum, o cartunista Carlos Latuff, o ex-prefeito de São Paulo Fernando Haddad, e o líder estudantil Edmilson Costa. Essas lideranças assumiram uma posição valiosa quando exigiram, em julho de 2020, a imposição de sanções a Israel devido ao apartheid, e o plano de anexar as terras da Cisjordânia como parte do malfadado Acordo do Século, anunciado por Donald Trump.

Matéria publicada na Revista *Exame,* intitulada *"Acordo do Século" de Trump para o Oriente Médio será finalmente revelado*, explica que a proposta prega acordo de paz entre árabes e israelenses, mas tem o desafio de ser aceita pelo lado palestino, e que este Acordo do Século será finalmente revelado.

> Poucos dias antes de entrar na Casa Branca, há três anos, Donald Trump incumbiu o genro, Jared Kushner, de uma tarefa talvez inédita entre pessoas com esse parentesco: estabelecer a paz no Oriente Médio, com um acordo entre árabes e israelenses. A expectativa era retomar o diálogo entre os dois lados, que estavam paralisados desde 2014, e dar fim ao conflito (ACORDO..., 2020).

Depois desta notícia, Jared Kushner passou a ser alvo de críticas pela falta de equilíbrio do plano, que não contou com a participação de representantes palestinos, nem mesmo na apresentação oficial. O genro de Trump defendeu a proposta e afirmou que ela é inovadora, rejeitando comentários sobre sua falta de capacidade para liderar o processo. Os palestinos não aceitaram a proposta e reagiram ao plano de Donald Trump com protestos (APÓS..., 2020).

Figura 1 - Estudantes palestinos participam de um protesto contra o plano de paz de Donald Trump para o Oriente Médio no sul da Faixa de Gaza

Fonte: O Globo (2020)

A posição do ex-presidente brasileiro Jair Bolsonaro estava completamente alinhada com a posição do governo americano, a ponto de ele ter mudado, sem pensar nas consequências, a embaixada brasileira de Tel Aviv para Jerusalém, o que despertou a ira de membros de seu governo e do ministro da Agricultura sobre o volume de trocas comerciais entre o Brasil e os árabes em termos de carne, café e forragens, tanto que Bolsonaro sacrificou todos esses acordos, e sua transferência para a embaixada foi uma aventura perdida, que exigiu sua retratação àquela transferência.

Hoje estamos diante de um governo que pode ser mais realista, como mostra sua gestão de arquivos, no que diz respeito à tomada de decisões que tenham impacto na dimensão internacional e regional, especificamente na questão palestina.

Pode-se dizer que o ex-presidente brasileiro, Jair Bolsonaro, foi o que alguns chamam de o Trump do Brasil, que seguiu os passos do ex-presidente dos Estados Unidos da América, Donald Trump. Ele foi contra as normas tradicionais da República brasileira no que diz respeito ao conflito israel-palestino e, inusitadamente, alinhou-se estreitamente com os líderes do Estado de Israel.

Matéria publicada na revista Veja, *Brasil apoia plano de Trump para Israel e Palestina*, publicada em 29 janeiro 2020, afirma que o governo brasileiro apoiou o plano de paz do presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, para a região de Israel e da Palestina, apesar das muitas críticas recebidas pelo projeto de nações árabes. Em nota, o Ministério das Relações Exteriores, afirmou:

> O plano se afigura compatível com os princípios constitucionais que regem a atuação externa do Brasil, notadamente a defesa da paz, o repúdio ao terrorismo e a autodeterminação dos povos. O governo brasileiro exorta tanto israelenses quanto palestinos a considerar o plano com toda a seriedade e a iniciar negociações partindo das bases ali expostas (BRASIL..., 2020).

Acrescenta-se que o presidente da autoridade Palestina, Mahmoud Abbas, ao lado de outros líderes de grupos palestinos, incluindo o grupo terrorista Hamas, prontamente se pronunciaram contra o texto, ao mesmo tempo em que manifestantes tomaram as ruas de Jerusalém, Faixa de Gaza e Cisjordânia para protestar contra o acordo.

Já aqui no Brasil, o presidente Jair Bolsonaro provocou grande desconforto diplomático com os países árabes logo nos primeiros dias de seu governo, quando declarou sua intenção de transferir a embaixada brasileira em Israel para Jerusalém, em um gesto de reconhecimento da cidade como capital do Estado judeu. Com exceção dos Estados Unidos, a comunidade internacional mantém suas representações diplomáticas em Tel Aviv para manter a neutralidade no conflito.

> A embaixada brasileira só não foi transferida para Jerusalém devido à pressão feita por setores do agronegócio que, temendo represálias dos países árabes, conseguiram adiar a decisão do presidente. Porém, em dezembro de 2019, o Brasil inaugurou um escritório comercial na Cidade Santa (BRASIL..., 2020).

1.2 Presidente Lula é absolvido, e a questão palestina agora está nos arquivos do novo governo

Lula foi a força política capaz de unificar lideranças de esquerda, centro e até setores de direita, preocupadas em livrar o país da antipolítica e do extremismo, confiantes de que o seu candidato tem a democracia nas veias e capacidade articuladora, concorde ou não com eventuais escolhas ou imposições das alianças.

Em sua página oficial do Twitter, Lula explicou que esta não é uma conquista dele, mas de todos. Em suas palavras:

> Esta não é uma vitória minha, nem do PT, nem dos partidos que me apoiaram nessa campanha. É a vitória de um imenso movimento democrático que se formou, acima dos partidos políticos, dos interesses pessoais e das ideologias, para que a democracia saísse vencedora (LULA, 2022).

O ex-presidente brasileiro incomoda os Estados Unidos pela atuação no contexto político internacional. Ele foi um jogador forte nos acordos sobre o programa nuclear do Irã e no enfrentamento dos problemas de aquecimento global, além de ter presença em questões delicadas. Apoiou os palestinos na luta pelo estabelecimento de seu estado nas fronteiras de 1967. Político mais famoso do Brasil da era moderna, ele pessoalmente deu contribuições claras ao crescimento da esquerda na América Latina e na reorientação de sua bússola. E também à entrada do Brasil como grande competidor na economia internacional.

Considerações Finais

A partir das leituras e pesquisas, compreende-se que o Brasil, com o governo Lula e o partido governista de esquerda, será mais rigoroso e responsável com o Oriente Médio. Esta foi a posição da primeira-dama, Rosângela, que se recusou a sugerir boas-vindas às autoridades iranianas, em apoio ao direito das mulheres violadas no Irã, e foi o conjunto de medidas que o presidente brasileiro tomou, a partir de seu discurso no dia primeiro de janeiro de apoio à posição da direita palestina, enfatizando as constantes em prol da causa palestina ao estabelecer uma Palestina independente do Estado e garantir uma vida digna ao povo palestino, desde que o Brasil adote uma nova postura ao olhar para o cenário dos direitos humanos e da justiça social para os povos.

O Brasil também terá um papel importante na arena internacional por uma ampla gama de razões, sendo a locomotiva dos países da América do Sul. Esses países cuidam do Brasil e de sua posição política, pois é o mais antigo, mais forte e o mais importante, a assumir uma posição política de esquerda. Hoje, além do Brasil, há Chile, Argentina, Colômbia, Bolívia, Venezuela e Peru que são governados por ela. A esquerda, que tem uma posição de princípio sobre o imperialismo dos EUA e o sionismo global, liderada pelo Estado de Israel.

Podemos dizer também que o Brasil está hoje nas mãos dos democratas que preservam a pátria e olham o mundo não como unipolar, mas sim olham para os direitos dos povos coloniais como o povo palestino e os direitos das mulheres e das minorias. Em geral, estamos falando de apenas 25 dias de mandato do presidente em 1460. Certamente, há muitas surpresas e desafios

positivos no cenário político internacional e na relação com o Oriente Médio, especificamente com a Palestina.

Os Estados Unidos da América nunca foram amigos dos latinos e tentam dominar alguns países como a Nicarágua e a Venezuela, mantendo seu bloqueio contínuo a Cuba durante décadas, sendo responsável pelo sufocamento da economia do país e sua pobreza.

O patrocinador oficial do estado de ocupação e apartheid sionista também atenta aos interesses de Israel. Não vamos esquecer de como o embaixador sionista no estado de ocupação, Danny Dayan, foi rejeitado pela ex-presidente brasileira Dilma Rousseff, do Partido dos Trabalhadores e apoiada por Lula, em 2015, por ele ser o chefe do Conselho de Assentamentos judeus na Cisjordânia e viver em terras ilegais, pois suas propriedades pertencem aos seus donos originais, e eles são os palestinos. Dilma sofreu processo de impeachment em 2016, após intensa campanha midiática, evangélica, jurídica e parlamentar pela interrupção de seu governo, para o qual fora reeleita com 54 milhões de votos. Como em outros países da América Latina, o resultado eleitoral foi contestado pela direita derrotada, dando início aos chamados golpes brancos que afastaram governantes no Paraguai, Honduras, Brasil e Bolívia, por exemplo, e foram armados sem sucesso contra a Venezuela.

Os EUA estão presentes nesses processos, que manipulam e subvertem os interesses da opinião pública. Ao perder seus direitos políticos e candidatura às eleições de 2018, as pesquisas de opinião apontavam Lula em primeiro lugar na preferência do eleitorado brasileiro.

Não vamos esquecer de como foi a posição da administração dos Estados Unidos sobre o golpe contra o legítimo presidente eleito, Mohamed Morsi, a pretexto de respeitar a opinião da rua. E como eles lidaram com o presidente turco atualmente eleito, Recep Tayyip Erdogan, quando contrariados em seus interesses. Do mesmo modo, com a diferença geográfica, isolaram Dilma Rousseff e impediram que Lula corresse.

Agora o presidente Lula conseguiu e, como esperado, Bolsonaro violou todos os protocolos políticos aceitos, que colocaram o Brasil em um estado de turbulência, levaram recentemente à invasão do palácio principal em Brasília e ao ataque ao patrimônio e à história democrática da República.

No geral, como era de se esperar, o chanceler logo convocou o embaixador brasileiro em Israel, em um passo avançado para mudar a abordagem anterior adotada por Bolsonaro, e confirmar

que a política de 2023 será definitivamente diferente de 2018, e que o povo brasileiro e o povo palestino são amigos e têm relações extensas desde o império.

O exército israelense havia assaltado a propriedade da Mesquita de Al-Aqsa e invadido as praças de Jerusalém, o relatório divulgado pelas Nações Unidas em 1929 prova que o direito a Jerusalém e à Mesquita de Al-Aqsa é para árabes e muçulmanos. No entanto, Israel sempre viola esse direito e as santidades de Jerusalém e do povo da cidade santa. No curso desse ataque, as autoridades brasileiras, por meio do porta-voz do novo governo do presidente Lula, apressaram-se em denunciar e condenar o que as forças do exército israelense haviam feito.

Lula não demorou muito para cumprir a promessa aos palestinos, ao tomar medidas diretas que devem sinalizar uma mudança na política de seu país em relação a Israel e à Palestina. "Nosso país permanecerá firme em seu apoio aos direitos dos palestinos e trabalhará pela restauração de uma Palestina livre e independente dentro das fronteiras de 1967" (LULA, 2022). Com essas palavras, Lula reafirmou seu compromisso de princípio de apoiar a causa palestina durante sua cerimônia de posse em 1º de janeiro.

O apoio de Lula à causa palestina, desde que assumiu o poder, significa que "a causa palestina estará em primeiro plano no cenário político do Brasil, em particular, e da América Latina em geral. Voltar ao caminho de colocar a causa palestina aos olhos de lei internacional".

Tenório (2023, p.2) também afirmou que "o Brasil se tornou, desde este momento, um forte aliado da Palestina em sua luta pela libertação, reconhecimento e reivindicação de seus direitos nas Nações Unidas e nos fóruns internacionais". E conclui: "Israel perdeu muito com a volta de Lula, pois não tem mais apoiadores para seus ataques contra o povo palestino. A política externa brasileira não vai mais caminhar no sentido de votar contra os palestinos nos organismos internacionais".

A mudança radical na política brasileira em relação a Israel não se limitou apenas aos corredores dos prédios do governo brasileiro, mas também se espalhou pelos fóruns internacionais. O Brasil começou a votar em Israel e contra a Palestina desde o início da presidência de Bolsonaro em outubro de 2018, após 15 anos votando regularmente na Palestina. Com Bolsonaro, pela primeira vez desde o período da ditadura militar [1964-1985], isso mudou, e o Brasil passou a votar em Israel contra os palestinos.

No dia 5 de janeiro, a delegação brasileira condenou o assalto à Mesquita de Al-Aqsa pelo ministro da Segurança Nacional de Israel, Itamar Ben Gvir, durante sessão do Conselho de

Segurança da ONU. A delegação brasileira disse que a lei é "muito preocupante" e pode aumentar a violência na região.

O governo Lula também emitiu sua primeira declaração sobre as relações exteriores com a Palestina e a proteção dos santuários islâmicos na Palestina. Três dias após a posse de Lula como presidente, o Itamaraty emitiu nota expressando que tais ações constituíam uma violação dos compromissos de preocupação com a compreensão mútua, tolerância e paz. A declaração incluía: "O governo brasileiro exige respeito pelas santidades islâmicas em Jerusalém à luz das leis internacionais".

A declaração também enfatizou que "o Brasil renova seu compromisso de apoiar a Palestina e seu povo. Para isso, insta o governo brasileiro a tomar medidas que possam afetar a confiança necessária para a retomada do diálogo".

Pode-se dizer que a volta do atual presidente, Lula da Silva, é certamente um forte e solidário apoiador do povo palestino, e transfere a causa palestina para os modernos e importantes jornais do mundo, os conselhos das Nações Unidas, o Conselho de Segurança e tribunais internacionais em um esforço para apoiar a justiça do povo palestino.

Referências

ABDEL HAI, W. **Relações de Israel com a América Latina**. 2021. Disponível em: https://bit.ly/3jEeXHI. Acesso em: 10 nov.2022.

“ACORDO do Século” de Trump para o Oriente Médio será finalmente revelado. **Exame.** 2020. Disponível em: https://exame.com/mundo/acordo-do-seculo-de-trump-para-o-oriente-medio-sera-finalmente-revelado/. Acesso em: 20 jan.2023.

APÓS ANÚNCIO de 'acordo do século', Casa Branca pede moderação a Israel. **O GLOBO**. 2020. Disponível em: https://oglobo.globo.com/mundo/apos-anuncio-de-acordo-do-seculo-casa-branca-pede-moderacao-israel-24219299. Acesso em: 15 jan.2023.

ALZOUBI, Ahmad. Relações de Israel com a América Latina, breve balanço. **MEMO - Monitor do Oriente Médio**. 2021. Disponível em: https://www.monitordooriente.com/20210611-relacoes-de-israel-com-a-america-latina-breve-balanco/. Acesso em: 10 nov.2022.

BRASIL apoia plano de Trump para Israel e Palestina. **Veja.** Publicado em: 29 jan.2020. Disponível em: https://veja.abril.com.br/mundo/brasil-apoia-plano-de-trump-para-israel-e-palestina/. Acesso em: 15 jan.2023.

BRASIL. **Ministério das Relações Exteriores**. Despacho do secretário-geral das Relações Exteriores ao Memorandum DOP-I/01, de 5 jan. 1988, citado no Parecer da Consultoria Jurídica do Ministério das Relações Exteriores CJ/122, de 10 mar. 1988. Disponível em: http://www.funag.gov.br/ipri/images/pdf/3.05_Brasil-Palestina.pdf. Acesso em: 10 nov.2022.

FÁVERO, G; PINHEIRO, L.F.V. As relações entre o Brasil e a Palestina e o reconhecimento do Estado palestino pelo Brasil. **Cadernos de Política Exterior**, v.2, n. 3, 2016, pp. 65-91.

LULA. **Página oficial do representante do governo federal**. Twitter@lulaoficial. 30 out.2022. Disponível em: https://twitter.com/lulaoficial/status/1586869537290461186. Acesso em: 20 jan.2023.

MARTINS, Maria de Fátima M. Martins. **Estudos de Revisão de Literatura**. Arca.Fiocruz. 17 set. 2018. Disponível em: https://www.arca.fiocruz.br/bitstream/handle/icict/29213/Estudos_revisao.pdf;jsessionid=81236F42B7CA6F7181825D553959983E?sequence=2. Acesso em: 5 jan.2023.

MASALHA, N. **Expulsão dos palestinos, a expulsão dos palestinos** – O conceito de "transferência" no pensamento político sionista (1882-1948). São Paulo: MEMO, 2021.

ONU. **Assembleia geral da ONU**. Resolução 181. Resolucion aprobada sobre la base del informe de la comision ad hoc encargada de estudiar la cuestion de palestina. 181(ii). Futuro Gobierno de Palestina. Disponível em: https://documents-dds-ny.un.org/doc/resolution/gen/nr0/041/19/pdf/nr004119.pdf?openelement. Acesso em: 20 dez. 2022.

PONTES, Marina. A questão palestina no governo Lula da Silva: um engajamento ideológico? **Seminário Discente do Programa de Pós-Graduação da Universidade de São Paulo** - USP. 2020. Disponível em: https://sdpscp.fflch.usp.br/sites/sdpscp.fflch.usp.br/files/inline-files/2232-2967-1-PB.pdf. Acesso em: 20 jan.2023.

RENATHO, C. *et al*. **Sem caminhos para Gaza**. São Paulo: MEMO, 2021.

MAZZOTTI, T. 2017, **Rhetoric, Science of Education**, Revista do Seminário de Lógica Discursiva, Teoria da Argumentação e Retórica 15 (1): 93-113.

KICI, E. 2023, **Especialista do Brasil: causa palestina estará na linha de frente da cena política brasileira,** Disponível em: https://www.middleeastmonitor.com/20230120-brazil-expert-palestine-cause-will-be-at-the-frontline-of-brazils-political-scene/.

SANTOS, N.B. A política externa do governo Lula com relação ao conflito Israel-Palestina. **História** (São Paulo), v.3, n. 2, 2014, pp. 189-216.

TEIXEIRA, Izabela Vaz; CALANDRIN, Karina Stange. **Considerações sobre a relação Brasil-Israel na atualidade**: a ideologia em perspectiva. Economia Política, Política Internacional y

Relaciones Internacionales. Congreso Internacional de la Asociación Mexicana de Ciencia Política (Amecip). 2019.

TELLES, Bárbara Caramuru. **“La tierra palestina es más cara que el oro”**: narrativas palestinas em disputa. Dissertação (Mestrado em Antropologia). Universidade Federal do Paraná, 2017, 161 p.

A voz das crianças e jovens no Jornalismo Comunitário – vivências deextensão no JORUFSC

The voice of children and young people through Communitary Journalism – extension experiences at JORUFSC

AYRES, Melina de la Barrera
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC),Brasil
melina.ayres@gmail.com
COELHO, Isabel Colucci
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Brasil
isabelcolucci@gmail.com

GI 2 – Atividades Extensionistas em Comunicação (Presencial e Remoto)

Palavras-chave: Extensão; infância; Jornalismo Comunitário.
Keywords: Extension; Childhood; Communitary Journalism.

A extensão é um dos pilares que baliza as propostas pedagógicas no Ensino Superior brasileiro, junto às ações de ensino e pesquisa. As ações extensionistas visam estimular a aproximação entre a universidade e a sociedade. Partindo deste entendimento e com o objetivo de fortalecer ainda mais este tipo de iniciativas, em 2020 a Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) (RESOLUÇÃO NORMATIVA Nº 01/2020/CGRAD/CEx, 2020) regulamentou as atividades acadêmicas de extensão na forma de componentes curriculares para os cursos de graduação.

No Curso de Jornalismo, foram incorporadas à grade curricular obrigatória uma série de disciplinas que buscam ampliar o vínculo entre o curso e a comunidade externa, entre elas destaca-se a disciplina Jornalismo Comunitário, oferecida na sexta fase, com carga horária de 108 (6h/aula semanais) para até 35 alunos. Os encontros presenciais têm duração de 4h e acontecem uma vez por semana. Os alunos têm ainda 2h semanais para planejarem e avaliarem o trabalho a ser desenvolvido nas instituições.

O percurso pedagógico da disciplina é dividido em dois grandes momentos: um teórico, quando são apresentados e discutidos conceitos e temáticas caras ao Jornalismo Comunitário; e um junto à comunidade, em que os/as graduandos/as atuam junto às crianças e jovens da instituição parceira para desenvolver um projeto

de comunicação. Dos 18 encontros previstos no cronograma da disciplina, ao menoscinco são destinados a estas atividades em campo, pois compreende-se que acomunicação comunitária ganha pertinência social quando está inserida na realidadepopular e que ela "[...] tem o potencial de contribuir para a ampliação da cidadanianão só pelos conteúdos crítico-denunciativo-reivindicatórios e anunciativos de umanova sociedade, mas pelo processo de fazer comunicação" (PERUZZO, 2007, p. 21).

A metodologia da práxis dialógica freiriana ancora todo o trabalho desenvolvido na disciplina. Paulo Freire ([1997], 2004) defende que, no processo de troca entre saberes populares, técnicos e científicos, a reflexão sobre a própria prática precisa ser constante e realizada de forma dialógica para que todos/as os/as participantes, por meio dos diversos pontos de vista, avancem na superação do saber ingênuo para um saber crítico, impulsionador da ação consciente sobre o mundo (FREIRE [1997], 2004).

O objetivo desta comunicação é refletir sobre os produtos desenvolvidos na disciplina ao longo de cinco semestres: 2021.1, 2021.2, 2022.1, 2022.2 e 2023.1, junto à Associação de Amigas da Casa da Criança (ACAM)**.** A Organização da Sociedade Civil (OSC) oferece, há mais de 40 anos, atividades educativas e socioassistenciais no contraturno escolar a crianças e adolescentes de 6 a 17 anos no Morro do Mocotó - uma das 17 comunidades do Maciço do Morro da Cruz, localizado no centro de Florianópolis (SC). A região é uma das mais empobrecidas da cidade e sofre com frequentes operações da polícia em seu território. Ali, uma série de iniciativas culturais da comunidade (como festivais de dança e arte, bailes funk, muros grafitadas e projetos educativos amparados em práticas esportivas) contrastam com violações de direitos de diferentes naturezas, como falta saneamento básico, acesso a serviços de saúde, coleta de lixo, entre outros.

Nos movemos guiadas pela pergunta: de que forma a participação em uma disciplina de extensão, voltada ao Jornalismo Comunitário, cria um ambiente em que crianças e jovens constroem e narram suas perspectivas sobre suas identidades e oterritório em que vivem?

Nosso olhar para a disciplina e para as produções desenvolvidas junto às crianças e adolescentes parte do argumento de Buckingham (2007), de que dos três eixos articuladores dos direitos da infância (Provisão, Proteção e Participação), os instrumentos para a Participação são os menos desenvolvidos. Como enfatizam Sarmento, Fernandes e Tomás (2007), a infância foi construída historicamente a

partir da exclusão das crianças de esferas sociais de influência: o trabalho, o convívio social com adultos fora do círculo familiar, a participação na vida comunitária e política.

No Jornalismo, são escassos os exemplos de produções voltadas às crianças e mais raros ainda os exemplos de iniciativas sua efetiva participação nos processos de criação. Assim, entendendo que o Jornalismo Comunitário tem por objetivo maior a emancipação social (KAPLÚN, 1985), buscamos aqui, refletir sobre como a vivência em um projeto de extensão dedicado ao Jornalismo Comunitário traz à tona a voz de jovens e crianças, em um território que recebe atenção da imprensa corporativa majoritariamente em relação a questões relacionadas à violência.

Os materiais analisados serão as produções desenvolvidas pelos educandos da instituição, em sua vivência com os/as estudantes do curso de Jornalismo da UFSC: uma exposição fotográfica (2021.1); um jornal mural (2021.2); um livro sobre os sonhos da comunidade (2022.1); um videocast de entrevista (2022.2) e um videocast de roda de conversa (2023.1). Os produtos serão observados à luz da análise de conteúdo (BARDIN, 1977), considerando, igualmente, seu processo e fatores que suscitaram reflexões ao longo da prática. Para tanto, também serão acionadas às experiências docentes, anotações em diários de campo, trocas de mensagem entre as professoras e os relatórios elaborados pelos/pelas estudantes. A partir destas reflexões buscamos conhecer o que as crianças e jovens que participam das atividades da disciplina têm e querem dizer a respeito de si mesmas e do lugar em que vivem.

REFERÊNCIAS

Bardin, L. (1977) *Análise de Conteúdo*. São Paulo: Martins Fontes.

Buckingham, D. (2007). *Crescer na era das mídias eletrônicas*. São Paulo: EdiçõesLoyola.

Freire, P**.** ((1997], 2004). *Pedagogia da Autonomia*: saberes necessários à prática educativa. São Paulo: Paz e Terra.

Kaplún, M. (1985) *El comunicador popular*. Quito: Colección Intiyan.

PERUZZO, Cicilia. Direito à comunicação comunitária, participação popular ecidadania. In: Lumina, 2007, v.1, n1, p-1-18.

Sarmento, M. J., Fernandes, N., & Tomás, C. A. (2007). Políticas públicas e participação infantil. Educação, Sociedade & Culturas, nº 25, 183-20.

UFSC**.** (2020) Resolução Normativa Nº 01/2020/CGRAD/CEx, de 03 de março de 2020. [online] https://curricularizacaodaextensao.ufsc.br/files/2020/03/RESOLU%C3%87%C3%83 O-CURRICULARIZA%C3%87%C3%83O-DA-EXTENS%C3%83O-2-1.pdf**.**

Prática intelectual como política de transformação social: a relação entre os estudos culturais e a extensão universitária

Intellectual practice as a social transformation policy: the relationship between cultural studies and university extension

BAYER, Luiza Gutheil
Universidade Federal de Santa Maria, Brasil
luizagbayer@gmail.com
SILVEIRA, Ada Cristina Machado
Universidade Federal de Santa Maria
ada.silveira@ufsm.br

GI 2 - Atividades Extensionistas em Comunicação

Palavras-Chave: Teorias da comunicação; Intelectual Orgânico; Comunicação e extensão.
Keywords: Communication theories; Organic Intellectual; Communication and extension

O presente artigo busca compreender como as considerações de que o pesquisador deve ser atuante na prática social, em especial a ideia do que Hall (2003), inspirado em Gramsci chamou de "Intelectual Orgânico" no início do Centre for Contemporany Cultural Studies (CCCS), pode se relacionar com as definições atuais de Extensão Universitária. Entendendo que a extensão universitária atual busca aproximar a academia da sociedade, como forma de tornar a universidade ainda mais atuante na vida e desenvolvimento das comunidades. Como metodologia utilizada para a realização deste trabalho foi feita uma revisão bibliográfica, articulando algumas reflexões sobre conceitos apresentados por autores como Hall (2003), Gramsci (1982), Freire (1983), Paula (2013), Lisbôa Filho (2022), Cristofoletti e Serafim (2020) e Peruzzo (2017).

Destaca-se a retrospectiva sobre Estudos culturais feita por Hall (2003) que afirmou que é de extrema importância considerar que o pensamento Gramsciano sobre essas questões captou quem eles eram no momento inicial do CCCS, pois entende que a definição de Gramsci de trabalho intelectual se aproxima do que ele entende ser a noção dos Estudos Culturais enquanto projeto, por sua exigência de que o "Intelectual Orgânico" trabalhe simultaneamente estando na vanguarda do trabalho teórico intelectual, além de transmitir esse conhecimento aos que não pertencem à classe intelectual. Para melhor compreender a ideia de Intelectual Orgânico citada por Hall (2003), faz-se necessário aprofundar os conceitos de Gramsci (1982), que em sua reflexão sobre os intelectuais percebeu que os intelectuais tradicionais fazem parte de uma continuidade histórica. Já os Intelectuais Orgânicos são os

que surgem de sua classe social de origem e com ela mantem-se vinculados, como um porta-vozes na defesa de seus interesses. A partir do entendimento de prática intelectual como uma política para transformação social ou até mesmo de reconhecimento e fortalecimento cultural, é que busca-se no presente artigo aproximar as ideias de Intelectual Orgânico de Gramsci (1982), relacionadas por Hall (2003) aos intelectuais dos Estudos Culturais, com as práticas de Extensão Universitária.

Paula (2013), buscando trazer uma perspectiva histórica e também conceitual sobre a extensão universitária, destacou as principais vertentes e os modelos de desenvolvimento adotados pelas universidades no Brasil e no exterior. A formação da ideia de Extensão no Brasil também é apontada por Lisbôa Filho (2022), que ressalta a influência das correntes norte-americana e europeia. Os autores divergem brevemente na duração de cada um dos três períodos da extensão brasileira, mas tem um entendimento semelhante sobre as demandas extensionistas. Com disso, entende-se que a primeira fase da extensão brasileira centrou-se na campanha pela Escola Pública e movimento das Reformas de Base e Agrária; a segunda etapa nos movimentos sociais urbanos; e a terceira etapa é caracteriza por uma especialização da extensão. A criação do Fórum de Pró-Reitores da Extensão das Universidades Públicas Brasileiras (Forproex), em 1987, é destacada por Paula (2013, p.20) como decisiva na construção da política de extensão atual. O Forproex organizou a extensão universitária em oito áreas temáticas, sendo uma delas a comunicação, que "contribui para que os sujeitos possam fazer uma leitura crítica da realidade social" (LISBÔA FILHO, 2022, p.72).

As definições atuais da extensão no Brasil são discutidas por Cristofoletti e Serafim (2020, p.254) que entendem o prevalecimento da ideia de uma "via de mão dupla". Esta percepção vai ao encontro do entendimento de Freire (1983), que observou que o termo extensão não abarca as situações que ele chama de comunicação. A partir do olhar freiriano, percebe-se que os Estudos Culturais enquanto ação junto ao povo, ao analisar uma cultura e pensar uma transformação, não se alinham a ideia do que hoje seria uma extensão mecanicista, mas sim ao que Freire (1983) chama de comunicação. Relacionando esta questão com a discussão sobre a Extensão e o Intelectual Orgânico, percebe-se que não necessariamente isso ocorreu como o pensamento de Gramsci (1982) de um intelectual que emerge do grupo social. Neste contexto, é interessante ressaltar que a maior aproximação vista por Hall (2003) com os pesquisadores dos Estudos Culturais e conceito do Intelectual Orgânico foi a ideia de que estes deveriam estar ao mesmo tempo na vanguarda do trabalho teórico intelectual e ter a responsabilidade de transmissão desse conhecimento "através da função intelectual, aos que não pertencem, profissionalmente, à classe intelectual." (HALL, 2003, p.207)

Dito isto, pensa-se na importância da tomada de consciência da realidade em que se vive, apresentada por Freire (1983, p.21), que afirma que um aprofundamento desta questão pode surgir através da problematização do que ele chama de homem-mundo ou do homem em suas relações com o mundo e com os homens. Por meio desta ideia se reflete se a Extensão atua também no fortalecimento da identidade, através de uma maior noção de si. Nesse contexto é interessante ressaltar o entendimento de Lisbôa Filho (2022, p.72) sobre a importância da comunicação para o estabelecimento de vínculos entre os sujeitos em si e com o lugar onde vivem.Considera-se valido ressaltar a fala de Peruzzo (2017, p.15) de que "Os princípios que norteiam uma educação libertadora também contribuem para uma comunicação libertadora porque incentivam a capacidade humana de agir, criar e transformar." Pois este pensamento fortalece a ideia de Freire (1983) de que deixar as pessoas mais críticas possibilita que elas transformem sua própria sociedade e esta era justamente a ideia que Gramsci (1982) tinha de Intelectual Orgânico, alguém que, integrando uma sociedade, pode agir como um líder, defendendo suas causas, como um porta-voz. Entende-se, a partir da reflexão realizada neste artigo, que a Extensão Universitária brasileira tem, cada, vez mais se aproximado das ideias de Freire (1983) de que o conhecimento é construído pela troca, pela comunicação, tornando os sujeitos mais conscientes e críticos de si e do seu entorno. Os sujeitos críticos e conscientes sobre a sua realidade, seu espaço e sua cultura, são os verdadeiros transformadores da realidade social, ou seja, são os Intelectuais Orgânicos pensados por Gramsci (1982). A partir das ideias apresentadas neste artigo entende-se que é através do diálogo e da compreensão do outro e de si enquanto sujeito que se transforma a realidade.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério da Educação. **Resolução nº 7, de 18 de dezembro 2018.** Disponível em < https://normativasconselhos.mec.gov.br/normativa/pdf/CNE_RES_CNECESN72018.pdf >. Acesso em: 07/07/2023.

CRISTOFOLETTI, E. C. ; SERAFIM, M. P. **Notas sobre a extensão universitária a partir de Gramsci.** Germinal: marxismo e educação em debate, v. 11, 2020, p. 248-259.

FREIRE, Paulo. **Extensão Ou Comunicação?** Tradução De Rosisca Darcy de Oliveira.7.ed. Rio De Janeiro: Paz E Terra, 1983.

GRAMSCI, Antônio. **Os intelectuais e a organização da cultura**. 4. Ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1982.

HALL, Stuart. Estudos culturais e seu legado teórico. In: HALL, Stuart. **Da diáspora:** identidades e mediações culturais. Belo Horizonte/Brasília: Editora UFMG/UNESCO, 2003. p.199-218.

LISBÔA FILHO, FLAVI FERREIRA. **Extensão universitária [recurso eletrônico]**: gestão, comunicação e desenvolvimento regional. Santa Maria, RS: FACOS-UFSM, 2022.

PAULA, J. A. de. A extensão universitária: história, conceito e propostas. Interfaces - Revista de Extensão da UFMG, [S. l.], v. 1, n. 1, p. 5–23, 2013.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. **Ideias de Paulo Freire aplicadas à Comunicação popular e comunitária.** Revista Famecos: Mídia, cultura e tecnologia. Porto Alegre, v.24, n.1.

A interface Comunicação e Cidadania na extensão universitária: uma experiência na Universidade Federal do Recôncavo da Bahia

Communication and Citizenship relations in university extension: na experience atthe Federal University of Bahia's Reconcavo

Lilian Reichert
Coelho Universidade Federal do
Sul da Bahia
PPGCOM/UFRB
e-mail: lilireichert@gmail.com

Everton Leandro Lázaro Suzart
CAHL/UFRB
e-mail: everton.suzart@gmail.com

GI 2 – Atividades de Extensão em Comunicação

Palavras-chave: cidadania comunicativa; interação dialógica; TerritórioRecôncavo Baiano

Keywords: communicative citizenship; dialogical interaction; ReconcavoBaiano Territory.

RESUMO EXPANDIDO

Apresentamos os resultados de um projeto de pesquisa desenvolvido entre 2021 e 2023 no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB), na Linha de Pesquisa em Comunicação e Memória. O estudo teve por objetivo analisar os produtos gerados pelo projeto *WebTV Saberes Cruzados*, ação de extensão universitária orientada pela cidadania comunicativa e por uma proposta de relação orgânica entre a universidade e pessoas, grupos e comunidades do Recôncavo daBahia.

O *Programa de Extensão Saberes Cruzados: extensão universitária, formação e conhecimento tradicionais,* idealizado e coordenado pela Professora Doutora Martha

Rosa Queiroz, inicialmente, foi planejado para execução em dois períodos: a primeira etapa entre maio e outubro de 2017 e a segunda, de novembro a abril de 2018, com oferta de cursos em diversas áreas de atuação de interesse das comunidades externas, seguindo orientações de reuniões abertas já realizadas. Em 2018, foi idealizada a WebTV Saberes Cruzados, pelo servidor Éverton Suzart (Diretor de Programas do CAHL/UFRB), projeto que fez o Programa de Extensão assumir uma vertente comunicacional explícita. A WebTV Saberes Cruzados surgiu para divulgar momentos de articulação da universidade com a comunidade, além de cursos ofertados a partir de levantamento de demanda e dar visibilidade às comunidades locais e sua cultura, destacando pontos turísticos, atuação de representantes locais, de grupos culturais e outras atividades.

O primeiro programa foi publicado no Canal do YouTube e página do Facebook no mês de junho de 2018 e, atualmente [agosto de 2023], são mais de 40 programas que, somados, alcançaram 100 mil visualizações nas redes sociais. Em 2019, houve um convite para exibições em uma temporada na TV Aberta, na TV Kirimurê, ampliando a visibilidade do programa e demonstrandoo potencial regional e cultural do Recôncavo.

A leitura empreendida primeiro situou o projeto em meio às ações extensionistas realizadas no Centro de Artes, Humanidades e Letras (CAHL/UFRB), por meio de um mapeamento que considerou o período de 2016 a 2021, por meio de um levantamento quantitativo e análise qualitativa, sempre em atenção às políticas de extensão universitária da UFRB e à Política Nacional de Extensão Universitária.

A questão-guia que orientou o estudo concentrou-se nos modos como a extensão universitária praticada no CAHL/UFRB no eixo temático da Comunicação e o projeto *WebTV Saberes Cruzados* dialogam com debates acadêmicos sobre cidadania/cidadania comunicativa. A intenção dessa abordagem não foi atribuir à universidade pública o papel de resolver problemas sociais, concretos, relacionados à cidadania, mas, sim, investigar possibilidades, a partir de ações efetivamente praticadas no ambiente acadêmico, no sentido da função social da universidade e maneiras de promover o exercício da cidadania por meio de ações relacionadas à comunicação.

Na construção do referencial teórico, a fim de refletir sobre as definições de cidadania e sua aproximação com a extensão universitária e a

comunicação, foram consultadas/os Souza (2018), Silva (2012), Gadotti(2017), Carvalho e Vianna (2020), Casadei (2019), Costa Filho (2020; 2021), Mata (2006; 2009) e Peruzzo (2011, 2018).

Também foram acionadas a Política Nacional de Extensão (2012) e documentos correlatos, bem como normativas internas da Universidade Federal do Recôncavo Baiano e do Centro de Artes, Humanidades e Letras.

Conforme mencionado, a metodologia utilizada incluiu pesquisa quali-quantitativa a partir dos formulários dos registros disponibilizados pelos sistemas de gestão da informação da UFRB na temática Comunicação do CAHL e um estudo de caso sobre a *WebTV Saberes Cruzados*, relacionando suas pautas, dinâmicas, produção e divulgação a partir da Análise de Conteúdo Temática/Categorial.

Os resultados demonstraram que as atividades tipo evento constituem a maioria das ações de extensão desenvolvidas; além disso, os/as discentes têm participação ativa no geral das ações, embora docentes ainda representem a maioria na coordenação dessas atividades (considerando que, na UFRB, discentes têm autonomia para atuar como proponentes de ações extensionistas). A participação de pessoas da comunidade externa e as parcerias com instituições locais também foram destaque no período analisado, constituindo aspecto relevante para se instaurar e manter diálogo entre a universidade e a sociedade para a prática da extensão conforme o princípio fundamental da interação dialógica, além dos outros princípios norteadores da extensão brasileira.

No que diz respeito mais especificamente à análise do projeto *WebTV Saberes Cruzados*, optou-se pela Análise de Conteúdo Temática/Categorial, como informado, desenvolvida em três fases: inicialmente, foi realizado o mapeamento dos programas e a leitura sistemática individual dos que consideramos mais relevantes para compreender a lógica dos eixos por nós definidos como critérios para análise, centrada na temática da cidadania articulada à comunicação. Feito o mapeamento, partimos para a análise descritiva, realizada pela decupagem dos vídeos, a fim de identificar e destacar *frames*, falas dos/as entrevistados/as e trechos que demonstrassem o vínculo com a extensão, exercício da cidadania e cidadania comunicativa. Por fim, foi realizada a categorização de atuação dos programas no sentido da cidadania, o que permitiu visualizar dados temáticos/categoriais.

No mapeamento dos programas foi verificado que a *WebTV Saberes*

Cruzados prioriza a divulgação de informações sobre pessoas, grupos sociais, lugares, cursos, oficinas e festas locais que não têm muita visibilidade ou são pouco conhecidas. Ao pautar-se pela cobertura de eventos, manifestações culturais e locais do Recôncavo, a *WebTV Saberes Cruzados* possibilita o acesso e a divulgação de informações e enfoques a que a população de dentro e de fora do território não teria muito acesso pela mídia comercial. Também são compartilhados conteúdos informativos e educativos, mapeados na primeira etapa e divididos em seis eixos.

A WebTV Saberes Cruzados demonstra envolvimento com as comunidades do território e uma forma de exercício da cidadania comunicativa (MATA, 2006; COSTA FILHO 2020; 2021), pois foram realizadas parcerias com instituições locais que participaram da pré-produção, produção e divulgação dos programas. Essas produções se aproximaram na relação à temática cidadania em quatro vertentes: 1. Informação, considerada porta de entrada para outros direitos; 2. Parceria com instituições, que funciona como aproximação com as comunidades, ampliação na divulgação dos programas e valorização das manifestações culturais do Recôncavo Baiano; 3. Participação e Interação com as comunidades para a sugestão de pautas e a compreensão dos interesses dessas comunidades e 4. Protagonismo de discentes nas atividades práticas de redação jornalística, propiciando uma formação mais cidadã pela proximidade com a comunidade e desenvolvendo suas competências profissionais.

Os resultados alcançados possibilitaram visualizar que os programas da *WebTV Saberes Cruzados* se orientam por uma atenção à cidadania comunicativa na relação com os segmentos populares do território de atuação da UFRB. Entretanto, ainda é necessário avançar em relação à falta de políticas públicas específicas para a extensão universitária e de apoio institucional nas universidades, com mais financiamento, como repasses diretos para as coordenações de atividades (o que envolve legislações até hoje inexistentes ou genéricas), para além dos editais de bolsas, apoios logísticos menos burocratizados, dentre outros ajustes.

REFERÊNCIAS

CARVALHO, J. J. de; VIANNA, L. C. R. O Encontro de Saberes nas universidades. Uma síntese dos dez primeiros anos. *Mundaú*, n. 9, p. 23-49, 2020.

CASADEI, Eliza Bachega. A extensão universitária e as demandas por justiça: cidadania e comunicação como questão de endereçamento. In: . *A extensão universitária em comunicação para a formação da cidadania.* São Paulo: Cultura acadêmica, 2016. p. 101-114. Disponível em: http://books.scielo.org/id/zhy4d/pdf/casadei-9788579837463.pdf. Acesso em: 28 de setembro de 2023.

COSTA FILHO, Ismar Capistrano. O reconhecimento do receptor-usuário na cidadania comunicativa. **Revista Intexto**. Porto Alegre, UFRGS, n. 52, 2021. Disponível em: https://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/102969
Acesso em 28 de setembro de 2023.

COSTA FILHO, Ismar Capistrano. A participação social da cidadania comunicativa. *ANAIS* 43° INTERCOM. Virtual, 2020. Disponível em: https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-1347-1.pdf Acesso em 28 de setembro de 2023.

MATA, M. C. Comunicación y ciudadanía: problemas teóricos-políticos desu articulación. *Revista Fronteiras – estudos midiáticos*, São Leopoldo, v.8, n.1, jan./abr., p. 5-15, 2006.

PERUZZO, Cicilia. Cidadania comunicacional e tecnopolítica: feições do midiativismo no âmbito dos movimentos sociais populares. In: BRAIGHI, Antônio Augusto; LESSA, Cláudio; CÂMARA, Marco Túlio (orgs.). *Interfaces do Midiativismo*: do conceito à prática. CEFET-MG: Belo Horizonte, 2018. P. 43-61. Disponível em: https://interfacesdomidiativismo.files.wordpress.com/2018/06/artigo-2.pdf Acesso em28 de setembro de 2023.

SILVA, Marco Aurélio Souza da. Cidadania: uma incursão teórico-conceitual pelas suas dimensões. *A&C Revista de Direito Administrativo & Constitucional*. Belo Horizonte, ano 15, n. 59, jan.-mar/2015. Disponível em: http://www.revistaaec.com/index.php/revistaaec/article/view/68
Acesso em 27 de setembro de 2023.

Projeto Maesa 360º:
Um trabalho extensionista e interdiscipinar de narrativas transmidiáticas sobre cultura e patrimônio a partir do Centro de Comunicação da FSG Centro Universitário

Camila Cornutti Barbosa[1]
Felipe Gue Martini[2]

Palavras-chave: Narrativa transmidiática; Maesa; Personagens.

Tema Central

O Projeto Maesa é um experimento científico/pedagógico que combina ensino, pesquisa e extensão. A proposta foi centrada em utilizar o patrimônio material e imaterial da Maesa como cenário para desenvolvimento de conteúdo histórico e cultural através de tecnologias de informação e comunicação.

A antiga fábrica da Maesa configura-se como um complexo de prédios situado entre os bairros Cristo Redentor e Exposição, sendo um patrimônio histórico e cultural da cidade de Caxias do Sul que está em disputa. Após doação efetuada pelo Governo do Estado do RS, poder público municipal, sociedade civil e comunidade em geral têm discutido modelos de ocupação desse território. Nas conversas e assembleias realizadas, um grupo significativo de pessoas e entidades defende que por ser um espaço público doado, deveria servir ao interesse publico amplo, aproximando o patrimônio de sua dimensão social inclusiva e formativa.

Temos como importante a participação dos cursos do Centro de Comunicação nesses debates em diferentes instâncias. Neste rumo, no primeiro semestre de 2022 trabalhamos com a proposta de atividade interdisciplinar com as turmas de Produção de Conteúdo (Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas), Edição de Vídeo (CST em Produção Audiovisual e CST em Fotografia), Iluminação (CST em Produção Audiovisual e CST em Fotografia) e Comunicação Visual (Publicidade e Propaganda) – conduzidas por quatro professores distintos: Alexandre Derlam, Camila Cornutti Barbosa e Felipe Gue Martini. A expectativa foi a de promover aproximação e sensibilização dos estudantes para esse problema e movimento. As discussões em torno da ocupação da Maesa também se mostraram como oportunidade de atuação já que a FSG, enquanto instituição de ensino, precisa participar desse debate não só como observadora ou consultora, mas com a proposição de

[1] Doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, professora dos cursos de Comunciação da FSG Centro Universitário. E-mail: camila.barbosa@fsg.edu.br

[2] Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos, professor dos cursos de Comunicação da FSG Centro Universitário. E-mail: felipe.martini@fsg.edu.br

caminhos ou experimentos que apontem possibilidades para a apropriação pública desse espaço.

Objetivos

1. Desenvolver habilidades e competências na área de criação de conteúdo e narrativas, produção visual/gráfica, sonora, fotográfica, audiovisual e transmidiática;
2. Promover articulação entre atividades acadêmicas experimentais e problemas reais da sociedade civil da cidade;
3. Produzir conhecimento sobre pertencimento, sociabilidade, patrimônio histórico da cidade e acervos culturais;
4. Promover diálogos e debates sobre os usos do espaço público e da cultura urbana da cidade de Caxias do Sul.

Caracterização do estudo ou discussão teórica proposta

Diante do debate público em torno do espaço ocioso do Complexo da Maesa (Metalúrgica Abramo Eberle S.A) e os movimentos dos diferentes setores econômicos em torno do plano de ocupação, os professores decidiram trazer o tema para a sala de aula com um objetivo de integrar pesquisa, ensino e extensão. Com base em teorias de narratologia, especialmente as propostas da jornada do herói de Joseph Campbell e Christopher Vogler e design de estória, de Robert Mckee, a equipe propôs uma prática avaliativa transdisciplinar.

Abordagem e/ou metodologia de abordagem

A partir do acesso ao acervo histórico da Maesa, Plano Geral de ocupação e visita ao espaço da antiga fábrica, recebemos um historiador da cidade de Caxias do Sul, o professor Dr. Ramon Victor Tisott – que tem sido uma figura pública que levanta a questão da ocupação da Maesa para finalidades coletivas e voltadas ao patrimônio histórico e cultural da cidade. Nesta ocasião, os estudantes tiveram acesso direto a questionamentos sobre a relevância deste tipo de debate envolvendo a comunidade em geral, além de compreenderem o contexto de uma área tão relevante para a cidade. A metodologia foi fundada no conceito de narrativa transmidiática, modelo que enseja a criação de universos com contextos históricos, sociais e geográficos de múltiplas territorialidades e personagens, onde narrativas podem ser desenvolvidas de forma aberta por criadores, realizadores e público, em modos horizontais de organização (são exemplos os universos como Harry Potter, Marvel e Guerra nas Estrelas). Como sequência os professores lançaram a proposta de desenvolvimento de conteúdos específicos, de acordo com cada disciplina:

I. Para a disciplina de Produção de Conteúdo a proposta se concentrou na divisão da turma

em grupos e criação de 8 (oito) personagens digitais para posterior utilização em realidade aumentada. Aqui, a ideia era que os estudantes criassem personagens que tivessem suas narrativas entrelaçadas com a história da Maesa como a metalúrgica que mais impulsionou a realidade socioeconômica do município entre 1950 e 1990. Neste sentido, os grupos puderam trabalhar com conceitos de criação de personagem, personas, narrativas, enredo e caracterização.

II. Para a disciplina de Comunicação Visual a turma foi mobilizada a criar um nome para o projeto interdisciplinar, com grande discussão sobre ocupação de espaços na cidade e propósitos da cultura. Assim, foi possível levanter conteúdos como estratégias de criação de naming para posterior criação de uma identidade visual do projeto e aplicações possíveis no espaço, sobretudo a partir de cartazes lambe-lambe.

III. Para as disciplinas de Edição de Vídeo e Iluminação os estudantes foram provocados a trabalhar a partir dos personagens criados pela turma de Produção de Conteúdo e caracterizarem pessoas, com auxílio de estudantes do curso de Estética e Cosmética, de modo a produzirem maquiagem e figurinos e, com isso, fazer registros fotográficos e em video para posterior utilização no espaço físico da Maesa a partir de recursos de inteligência artificial.

Principais resultados, reflexões e conclusões mais importantes

O projeto interdisciplinar serviu como uma amostra do desenvolvimento dos objetivos citados acima, bem como das possibilidades de trabalhar com universos lúdicos e pedagógicos a fim de promover a cidadania cultural de estudantes e público em geral. Os personagens foram criados, com amparo teórico e criatividade, tivemos a proposição do nome Maesa 360º, buscando dar conta dessa proposta do espaço ser tomado a partir uma visão global de preocupação com a cultura local, com os artistas da cidade e com a economia criativa que possui potencial para mobilizar o setor na cidade de Caxias do Sul. Para além disso, tivemos o resultado visual concebido pelos estudantes, além da caracterização dos personagens e suas respectivas narrativas construídas e embasadas de acordo com a história do lugar, registros em foto e vídeo (com aprendizados práticos a respeito) e interação dos alunos com visitas ao local, encontro com historiador e produção/avaliação coletiva.

Referências

CAMPBELL, J. (2006). *O herói de mil faces.* Cultrix.

DO VALE, S. (2019) Narrativas transmídia: experiências lúdicas de entretenimento audiovisual. In: SCUCATO, A; et al. *Os desafios do Audiovisual*. Estúdio 513.

PALÁCIOS, F; TERENZZO, M. (2016) *O guia completo do Storytelling*. Alta Books.

VOGLER, C. (2006) *A jornada do escritor: estruturas míticas para escritores*. Nova Fronteira.

O que eu mudaria na publicidade? Análise de prática educomunicativa com crianças e pré-adolescentes

What would I change about advertising? Analysis of educommunicative practice with children and tweens

Pâmela Craveiro
Universidade Federal de Mato Grosso
email: pamela.craveiro@ufmt.br
Arthur Rucks
Universidade Federal de Mato Grosso
email: rucksgerman@gmail.com
Thiago Toledo
Universidade Federal de Mato Grosso
email: thiagoftoledo@gmail.com

GI 2 - Atividades de Extensão em Comunicação

Palavras-chave: Publicidade. Literacia Midiática. Cidadania.

Keywords: Advertising. Media Literacy. Citizenship.

A centralidade da comunicação midiática no mundo social exige que ultrapassemos a noção de meios como meros veículos de mensagens e os compreendamos como elementos fundamentais no processo da comunicabilidade da cultura e de seus valores. Isto é, no processo de criação e de legitimação de representações sociais. Nesse sentido, trata-se de reconhecer a mídia como uma instituição que (re)produz representações sociais massivamente, portanto, possuindo o poder de privilegiar alguéns e gerar ninguéns (WOTTRICH, 2013).

Para Hall (2016), no âmbito dos sistemas culturais de representação há a estereotipagem, "prática representacional que reduz as pessoas a algumas poucas características simples e essenciais, que são apresentadas como fixas por natureza" (HALL, 2016, p. 190). Tal prática é usada como elemento marcador da diferença, dividindo o que é

supostamente considerado normal e aceitável do que é anormal e inaceitável. Desse modo, evidenciando as relações de poder vigentes na sociedade e funcionando como ferramenta útil "para justificar e legitimar contextos de opressão e dominação" (BRAGAGLIA, 2017, p. 121).

Identificar e analisar as práticas de estereotipagem, bem como os sentidos em disputa acionados por elas, é uma necessidade permanente, especialmente no âmbito da comunicação midiática. Observar criticamente o lugar social concedido às minorias na mídia hegemônica é um esforço contra-hegemônico que precisa ser articulado para que novos espaços de representação possam ser construídos. Dentre os textos midiáticos, destacamos o publicitário, partindo da perspectiva de que, além de seu viés mercadológico, se ocupa em comunicar representações sociais (muitas delas reforçando estereótipos), portanto, assumindo potencialmente um caráter educomunicativo. Como lembra Malmelin (2010), as habilidades para a apropriação crítica da publicidade são distintas daquelas necessárias para outras formas de comunicação midiática. Segundo o autor, para reconhecer, avaliar e compreender a intenção persuasiva de anúncios e outras mensagens comerciais, devem ser mobilizadas habilidades de avaliar: a credibilidade e a validade do discurso publicitário; os elementos estéticos e de expressão artística do anúncio; a multiplicidade de estratégias persuasivas utilizadas; e as formas de comunicação mercadológica no cenário contemporâneo de convergência midiática. Machado, Burrowes e Rett (2017) destacam que tais habilidades já estão, de certo modo, presentes nos indivíduos inseridos na sociedade de consumo, podendo variar de acordo com idade, nível de instrução, acesso à diversidade de mídias e, inclusive, grau de atenção empenhado nos vários momentos de exposição diária à publicidade. Nesse sentido, atividades que fazem uso da publicidade como suporte pedagógico poderiam contribuir para "concentrar e organizar um saber disperso, favorecendo seu desenvolvimento e facilitando seu compartilhamento" (MACHADO, BURROWES, RETT, 2017).

Ademais, dada o grande espaço que ocupa na vida cotidiana, a publicidade tem o potencial de construir uma relação entre o saber formal e o repertório de experiências de educandos. O fácil acesso, a linguagem simples, a sintonia com as visões de mundo vigentes são características que facilitam seu uso como suporte pedagógico. Uma possibilidade que, alinhada à perspectiva de mídia-educação de Fantin (2011), objetiva trabalhar competências para: a ampliação do repertório cultural por meio da discussão de temas sociais que atravessam a publicidade; a avaliação ética e estética do conteúdo publicitário; a produção de

informação de maneira crítica e responsável; o estímulo ao uso de recursos de mídia para construção de narrativas voltadas à transformação da realidade.

Partindo dessa compreensão socioeducacional da publicidade, neste trabalho, objetivamos analisar a possibilidade do seu uso como suporte pedagógico para, com crianças e pré-adolescentes, tensionar e contestar os regimes estereotipados de representação e fomentar o exercício cidadão. Para isso, analisamos a oficina "O que eu mudaria na publicidade? Reflexões sobre representação e representatividade", desenvolvida para/com sete crianças e pré-adolescentes com idade de 11 a 13 anos. As atividades da oficina foram pensadas e estruturadas segundo o modelo de literacia publicitária sistematizado em fichas pedagógicas pelo OPSlab - Laboratório de Estudos e Observação em Publicidade, Comunicação e Sociedade (CRAVEIRO; COUTO; TOLEDO, 2021), e vivenciadas em junho de 2023 em um projeto social da cidade de Cuiabá (MT) que oferece educação extracurricular para crianças e adolescentes em vulnerabilidade social. Tomamos como corpus de análise, a ficha pedagógica, as notas de campo de autores deste artigo ao presenciarem a realização das atividades, e as produções desenvolvidas na oficina. Para analisar tal material, empreendemos análise qualitativa sob a perspectiva do uso da publicidade como suporte pedagógico (HOFF, 2007) para fomentar uma cidadania comunicativa (MATA, 2005). Para isso, mobilizando contribuições de Fantin (2011) e Malmelin (2010) sobre habilidades mídia-educativas e níveis de literacia publicitária.

As atividades da oficina fomentaram entre os participantes habilidades mídia-educativas nas dimensões cultural, crítica, criativa e cidadã (FANTIN, 2011). Posto que contribuíram para a ampliação do repertório cultural dos educandos principalmente ao levantar reflexões a respeito da problemática da prática de estereotipagem na publicidade. Além disso, contribuíram para que as crianças exercitassem sua criticidade e criatividade ao serem convidados a pensarem sobre as representações sociais comumente usadas em anúncios publicitários e suas possíveis influências, por meio do exercício de leitura de anúncios já veiculados e a criação de peças com o intuito de promover a conscientização sobre a importância da diversidade na publicidade.

Com uso de recortes de revistas e montagem por colagem em cartolina, as crianças exercitaram competências de literacia estética/visual, executando a diagramação dos elementos que escolheram incluir em suas peças. Com as limitações de recurso que possuíam, pensaram estratégias para superar as representações estereotipadas reforçadas historicamente pela publicidade. Nos três anúncios criados, indivíduos das categorias sociais negro e mulher foram inseridos em uma estética que se esquiva da imagem de subalternidade reforçada

hegemonicamente pela comunicação publicitária. Desse modo, a prática educomunicativa em análise demonstrou o potencial do uso da publicidade como suporte pedagógico para a construção da cidadania comunicativa entre crianças e pré-adolescentes, posto que contribuiu para o fomento da consciência sobre desigualdades sociais reforçadas pela comunicação publicitária, bem como possibilitou o exercício de pensar práticas sociais reivindicatórias relacionadas ao direito à visibilidade e à participação na mídia.

Referências

Wottrich, L. H. Cidadania comunicativa: Apontamentos escassos de um campo de batalhas. In: IV Conferência Sul-Americana e IX Conferência Brasileira de Mídia Cidadã. *Anais…* ABPCOM (pp. 1-13), Curitiba - PR.

Bragaglia, A. P (2017). *Ética na publicidade*: por uma nova sociedade de consumo, Rio de Janeiro: Editora Multifoco.

Craveiro, P., Toledo, T. F., Couto, K. (2021). Construção de cidadania comunicativa na educação básica: uma proposta metodológica de literacia publicitária. In: VIII Seminário Internacional em Mídia e Cotidiano, *Anais*…Niterói - RJ.

Fantin, M. (2011). Mídia-educacão: aspectos históricos e metodológicos. *Olhar de Professor* (v. 14, n. 1, pp. 27-40), Ponta Grossa - PR.

Hall, S. (2016). *Cultura e representação*, Rio de Janeiro - RJ: Apicuri.

Hoff, T. M. C. (2007). O texto publicitário como suporte pedagógico para a construção de um sujeito crítico. *Comunicação & Educação* (S. l., v. 12, n. 2, pp. 29-38). Recuperado de https://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/37637

Machado, M., Burrowes, P., Rett, L. (2017). Para ler a publicidade expandida: em favor da literacia midiática dos discursos das marcas. In: Encontro Anual Da Compós, 26. *Anais*…Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (pp. 1-15), São Paulo - SP.

Malmelin, N. (2010). What is advertising literacy? exploring the dimensions of advertising literacy. *Journal of Visual Literacy* (v. 29, n. 2, pp. 129- 142).

Mata, M. C. (2006) Comunicación y ciudadanía: problemas teórico-políticos de su articulación. *Fronteiras – estudos midiáticos.* (v. 8, n. 1, pp. 5-15, janeiro.-abril) São Leopoldo.

La producción audiovisual como estrategia de aprendizaje en comunidad.

Audiovisual production as a community learning strategy

Eva Da Porta,
Universidad Nacional de Córdoba, Argentina,
evadaporta@unc.edu.ar
Lucía
Rinero,Universidad Nacional de Córdoba,
Argentina,
luciarinero@artes.unc.edu.ar

GI 2 - Actividades de Extensión en Comunicación

Palabras clave:
extensión- aprendizajes colaborativos-prácticas de producción audiovisual
extension- collaborative learning-audiovisual production practices

En esta exposición nos interesa compartir la experiencia desarrollada en la cátedra Educación con Medios Audiovisuales de la carrera de Cine y Artes Audiovisuales de la FA UNC, desde la cuál venimos impulsado un proceso de incorporación de la extensión como enfoque pedagógico en el desarrollo del dictado de la materia, orientado a un espacio formativo en territorio y con organizaciones sociales, culturales y educativas.

Objetivos

Nos proponemos recuperar las estrategias desarrolladas por la cátedra para lograr que esos procesos sean enriquecedores para actores universitarios y extrauniversitarios participantes,
Analizar los procesos formativos y las experiencias desarrolladas por estudiantes de artes audiovisuales cuando tienen que poder articular los saberes teóricos, a los saberes disciplinares, los prácticos, organizativos y socio comunitarios a la vez.

Caracterización del estudio o discusión teórica propuesta

La extensión universitaria hoy es una campo de disputa en el que se encuentran diversos modelos en juego acerca de la índole de la tarea a realizar, sobre la relación entre la Universidad y su contexto social, sobre el rol de los aprendizajes y los saberes puestos en juego, sobre el vínculo intersubjetivo y su dimensión ética y política, etc.

Esta noción se encuentra en debate desde que, en 1971, Paulo Freire la problematizara en su célebre e inaugural texto *¿Extensión o comunicación?*" al destacar la índole ciertamente autoritaria y no emancipatoria que se filtraba en las experiencias de capacitación o formación de perfil desarrollista de las comunidades extrauniversitarias en un intento por extender los conocimientos científicos al campo de la vida. El correr de las experiencias y los debates a lo largo de los 50 años que nos separan de ese evento han permitido actualizar sus sentidos y evitar que este término perdiera referencia en los debates acerca del lugar de la universidad en la sociedad, un tema que ya estaba presente en la Reforma de nuestra Universidad Nacional de Córdoba en el año 1918.

Por eso, y quizás reconociendo que podrían identificarse múltiples sentidos superpuestos o inclusive complementarios, vamos a reconocer junto a Tomassino (2016) dos modelos predominantes, por un lado el modelo centrado en la concepción "difusionista-transferencista" vinculado a la difusión cultural, divulgación científica y/o transferencia tecnológica y por el otro la concepción de la "extensión crítica" que recupera la tradición de la educación popular y la investigación-acción-participativa. Ambos modelos se han entrelazado en numerosas oportunidades dando lugar a experiencias híbridadas, algunas con más énfasis en una u otra.

Sin embargo desde hace un tiempo, es posible reconocer una mayor presencia de la concepción crítica, la cuál se destaca no sólo por una mirada particular de la relación universidad-sociedad, de los tipos de interacciones, de las problemáticas que articula etc, sino fundamentalmente del concepto de formación integral de estudiantes y del aporte que la extensión crítica puede realizar allí, insertada en espacios curriculares De esta manera nos interesa ubicarnos bajo esta concepción, no solo por la inminente perspectiva freireana que se relaciona con la propuesta pedagógica de la materia en sí, sino por la invitación a cursar determinados procesos de aprendizaje mediados por la extensión.

Desde ese lugar nos proponemos proyectar nuestra materia hacia la sociedad de modo tal que los/as estudiantes, futuros realizadores audiovisuales, puedan en primer lugar poner en crisis sus saberes pedagógicos previos, fundados en el sentido común y sus propias prácticas educativas. En segundo término y a partir de esa puesta en crisis que busca desnaturalizar los vínculos educativos, nos proponemos que puedan reconocer diversidad de modos posible de enseñar y por tanto de aprender, para finalmente hacerles conocer el modelo emancipador y participativo de Paulo Freire. Este encuentro con la matriz latinoamericana crítica resulta novedoso y muy interpelante para nuestro estudiantado y desde esa inquietud y conmoción ética y política que nos relatan al descubrir otros modos de enseñar y aprender es que les proponemos el diseño y realización de una práctica extensionista que vincule la educación desde un enfoque de la educación popular con los lenguajes y los medios audiovisuales.

-Enfoque y/o metodología de abordaje

La propuesta de la cátedra se diseña metodológicamente en modalidad de taller en el que los contenidos teóricos se trabajan en articulación con el diseño, planificación y realización de una práctica pedagógica que implique aportes del lenguaje audiovisual para la resolución de problemas y demandas reconstruidas en contextos sociales específicos y particularmente vulnerables. De este modo, durante el año 2022 organizamos la tarea de manera conjunta con los Parques Educativos Municipales. Si bien, en otros años, articulamos relaciones con diversas organizaciones sociales, educativas, culturales, durante el 2022 unificamos la institución meta para organizar de modo colectivo toda la tarea de intervención de la cátedra.

Los Parques Educativos son espacios construidos por el Municipio de Córdoba ubicados en zonas periféricas de la ciudad que están destinados a la promoción de las poblaciones que habitan esos sectores a través de actividades sociales, educativas y recreativas múltiples.

Nuestros estudiantes organizados en grupos de trabajo se vincularon con dos experiencias particulares; los grupos juveniles scouts con orientación sociocomunitaria y los estudiantes organizados en el Programa "Volvé a la Escuela" que realizan actividades formativas con apoyo de docentes tutores. En ese marco y partir de un primer contacto orientado por la cátedra, los distintos grupos debieron ir construyendo a lo largo del cursado un vínculo de

trabajo colaborativocon el propósito de acompañar procesos educativos y promover prácticas educativas que involucren activamente a todos los actores: estudiantes, docentes, tutores y estudiantes universitarios.

- Principales resultados, reflexiones y conclusiones más importantes.

Durante el cursado nuestros estudiantes pudieron articular los conocimientos teóricos trabajados en la cátedra con las actividades semanales que fueron desarrollando en los parques. Asimismo pudieron incorporarse a dinámicas socioculturales y comunitarias propias de esos espacio extrauniversitarios, conocer las realidades, necesidades e inquietudes de las comunidades e intercambiar saberes y experiencias.

En estos procesos orientados a la producción audiovisual colectiva se pusieron en juego numerosos saberes que incluyeron a todos los participantes en roles activos y creativos. Es así que tanto los estudiantes universitarios, como lxs docentes de los parques y lxs estudiantes y jóvenes scouts ofrecieron sus conocimientos y recibieron saberes de los otros en prácticas colaborativas de resolución grupal en las que trabajaron además temáticas relevantes y significativas para ellos y sus entornos.

Creemos que este tipo de prácticas formativas activan múltiples aprendizajes que no solo son beneficiosos para las poblaciones extrauniversitarias desde la concepción integral que mencionamos más arriba, sino también para la propia universidad que se nutre, enriquece y problematiza, en el sentido freireano, con la vida, los saberes y los sentires de la comunidad.

Bibliografía

Freire, P (1973). "¿Extensión o Comunicación? La concientización en el medio rural". Siglo veintiuno editores, México DF.

Tommasino, H (2016) "Necesitamos plantear una ecología de saberes que promueva interacciones múltiples"INICIO (HTTP://FCP.UNCUYO.EDU.AR/) SECRETARÍA DE EXTENSIÓN Y RELACIONES INSTITUCIONALES (HTTP://FCP.UNCUYO.EDU.AR/CATEGORIAS/INDEX/SECRETARIA-DE-EXTENSION

—----------"Modelos de extensiónuniversitaria en las universidadeslatinoamericanas en el siglo XXI: tendencias y controversias". En: Revista Universidades, n°67, UDUAL, México. Disponible en: https://artes.aulavirtual.unc.edu.ar/pluginfile.php/200851/mod_resource/content/1/Modelos%20de%20extensio%CC%81n%20universitaria%20en%20las%20universidades%20latinoamericanas%20en%20el%20siglo%20XXI_%20tendencias%20y%20controversias-%20Tommasino%20y%20Cano_UDUAL%20_%20Universidades.pdf

A Curitiba não imaginada: percepção de comunidadeperiférica sobre os imaginários visuais da cidade

Erven, Magno van
UniversidadeFederal do Paraná (UFPR). Curitiba, Brasil.
magno3@gmail.com

Palavras-chave: Comunicação, Fotoetnografia, Imaginários Urbanos, Curitiba,Vila Torres.

Keywords: Communication, Photoethnography, Urban Imaginaries, Curitiba, VilaTorres.

RESUMO

Esta pesquisa, desenvolvida a partir das proposições da fotoetnografia, busca identificar a visão sobre representação e pertencimento do cidadão curitibano periférico em sua cidade. A partir deste do ponto central de discussão, buscou- se identificar a percepção do pertencimento entre o cidadão curitibano periférico e o ecossistema da cidade e de sua região. A pesquisa visa compreender de que forma o morador da Vila das Torres, sob o viés dos imaginários urbanos, sente- se representado por Curitiba e também qual o recorte da cidade ele percebe como representação da sua identidade. Tendo como ponto de partida a participação no projeto *Ciudades Latina Imaginadas em la era digital*, na cidade de Curitiba, a dissertação busca, a partir do uso de imagens fotográficas, identificar e representar de forma antropológica a percepção do imaginário urbano na capital paranaense, pelo ponto de vista da comunidade periférica da Vila Torres. Para a realização da pesquisa, a qual tem como método central a proposição de método o uso da fotoetnografia de Achutti (2004), foi realizada a imersão na comunidade. Após este período e de aproximação e contatos locais, foi realizada uma estratégia de realização da pesquisa utilizando como ferramenta uma oficina de fotografia. O objetivo foi de compreender a percepção do cidadão periférico, sobre a região, bairro e cidade em que reside, resultando em um material de análise fotoetnográfica a partir das fotografias produzidas pelos moradores das comunidades, participantes da pesquisa. Como etapa final dos procedimentos, foram realizadas entrevistas com 5 participantes da pesquisa. Foi identificado o modo de expressarem sua visão sobre o processo de captação das imagens, como veem a importância na fotografia da construção dos imaginários sobre a cidade e, particularmente, sobre a comunidade que habitam e como esta se insere nos imaginários sobre Curitiba. Os resultados obtidos nesta pesquisa visam contribuir com as investigações sobre os imaginários urbanos de forma descentralizada, com a pesquisa na área da fotoetnografia e com a cidade em seu sentido histórico e material. Por um viés antropológico, este projeto apresenta suas qualidades, diversidade social e cultural, identificando e compreendendo a pluralidade e a importância destes espaços para que, acima de tudo, torne-se um registro temporal de seus elementos e espaços físicos. Assim, os resultados da fotoetnografia realizada demonstra-se a diversidade de realidades presentes em um mesmo espaço urbano, criada por indivíduos pertencentes a uma sociedade da qual, apesar de usufruírem de sua estrutura, hábitos e significados, comumente são invisibilizados.

TÍTULO: THE UNIMAGINED CURITIBA: PERIPHERAL COMMUNITY PERCEPTIONOF THE CITY'S VISUAL IMAGINARIES

ABSTRACT

This research, developed based on the propositions of photoethnography, aims to identify the perspectives on representation and belonging of peripheral citizens of Curitiba in their own city. Stemming from this central point of discussion, the study sought to recognize the sense of belonging between the peripheral Curitiba citizen and how they're part of the city's ecosystem at those regions. The research aims to understand how residents of Vila das Torres, through the lens of urban imaginaries, perceive their representation by Curitiba and also which parts of the city they perceive as representations of their own identity. Initiated through participation in the project "Ciudades Latina Imaginadas en la era digital" in Curitiba, the dissertation employs photographic imagery to anthropologically identify and represent the perception of urban imaginaries in the capital of Paraná, from the standpoint of the peripheral community of Vila Torres. The research methodology, anchored in Achutti's (2004) proposition of photoethnography, entailed straight immersion within the community. Following this period of local engagement and interaction, a research strategy was executed using a photography workshop as a tool of investigation. The objective was to comprehend the perception of peripheral citizens regarding their residing region, neighborhood, and city, resulting in a corpus of photoethnographic analysis generated from photographs produced by the community residents who participated in the study. As a concluding step, interviews in person were conducted with 5 research participants. The research identified how they express their views on the image-capturing process, how they perceive the significance of photography in constructing urban imaginaries, particularly those surrounding their own community, and how it fits into the imaginaries about Curitiba.

The outcomes of this research aim to contribute to investigations of decentralized urban imaginaries, within the domain of photoethnography research, and to the city itself in its historical and material sense. From an anthropological perspective, this project showcases its strengths, social and cultural diversity, identifying and comprehending the plurality and importance of these spaces, with the ultimate goal of becoming a temporal record of their elements and physical spaces. Thus, the results of the conducted photoethnography highlight the diversity of realities present within the same urban space, shaped by individuals belonging to a society whose structure, habits, and meanings they benefit from, yet are often rendered invisible.

REFERÊNCIAS

ACHUTI, Luiz Eduardo Robinson. **Fotoetnografia da Biblioteca Jardim**. Porto Alegre: Editora da UFRGS: Tomo Editorial, 2004.

___. **Fotoetnografia: um estudo de antropologia visual sobre cotidiano, lixoe trabalho**. Porto Alegre: Tomo Editorial, Palmarinca, 1997.

GARROSSINI, Daniela Fávaro; DOS SANTOS, Fátima; NERY, Beatriz. **Brasília Imaginada**. **Imaginários Urbanos: Porto Alegre Imaginada; São Paulo Imaginada**; disponível em: http://www.imaginariosurbanos.net. Acesso em 19 de janeiro de 2022

GURAN, M. . O olhar engajado : inclusão visual e cidadania. Studium, Campinas, SP, n. 27, p. 99–114, 2008. DOI: 10.20396/studium.v0i27.12349. Disponível em: https://econtents.bc.unicamp.br/inpec/index.php/studium/article/view/12349

HARVEY, David. **Ciudades Rebeldes. Del derecho de la ciudad a larevolucion urbana**. Ediciones Akal, S. A., 2013.

LAZAROTO, Adriane. **Como ela é. A Vila das Torres contada por seus moradores**. Editora Linguaruda. Ed. 1, 2004.

SILVA, Armando. CYCL, **Projeto *Ciudades Y Comunidades ImaginadasLatinas em la Era Digital***. FLACSO. Equador. Projeto de 2021.

SILVA, Armando. **Imaginarios, Estranhamentos Urbanos**. *São Paulo*. EdiçõesSesc São Paulo, 2014.

SILVA, Armando. **Imaginarios Urbanos**. *Ciudades Imaginadas*. Colombia. Ed.1, 2006.

Escolas contra a desinformação: uma ação de extensão com estudantes do Ensino Médio da rede pública de Pernambuco,Brasil

Schools facing disinformation: an extension action with high school students from the public education system of Pernambuco, Brazil

Bruno Rafael Gueiros Barbosa
bruno.2022800000@unicap.br
Universidade Católica de Pernambuco (Unicap), Brasil

Andrea de Lima Trigueiro de Amorim
andrea.trigueiro@unicap.br
Universidade Católica de Pernambuco (Unicap), Brasil

Juliano Mendonça Domingues da Silva
juliano.domingues@unicap.br
Universidade Católica dePernambuco (Unicap), Brasil

Palavras-chave: educação midiática, formação crítica, fake news.
Keywords: *media education, critical formation, fake news.*

Introdução

A educação midiática, termo polissêmico definido por Buckingham (2003) como o processo de ensino-aprendizagem sobre a mídia, é apontada pela Unesco (2023) como um conjunto inter-relacionado de competências que ajudam as pessoas a maximizar as vantagens e a minimizar os danos nos novos cenários da informação e comunicação. Vista como uma habilidade de importância central para a Educomunicação (Soares, 2014), esta se faz ainda mais necessária em um mundo imerso em redes digitais e trocas midiáticas constantes e convergentes.

Com base nisso, a presente proposta tem como tema central a educação midiática enquanto extensão, a partir do relato de uma atividade de combate à desinformação voltada a alunos da rede pública de ensino do Estado de Pernambuco. Trata-se do projeto desenvolvido pela Cátedra Luiz Beltrão de Comunicação da Universidade Católica de Pernambuco (Unicap), em parceria com o Consulado Geral dos EUA no Recife e a Escola de Referência em Ensino Fundamental e Ensino Médio Liceu Nóbrega de Artes e Ofícios (Liceu Nóbrega), intitulado "Escolas contra a Desinformação: Alfabetização Midiática para Todos".

A ação consistiu na oferta de seminário e oficinas para jovens do ensino médio, com o objetivo de promover princípios democráticos básicos, em especial o direito à informação e à comunicação. Os resultados indicam uma demanda importante por iniciativas dessa natureza na rede pública de ensino, bem como apontam para um impacto positivo na percepção desses jovens quanto ao processo de análise crítica da mídia.

Material e métodos

A ação intitulada "Escolas contra a Desinformação: Alfabetização Midiática para Todos" (Schools Facing Misinformation: media literacy for everyone) foi objeto de

financiamento do Edital de Projetos EUA-Brasil 2022-2023, Funding Opportunity Number FY22-PAS-BRAZIL-001. A promoção incluiu um seminário e duas oficinas para 150 estudantes do ensino médio (1o., 2o. e 3o. anos) do Liceu Nóbrega de Artes e Ofício. A programação teve início com palestra da professora Panayiota Kendeou, da Universidade de Minnesota, autora do livro "Misinformation and Fake News in Education", no dia 18 de abril de 2022, com transmissão também pelo Youtube, de modo a permitir que pais e outros educadores também participassem, uma vez que a divulgação foi feita pelas redes de professores do Estado de Pernambuco.

A ação se desdobrou nos dias seguintes em oficinas práticas e interativas, totalizando 9 horas de atividades. Especialistas da área conduziram as oficinas "O que é desinformação e como lidar com isso nas redes e mídias sociais digitais" e "Checagem de fatos e conteúdo de qualidade: ferramentas para combater a desinformação". Essas oficinas foram realizadas nas dependências do próprio Liceu Nóbrega de Artes e Ofícios e reuniram um total de 112 estudantes do Ensino Médio, que se inscreveram previamente no programa. O ambiente proporcionou um encontro propício para o diálogo e para a aplicação prática dos conceitos abordados. Ao fim, foi promovida em uma cerimônia de entrega de certificados, na qual os participantes do programa foram reconhecidos pelo seu engajamento no projeto.

Resultados e Discussão

Encerradas as atividades, foi conduzida uma pesquisa com os alunos participantes, através da aplicação de um questionário composto por 20 perguntas. A coleta de respostas foi realizada por meio de formulários digitais no ambiente do Google Classroom, que é uma plataforma familiar para os estudantes do Liceu Nóbrega.

Dos 112 participantes, obtivemos 49 respostas que contribuíram para análises significativas. Os resultados dessa pesquisa evidenciaram que a grande maioria dos participantes assimilou conceitos fundamentais e se sentiu capacitada para aplicar ao dia a dia as ferramentas apresentadas durante os encontros. Todos os estudantes que responderam à pergunta sobre os objetivos do programa concordaram que a atividade atingiu plenamente seu propósito de desenvolver habilidades para identificar e combater a desinformação. Além disso, 100% dos participantes da pesquisa afirmaram que o programa proporcionou aprendizado teórico e prático sobre o tema proposto.

A ação de extensão "Escolas contra a Desinformação: Alfabetização Midiática para Todos" não se limitou apenas aos seus resultados imediatos, mas abriu portas para projetos formativos futuros. Além disso, a iniciativa representou um passo importante na promoção da alfabetização midiática e no enfrentamento à desinformação nas instituições de ensino de Pernambuco. A combinação de palestras e oficinas práticas, somada ao feedback positivo dos participantes, reforça a relevância e eficácia dessa abordagem na formação de cidadãos críticos e informados em um mundo digital complexo e desafiador.

Referências

Castells, M. (2009). A sociedade em rede. Paz & Terra.

Kendeou, P., Robinson, D. H., & McCrudden, M. T. (Eds.). (2019). Misinformation and Fake News in Education. Information Age Publishing, Incorporated.

Buckingham, D. (2003). Media education: Literacy, learning and contemporary culture. Cambridge: Polity.

Unesco (2023, April 20). About Media and Information Literacy. Unesco. Retrieved August 25, 2023, from https://www.unesco.org/en/media-information-literacy/about

Soares, I. O. (2014). Educomunicação e Educação Midiática: vertentes históricas de aproximação entre comunicação e educação. Comunicação & Educação, Brasil, v. 19, n. 2, p. 1526, set. 2014.

DIREITO À COMUNICAÇÃO, PARTICIPAÇÃO E PROTAGONISMO JUVENIL: Análise da experiência Nossas Vozes[1]

Milena dos Santos Marra[2]

Luiggi Oliveira Fontenele[3]

Fernando Oliveira Paulino[4]

Mariana Ferreira Lopes[5]

Resumo expandido

Este trabalho reflete sobre a temática geral do protagonismo juvenil por meio do exercício do direito à comunicação com foco em grupos sociais em situação de vulnerabilidade, no caso, jovens em conflito com a lei. Deste modo, tem-se como objetivo investigar o modo como as iniciativas que articulam processos de comunicação comunitária e educomunicação têm promovido esse protagonismo e, por consequência, a participação ativa dos jovens nos processos comunicacionais, diante do contexto de desigualdades sociais e educacionais específicas.

Tem-se como objeto de estudo o *Nossas Vozes*, projeto de extensão de ação contínua desenvolvido no âmbito das iniciativas de Comunicação Comunitária da Universidade de Brasília (UnB), que realiza atividades com adolescentes em cumprimento de medida socioeducativa, sob supervisão da Gerência de Atendimento em Meio Aberto (GEAMA), instituição vinculada à Subsecretaria do Sistema Socioeducativo da Secretaria de Estado de Políticas para Crianças, Adolescentes e Juventude do Distrito Federal (DF). O desenho metodológico parte da observação participante (Peruzzo, 2009) do projeto em questão, levando em conta documentos do planejamento das atividades, relatos de experiências anteriores, além de roteiros das atividades e análise de produtos resultantes da iniciativa, bem como a revisão de literatura sobre os principais conceitos que sustentam e derivam das ações realizadas.

O projeto *Nossas Vozes* atende, em sua maioria, crianças e adolescentes em situação de conflito com a lei residentes do Paranoá, região administrativa (RA) do Distrito Federal (DF) localizada a 18 km do Planalto Central. De modo geral, é

possível dizer que os ingressos da instituição têm um perfil muito semelhante. São adolescentes do sexo masculino, negros, de até 17 anos, que enfrentam problemas relacionados à evasão escolar e estão fora do fluxo comum do sistema educacional, além de pertencerem a famílias monoparentais vulneráveis socioeconomicamente. Essa realidade não é singular na comunidade em que esses adolescentes residem. A região administrativa à qual estão inseridos apresenta uma maioria de indivíduos autodeclarados pardos, representando 57% da população local, sendo caracterizada por uma baixa taxa de escolaridade, com apenas 35% dos moradores possuindo ensino médio completo. Além disso, a maioria dos residentes possui renda de até dois salários mínimos, abrangendo mais de 80% da população da região (Codeplan, 2021)[6].

O nome do projeto, *Nossas Vozes*, não só relembra o *Um mundo, muitas vozes*, título do relatório da UNESCO (1980) que trata da relação entre poder e comunicação, mas também reflete a concepção das iniciativas desenvolvidas neste cenário específico. Observando que os indivíduos na região em questão têm participação limitada em processos comunicacionais, o projeto direcionou suas ações para promover discussões que reafirmaram o direito à comunicação, levando em consideração a realidade local. Assim, as atividades do projeto em seus três anos de realização, 2019, 2022 e 2023, focaram no fomento do protagonismo dos adolescentes, alinhadas ao objetivo do protocolo educomunicativo de desenvolvimento de ecossistemas comunicacionais — democráticos, inclusivos, midiáticos e criativos — em espaços educativos institucionais e não institucionais diversos e focados na luta pelo direito à comunicação (Soares, 2011, 2014). Protagonismo esse sustentado pela hipótese de que contextos caracterizados por profundas desigualdades sociais, como é o caso da comunidade onde os jovens residem, igualmente engendram desigualdades no campo comunicacional, deixando-os à margem da participação em processos decisórios, em exercícios de direitos e no acesso a políticas públicas.

O protagonismo é compreendido como posicionamento que denota a habilidade e o direito dos indivíduos ou grupos de assumirem um papel central e ativo em suas próprias ações e decisões. Trata-se da capacidade de assumirem uma posição de liderança e participação efetiva na construção de suas trajetórias e no exercício de direitos, influência e responsabilidade sobre questões que impactam suas vidas e comunidades. Essa concepção encontra estreita associação com a autonomia, fortalecendo com os jovens o poder de atuarem como agentes proativos e promoverem o bem-estar coletivo. Isto é, refere-se à vocação ontológica dos seres

humanos enquanto sujeitos ativos da história, ainda que condições sociais opressoras os afastem de tal posição (Freire, 2011). Enquanto seres *com* o mundo e não apenas *no* mundo, é necessário o reconhecimento do tempo histórico vivenciado, no conjunto de temas, valores e condições sobre as quais é preciso refletir de forma crítica e consciente para a possível realização dessa vocação, pois "exatamente porque vez que se prepare para esta captação é que poderá interferir, ao invés de ser simples espectador, acomodado às prescrições alheias que, dolorosamente, ainda julga serem opções suas." (Freire, 2011, p.62).

De modo a estimular com que ações pudessem fortalecer o protagonismo jovem, a equipe do Projeto optou por trabalhar no próprio território em que os adolescentes residem, tendo em vista que esse lugar, enquanto espaço vivido, reproduz de modo diverso e específico o mundo em si, permitindo reconsiderações e problematizações e relacionando-se, desta forma, com a possibilidade de cidadania plena e 'espaço de exercício da existência plena', ainda que muito distante de tais ideais (SANTOS, 2011). Para incentivar o sentimento de pertencimento local e o acolhimento das propostas do projeto, os encontros ocorreram de forma equitativa no Campus Darcy Ribeiro da Universidade de Brasília (UnB) e na comunidade da qual fazem parte, as regiões administrativas Paranoá e Itapoã no DF. A fim de exemplificar, abaixo a descrição do 1º encontro do projeto, edição 2023:

> Apresentação: Qual é o seu lugar?
>
> Resumo: Apresentação dos alunos (as). Saber o que eles entendem por seu lugar, seu território e o que quer dizer ser pertencente a um lugar.
>
> Sugestão de atividade: Propor uma pesquisa sobre que notícias eles encontram quando pesquisam sobre o local em que vivem. No final, fazer uma espécie de "carta ao editor" onde os jovens podem escrever algo direcionado aos editores dos veículos explicando como eles gostariam de ver a sua região retratada.
>
> EXTRA: passeio pela comunidade.

O escopo do *Nossas Vozes* compreende o direito à comunicação como um direito fundamental à existência humana e como um conceito que pode contribuir com uma perspectiva crítica e emancipatória que busca assegurar o acesso igualitário e democrático à informação, à produção de conhecimento e à participação nos processos comunicacionais. Essa abordagem considera a comunicação como um direito humano fundamental, que deve ser garantido a todos os cidadãos, independentemente de sua condição social, econômica ou cultural.

Essa concepção de direito à comunicação transcende a mera garantia de liberdade de expressão e acesso aos meios de comunicação. O direito à comunicação como direito humano é entendido como uma ferramenta para o empoderamento das classes subalternas e a promoção da justiça social. Isso significa que as políticas e práticas de comunicação devem ser orientadas para a ampliação da participação popular, a diversidade de vozes e a valorização das expressões culturais das diferentes comunidades.

Um dos produtos mais relevantes do projeto é o podcast chamado *Rádio Mil Fitas*[7], um experimento desenvolvido pelo grupo de adolescentes após participarem de oficinas e encontros. Os adolescentes planejaram, produziram e distribuíram o podcast de forma colaborativa. Desde a introdução, que conta com músicas de rap que refletem suas experiências e realidades locais, até a apresentação conduzida por estudantes de Comunicação da Universidade, passando por músicas autorais interpretadas pelos próprios adolescentes, e uma história de ficção criada por uma das integrantes do projeto, o podcast abrange uma variedade de conteúdos, incluindo entrevistas e muito mais.

Palavras-chave: Educomunicação; Protagonismo juvenil; Direito à comunicação; Jovens em situação de conflito com a lei.

REFERÊNCIAS

FREIRE, Paulo. **Educação como prática de liberdade.** 14. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2011.

PERUZZO, Cicília Maria Krohling. Observação participante e pesquisa-ação. In: DUARTE, Jorge e BARROS, Antonio (org). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação.** São Paulo: Atlas, 2009, p. 125-145.

[7] A justificativa para a priorização de produção de áudio é que, devido ao fato de os jovens participantes do projeto serem menores de idade cumprindo medida socioeducativa, é necessário resguardar suas imagens, visando a preservação de suas identidades.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização**: do pensamento único à consciência universal. 21a ed. Rio de Janeiro: Record, 2011.

SOARES, Ismar. O. **Educomunicação:** o conceito, o profissional, a aplicação: contribuições para a reforma do ensino médio. São Paulo: Paulinas,2011.

SOARES, Ismar. O. Educomunicação e Educação Midiática: vertentes históricas de aproximação entre comunicação e educação. **Comunicação & Educação**, São Paulo, v. 19,
n. 2, p. 15-26, 2014.

UNESCO. **Un solo mundo, voces multiples**. Comunicación y información en nuestro tiempo*.* Paris: UNESCO, 1980. Disponível em: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000372755 Acesso em: 06.ago.2023.

---

[1] Resumo expandido submetido ao XI Seminário Latino-Americano de Pesquisa em Comunicação previsto para ocorrer em Brasília, na Universidade de Brasília (UnB), entre os dias 03 e 07 de outubro.

[2] Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade de Brasília (UnB). Coordenadora adjunta do projeto Nossas Vozes. E-mail: milena.bmarra@gmail.com
[3] Aluno especial no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da UnB. Extensionista no Projeto de Extensão Comunicação Comunitária (ComCom). E-mail: luiggifontenele@gmail.com
[4] Professor da UnB, presidente da ALAIC e pesquisador PQ 1B (CNPq). paulino@unb.br
[5] Professora da UnB, membro da Diretoria da ABPCom. E-mail:lopes.mariana@unb.br

[6] Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios de 2021. Disponível em https://www.codeplan.df.gov.br/wp-content/uploads/2022/05/Paranoa.pdf. Acesso em agosto de 2023

Territorialização da Agenda 2030: experiências do Programa deExtensão Mão na Mídia da UFSM

Territorialization of the 2030 Agenda: experiences of the UFSM Mão naMídia Extension Program

Cláudia Herte de Moraes
UFSM/FW
claudia.moraes@ufsm.br

Kawê da Silva Veronezi

UFSM/FW

kawe.veonezi@acad.ufsm.br

GI 2 – Actividades de Extensión em Comunicación (Remoto)

Palavras-chave: Comunicação; ODS; Universidades.
Keywords: Communication; SDGs; Universities.

Desde sua criação, o Programa de Extensão Mão na Mídia: educomunicação e cidadania, do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria Campus Frederico Westphalen (RS-Brasil), está alinhado aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS): Educação de Qualidade (ODS 4), Combate às Mudanças Climáticas (ODS 13), e Parcerias e Meios de Implementação (ODS 17), propostos pela ONU por meio da Agenda 2030. Quando considerado o Guia da Agenda 2030, publicado em 2021 pela Universidade de Brasília (UnB) e a Universidade Paulista (Unesp), propondo a localização das demandas brasileiras, três novos objetivos também se alinham ao Programa: Igualdade Racial (ODS 18), Arte, Cultura e Comunicação (ODS 19) e Povos Originários e Comunidades Tradicionais (ODS 20).

Inerente aos ODS, o objetivo do Programa de Extensão é incentivar ações educomunicativas sobre temas de cidadania, propondo soluções para uma demanda sócio-cultural-política da cidade e região e ao contexto da curricularização da extensão. Os planos de ações e atividades do Mão na Mídia organizam um projeto de desenvolvimento que integra a tríplice ensino-pesquisa-extensão nos cursos de Jornalismo e Relações Públicas com a comunidade do entorno.

Deste modo, o Mão na Mídia parte de quatro pressupostos essenciais para seu desenvolvimento. O primeiro, para que a Agenda 2030 e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável alcancem as metas propostas, é fundamental pensar

em projetos de desenvolvimentos que considerem os territórios e suas territorialidades. (Gallo e Seiti, 2014; Krantz e Gustafsson, 2021; Gehre e Cabral, 2023). Frederico Westphalen e o noroeste rio grandense possuem demandas próprias e específicas de seus territórios, e um olhar atento a elas requer também ações que dialoguem com suas territorialidades.

Um segundo pressuposto é a sugestão que o investimento na implementação local da Agenda 2030 é um fomento que se transforma em avanços tecnológicos, em políticas públicas, em modelos de gestão e projetos, entre outros méritos da ciência extensionista (Veronezi, 2021).

Já o terceiro pressuposto é de que "temos a extensão como curso não regular, a extensão como serviço e prestação de serviço, a extensão efêmera como assistência, a extensão como responsabilidade social e a extensão como ação política" (Assumpção & Leonardi, 2016: 462). Disso advém a ideia de que a transformação social é diretriz para atender as demandas da sociedade, e que a Universidade tem um papel importante nas soluções dos problemas locais.

O quarto pressuposto vem da metodologia empregada pela extensão de caráter dialógico, conforme Paulo Freire (1985), especialmente quando entendemos a extensão como comunicação, fundamentada na construção da cidadania, levando de forma prática a educação libertadora em conjunto com as comunidades nas quais nos inserimos.

Como apresentado pelo Instituto Paulo Freire, a extensão como um espaço de formação cidadã e de produção de conhecimento, além de ser um espaço privilegiado de interlocução com as comunidades, que oferece elementos para repensar o projeto político-pedagógico da universidade como um todo (Gadotti, 2017). Uma extensão com co-participação dos sujeitos pertencentes à comunidade como protagonistas dos saberes-fazeres.

Neste trabalho, fazemos alguns recortes das experiências nos quatro anos de existência do Programa, com intuito de apresentar alguns possíveis de como colaborar com o plano de ação global para as pessoas, para o planeta e para a prosperidade na construção do futuro em que ninguém fica para trás (ONU, 2015).

No Brasil, o combate ao racismo deve ser considerado essencial para a implementação da Agenda 2030 em todos os territórios. Nesta perspectiva, a ação extensionista, em parceria com outros setores da UFSM e outras Instituições de Ensino Superior, debate o antirracismo em iniciativas como: Curso de Combate ao

Racismo (2020); Práticas e Pesquisa Antirracistas em Comunicação (2020 e 2022); e o Ciclo de Debates por um Jornalismo Antirracista (2020 e 2021). Estas ações contam com apoio do NEABI - Núcleo de Estudos Afro-Brasileiros e Indígenas e do ODH - Observatório de Direitos Humanos da Pró-Reitoria de Extensão da UFSM. Os eventos foram realizados de forma virtual, ampliando o alcance e gerando registros no Canal do Youtube Mão na Mídia (@maonamidiaufsm5524), contribuindo com a localização das metas dos ODS 18, ODS 19 e ODS 20 (Unb, 2021).

O Mão na Mídia estabelece diálogo com escolas públicas na região, por meio de projetos educomunicativos que tratam de temas ambientais, de direitos humanos, de diversidade e igualdade, pautas presentes de forma transversal na Agenda 2030. Desde 2020, também em apoio ao ensino remoto que sobreveio com a pandemia da Covid-19, realizou dezenas oficinas de fotografia, mídias digitais, mídias sonoras e de audiovisual, incluindo a participação de cerca de 250 jovens do ensino médio no debate dos temas por meio da produção comunicacional. (Moraes et al, 2021). As oficinas nas escolas seguem em todos os anos, e contribuem para a formação crítica dos participantes em relação aos meios e aos ambientes digitais, na perspectiva da comunicação como um direito humano. Ações essas que contribuem com a localização das metas dos ODS 4, ODS 13, ODS 17 e ODS 19 (Cabral, R., & Gehre, T., 2020).

Destacamos a atividade junto à Rádio Comunitária de Frederico Westphalen 87.9 FM, que mobiliza esforços para engajamento para a localização das metas, especialmente quanto ao ODS 13, ODS 17 (ONU, 2015) e ODS 19 (Cabral & Gehre, 2020), ao transmitir programas semanais sobre a Agenda 2030. A rádio também transmite pela internet no site www.comunitaria.com.br. Outras produções realizadas nas oficinas das escolas são publicadas em podcasts no Spotify (https://open.spotify.com/show/3kt8uyZZahzNZJUn0VS2hm).

O Programa Mão na Mídia foi reconhecido pelo *Guia de Interseccionalidades na Agenda 2030: para uma educação transformadora* com um dos projetos universitários destaques em pensar e refletir a interseccionalidade na atuação.

As ações focadas nos ODS destacados se vinculam aos esforços de formação de cidadania que incluem um posicionamento firme sobre a necessária mudança social, com respeito à diversidade ambiental e cultural. Com isso, a atuação de universitários junto aos diferentes projetos, consolida a formação de profissionais de Comunicação comprometidos a auxiliar o enfrentamento aos

desafios na implementação da Agenda 2030, em seu prioritário objetivo de erradicação das desigualdades sociais.

Referências

Assumpção, R. P. S., & Leonardi, F. L. (2016). Educação popular na universidade-uma construção a partir das contradições, reflexões e vivências a partir do pet educação popular da UNIFESP-Baixada Santista. Revista E-curriculum, 14(2), 437-462.

Cabral, R., & Gehre, T. (2020). Guia Agenda 2030: integrando ODS, educação e sociedade. São Paulo: Lucas Melara.

Freire, P. (1985). *Extensão ou comunicação?*. Paz e Terra.

Gadotti, M. (2017). *Extensão universitária: para quê*. Instituto Paulo Freire, 15, 1-18.

Gallo, E., & Setti, A. F. F. (2014). Território, intersetorialidade e escalas: requisitos para a efetividade dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. *Ciência & Saúde Coletiva*, 19, 4383-4396.

Gehre, T., & Cabral, R. (2023). The complex governance of the 2030 Agenda and the steering effects of implementing the SDGs in Brazil (2015-2022). *Carta Internacional*, 18(1).

Krantz, V., & Gustafsson, S. (2021). Localizing the sustainable development goals through an integrated approach in municipalities: Early experiences from a Swedish forerunner. *Journal of Environmental Planning and Management*, 64(14), 2641-2660.

Moraes, C. H., Gomes, J., Ribeiro, D., Veronezi, K. da Silva, & Führ, D. (2021). Educomunicação em tempos de crise: adaptação de projetos no apoio ao ensino remoto. *Expressa Extensão*, *26*(1), 17-30.

BR, ONU. (2015). NAÇÕES UNIDAS NO BRASIL– ONU BR. A Agenda 2030.

Veronezi, K. D. S. (2021). *Programa estratégico em comunicação para implementação local da Agenda 2030*: uma proposta para o desenvolvimento sustentável. Repositório UFSM <https://repositorio.ufsm.br/handle/1/22240>.

Práticas extensionistas em Comunicação na UFRN: as experiências da Agência Escola Fotec e do projetoTela Livre

Itamar de Morais NOBRE

Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Brasilitanobre@gmail.com

Ruy Alkmim ROCHA FILHO

Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Brasiljornalrocha@gmail.com

GI 2 - Atividades Extensionistas em Comunicação (Presencial e Remoto)

Palavras-chave: extensão; cidadania; emancipação.

Keywords: extension; citizenship; emancipation.

Apresentamos esse trabalho compreendendo que a extensão pode contribuir expressivamente para o processo ensino-aprendizagem e ao mesmo tempo fortalecer os laços entre comunidade e universidade, o que é notório. Nessa proposta trazemos dois projetos de extensão do Departamento de Comunicação Social, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, cujas ações em alguns momentos têm demonstrado a força das afinidades e parcerias, quando se trata de levar às comunidades o compromisso da Instituição de Ensino Superior com a melhoria da qualidade de vida e desenvolvimento social. Os dois projetos são a Agência Escola Fotec e a TV experimental Tela Livre, ações com longa continuidade. O projeto Agência Escola Fotec de Comunicação Experimental foi criado em 2004. Atualmente o projeto funciona em dois cenários: 1 – Na Universidade (UFRN) envolvendo alunos e alunas da Instituição, quer seja presencial, na sala de redação da Agência Escola Fotec ou também ou pela modalidade Home Office; 2 – envolvendo alunos da Escola Municipal Profa. Maria Madalena Xavier de Andrade, zona norte de Natal. Já o projeto Tela Livre teve

início em 2010, propondo as seguintes atividades: 1- mostras, oficinas e outras atividades formativas na UFRN; 2- mostras, oficinas e aulas de campo em escolas e comunidades, tais como Escola Estadual Clara Camarão, Escola Estadual Edgar Barbosa e na Cidade de São Miguel do Gostoso. O tema central do trabalho é a prática da extensão universitária como um cenário no qual possamos praticar o ensino, a pesquisa e a extensão, com o objetivo de refletir sobre as ações de uma escola prática experimental, de jornalismo e audiovisual, que existe tanto para contribuir com a formação técnica e profissional de alunos da UFRN, como sendo uma provocação para alunos das escolas públicas a fim de desenvolverem ações práticas educativas, funcionando até como tema transversal, para além de semear ativistas midiáticos escolares-sociais-populares com condições de criar um discurso midiático sobre o seu contexto social a partir do seu cotidiano; e fomentar a busca pelo desenvolvimento humano social, a cidadania e emancipação social, através de práticas e reflexões, cuja centralidade é a comunicação social, seguindo orientações da ONU – Organização das Nações Unidas, com base nos seus objetivos de desenvolvimento sustentável, priorizando os objetivos 4 e 10, quais sejam: Educação de qualidade - Assegurar a educação inclusiva, e equitativa e de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos; Redução das desigualdades - Reduzir as desigualdades dentro dos países e entre eles. O estudo parte de referenciais teóricos metodologia com base na Educomunicação (CITELLI; COSTA, 2011), Pesquisa-ação (THIOLLENT, 2005), estudos da decolonialidade (FREIRE, 1980), (LANDER, 2005); comunicação, cidadania e educação (DEWEY, 2007), (SODRÉ, 2001); (BARBOSA, FERNANDES,
MORAIS, 2009). Os principais resultados, reflexões e conclusões mais importantes têm sido a realização de oficinas nos campos necessários para prática durante os projetos tais como pauta, produção de notícias, linguagem fotográfica e fotojornalística, linguagem audiovisual, cinema e educação, edição em computador e smartphone, para além das práticas de campo iniciais. Nas produções de alunos
da UFRN, os conteúdos são publicados no site e perfis do projeto: site: https://agenciafotec.com.br/, Instagram - https://www.instagram.com/fotec/, canal do Youtube: https://www.youtube.com/user/AgenciaFotec, Facebook: https://www.facebook.com/AgenciaFotec/?locale=pt_BR. Nas produções de alunosda Escola Municipal, por enquanto os conteúdos são publicados somente noInstagram: https://www.instagram.com/amecomunica/. Já as produções da TVExperimental Tela Livre podem ser vistas nas seguintes plataformas: https://www.instagram.com/projetotelalivre/

https://www.youtube.com/@projetotelalivre e https://www.facebook.com/telalivre. Os projetos funcionam como uma vitrine e um laboratório experimental. Os alunos da UFRN participantes utilizam as suas produções como portfólio em apresentações quando buscam estágios ou outros trabalhos na área. Para, além disso, os que participam como monitores têm desenvolvido atividades de ensino ao ministrar oficinas, despertando a vocação para docente na área, como também estão desenvolvendo a ideia para a realização do TCC – Trabalho de Conclusão de Curso sobre as ações do Projeto. Os alunos da escola pública têm melhorado os seus desempenhos e relacionamentos dentro da escola, melhorado a sua autoestima e ampliado o seus laços de amizades por terem mais visibilidades tanto pela direção como pelos amigos. No caso da Agência Fotec, como existem dois professores envolvidos no projeto, um de Artes e outro de Português, há uma maior dinâmica de aceitação e desenvolvimento do projeto,o que tem melhorado a escrita, redução da timidez e contribuído para que os alunos gostem de passar mais tempo na escola. Já no âmbito do projeto Tela Livre, foram estabelecidas parcerias com o projeto de extensão Mostra Monstra e com a Mostra de Cinema de Gostoso, no município litorâneo de São Miguel do Gostoso. Durante o festival, foram realizadas aulas de campo com estudantes da UFRN, rodas de conversa e oficinas com professores da rede pública do município. As breves conclusões que apresentamos vêm das observações do mercado, no qual constam ex-alunos que participaram dos dois projetos. Eles são contratados e ocupam com mais facilidade vagas oferecidas quer seja para estágios, enquanto estudantes ou vagas para profissionais já diplomados, o que nos leva a crer na relevância acadêmica dessas ações extensionistas. Alguns deles têm seguido a carreira acadêmica, cursando pós-graduação, sendo aprovados em concursos diversos, especialmente para exercer funções de docentes pesquisadores em Instituições de Ensino Superior. Quanto aos estudantes de escolas públicas participantes, observamos o interesse pela Universidade, um lugar antes visto como inalcançável por alguns, passando agora a fazer parte dos planos dos seus futuros. Observamos também avanços significativos na curricularização da extensão, ao aproximar a experiência extensionista com assuntos discutidos em disciplinas como Fotografia, TV 2, Documentário, Montagem e Edição e Linguagem Audiovisual.

REFERÊNCIAS:

Barbosa, M. Fernandes, M.; Morais, O. J. (2009). Comunicação, educação e cultura na era digital. São Paulo: Intercom.

Citelli, A; Costa M. C. (Org.) (2011). Educomunicação: construindo uma nova área deconhecimento. São Paulo: Paulinas.

Dewey; J (2007). Democracia e educação. Lisboa, Didática.

Freire, P. (1980). Pedagogia do oprimido. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

Lander, E. (org) (2005). A colonialidade do saber: eurocentrismo e ciências sociais. Perspectivas latinoamericanas. Colección Sur Sur, CLACSO, Ciudad Autônoma de Buenos Aires.

Sodré, M (2012). Reinventando a educação: diversidade, descolonização e redes. Petrópolis: Vozes.

Thiollent, M.(1986). Metodologia da Pesquisa-Ação. São Paulo: Cortez.

Consultoria Publicitária para Instituições sem fins lucrativos.

Advertising Consultancy for Nonprofit Organizations.

Karla Regina Macena Pereira Patriota
Universidade Federal de Pernambuco – Brasil
karla.patriota@ufpe.br

GI 2 – Atividades Extensionistas em Comunicação

Palavras-chave: Planejamento Publicitário; Organizações não Governamentais; Extensão Universitária.
Keywords: Advertising Planning; Non-Governmental Organizations; University Extension.

1. Tema Central

Segundo Chauí (2001), a universidade emerge como uma instituição social intrinsecamente entrelaçada com o tecido social que a engloba, "ela realiza e exprime de modo determinado a sociedade de que é e faz parte", não se apresentando como "uma realidade separada e sim uma expressão historicamente determinada de uma sociedade determinada" (CHAUÍ, 2001, p.35). Tal abordagem nos provoca a refletir sobre os alicerces que estruturam essas interações sociais e como elas se constituem no âmago do ensino superior em nosso país.

Não negamos que, nesse sentido, é inclusive algo amplamente reconhecido, quase como uma convicção geral, que Projetos de Extensão Universitária tenham como princípio a integração da comunidade acadêmica interna com a comunidade externa, de modo a resultar em mudanças positivas e eficazes na sociedade e em consonância com as esferas de pesquisa e ensino. Assim sendo, ao promover tal integração, "estamos (re)produzindo um conhecimento de suma importância: um conhecimento que viabiliza a relação transformadora entre a Universidade e a Sociedade e vice-versa" (MENEGON et al, 2015, p.5).

Em paralelo, a nosso ver, essa integração também possibilita a aplicação prática dos conteúdos ministrados ao longo dos diversos semestres e disciplinas do curso relacionado ao projeto, isso porque, como assinalam os autores, a extensão universitária é a "práxis de um conhecimento acadêmico que não se basta em si mesmo", mas se ancora "numa troca de saberes executada entre representantes sociais que produzem os saberes populares e pesquisadores acadêmicos que têm como objetivo produzir e aplicar ciência" (MENEGON et al 2015, p.5-6)

É, portanto, com o caminho pavimentado nessa direção, que surgiu, já em 2002 (inicialmente em uma Instituição de Ensino Superior - IES privada), as bases do Projeto de Extensão Universitária

“Consultoria Publicitária para Instituições sem fins lucrativos” no âmbito na Universidade Federal de Pernambuco - UFPE. Nele, nos propomos a desenvolver ações de extensão no campo da Publicidade e Propaganda, atendendo diversas instituições civis sem fins lucrativos, incluindo ONGs, associações, coletivos e instituições públicas e/ou comunitárias.

2. Objetivos

Em termos mais gerais, os objetivos basilares desta iniciativa extensionista é ajudar tecnicamente, através de ferramentas e estratégias publicitárias, na divulgação das causas e objetivos das organizações, fortalecendo suas presenças junto aos seus *stakeholders* (público-alvo, sociedade civil e comunidade atendida por elas).

Para isso, o Projeto oferece, para quatro instituições ao ano, consultoria em comunicação publicitária, planejamento estratégico, criação de peças e produtos criativos, fazendo com que as instituições atendidas, adicionalmente, recebam dois tipos de suportes: 1. Pedagógico - através de ensino complementar e por meio de tutoriais para a continuidade do trabalho após a consultoria; e 2. Operacional, com soluções efetivas que ampliam a divulgação das suas causas, envolvam a comunidade e estimulem a captação de recursos financeiros ou materiais e/ou engajamento de voluntários.

Desse modo, a atuação dos estudantes na elaboração dos projetos de comunicação está intrinsecamente ligada à construção de uma sociedade mais participativa, inclusiva e comprometida com a transformação social. Em paralelo, o Projeto objetiva fortalecer competências técnicas e científicas entre os estudantes envolvidos, criando um ambiente propício ao desenvolvimento e aprimoramento de habilidades essenciais da prática publicitária.

3. Caracterização e breve discussão teórica.

Como resposta à inquietação que motivou o Projeto “Consultoria Publicitária para Instituições sem fins lucrativos”, e em diálogo com a ideia de que ‘o ato de ensinar’ extrapola a mera transferência de saberes (FREIRE, 2016), partimos do princípio de que a proposta desta extensão universitária é ser um potente instrumento, não só para que os estudantes de Publicidade e Propaganda expandam a sua compreensão sobre o campo de atuação dos publicitários, mas também possam erigir alicerces para os conceitos e teorias absorvidos durante as instâncias pedagógicas, enriquecendo o processo de aprendizagem por meio da imersão em aplicações práticas.

No campo publicitário, o Projeto “Consultoria Publicitária para Instituições sem fins lucrativos”, opera os distintos paradigmas publicitários que orientam o planejamento e a criação publicitária (EGUIZÁBAL, 1998). Assim, dependendo das escolhas criativas, o lugar de partida, para

provocar uma percepção original, adequada (ao produto ou serviço) e cognitivamente simples de ser entendida pelo público-alvo, traz resultados significativamente diferentes. Por isso, o desenvolvimento conceitual, bem como todo o referencial teórico a que se aplica o projeto em pauta, leva em consideração aportes metodológicos e teorias que são importantes no processo, entre eles, os estudos de planejamento de campanhas publicitárias de Roberto Correa (1998), Marcélia Lupetti (2002, 2003), Marcelo Públio (2012) e Paulo Tamanaha (2004).

No contexto específico do planejamento para organizações não lucrativas, insurge a sua função inerente de amalgamar esforços com o intuito de alcançar metas e mitigar possíveis fracassos. Nesse contexto, a estrutura teórica subjacente ao projeto se estabelece sobre os pilares da comunicação estratégica diante do panorama contemporâneo do mercado. Cenário que se caracteriza por uma atenção notadamente fragmentada, uma sociedade intricadamente interconectada e uma profusão ininterrupta de apelos comunicativos.

Assim, torna-se imperativo reconhecer que a comunicação não mais pode subsistir como um ente isolado, mas antes se integra em um todo coerente como um catalisador essencial para o sucesso de toda e qualquer organização, uma espécie de farol orientador, direcionando o percurso que se pretende trilhar para a consecução dos objetivos almejados pelas instituições atendidas nessa iniciativa extensionista.

4. Síntese dos resultados, reflexões e conclusões

O projeto em pauta trabalha para promover um impacto social significativo, ao mesmo tempo em que contribui para a formação integral dos estudantes e fortalece a interação entre teoria e prática no campo da Publicidade e Propaganda. Adicionalmente esta ação extensionista tem construído uma ponte sólida entre a academia e a sociedade, tendo como horizonte o propósito de melhorar a vida das pessoas e comunidades por meio da comunicação publicitária responsável e ética.

Por fim, há quase 20 anos, se distingue pela aplicação de abordagens articuladas, culminando em resultados técnicos de elevada pertinência e impacto social, ao passo que fortalece a formação integral dos estudantes e reforça a importância da interação entre teoria e prática no campo da Publicidade e Propaganda.

5. Referências

CHAUÍ, Marilena. **Escritos sobre a universidade**. São Paulo: Unesp, 2001.

CHAVES-GAMBOA, Márcia; GAMBOA, Sílvio; TAFAREL, Celi. **Prática de ensino**: formação profissional e emancipação. Maceió: EDUFAL, 2000.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia**: saberes necessários à prática educativa. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

CORRÊA, Roberto. **Planejamento de Propaganda**. 6. ed. São Paulo: Global, 1998.

EGUIZÁBAL, Raúl. **História de la Publicidad**. Madrid: Eresma, 1998.

LUPETTI, Marcélia. **Planejamento de Comunicação**. São Paulo: Futura, 2002.

LUPETTI, Marcélia. **Administração em publicidade**: a verdadeira alma do negócio 2ª Ed; São Paulo: Cengage Learning, 2010.

MENEGON, Rodrigo; LIMA, Márcia; LIMA, José Milton; ROMERO, Luiz. **A importância dos projetos de extensão no processo de formação inicial de professores de educação física**. Disponível em: https://www.marilia.unesp.br/Home/Eventos/2015/jornadadonucleo/a-importancia-dos-projetos-de-extensao.pdf. Acesso em 12 ago. 2023.

TAMANAHA, Paulo. **Curso de Propaganda**: do Anúncio à Comunicação Integrada. São Paulo: Atlas, 2004.

PÚBLIO, Marcelo. **Como Planejar e Executar uma Campanha de Propaganda**. São Paulo: Atlas, 2012.

II guia rápido “vamos falar de cuidados paliativos?”: informações e orientações ao público de voluntários em ambiente hospitalar

II quick guide “will we talk about palliative care?”: information and guidants to the public of volunteers in hospital environment

RABÊLO, Melissa Silva Moreira[1];
RIBEIRO, Ramirio Costa[2];
PEREIRA, Lívia Yanca Ferraz[3]
Grupo de Pesquisa e Extensão em Comunicação e Saúde - GPECS
Universidade Federal do Maranhão, São Luís, MA, Brasil
melissa.rabelo@ufma.br

Grupo de Interesse 2 - Atividades de Extensão em Comunicação

Palavras-Chave: comunicação; saúde; paliativos.
Keywords: communication; health; palliatives.

INTRODUÇÃO

O II Guia Rápido de Cuidados Paliativos é uma das atividades desenvolvidas pelo projeto de extensão “II Todos somos voluntários: abc do Câncer”[4], e apresenta como a comunicação em saúde possui extrema relevância em vários contextos e áreas. A pesquisa enfatiza como o uso de estratégias de comunicação podem informar sobre as ameaças à saúde, e para esse objetivo é necessário um planejamento junto aos profissionais da saúde, pacientes, voluntários, etc. Para tornar os cuidados paliativos mais compreensíveis e acessíveis, são utilizadas diversas formas de comunicação, considerando que muitas vezes esta é imprecisa ou mesmo ambígua para o paciente. A partir da necessidade da criação de estratégias de comunicação eficazes, a pesquisa aponta o desenvolvimento e aplicação de instrumentos e canais adequados de informações para os voluntários da Fundação Antônio Dino, a fim de promover diálogo e entendimento das necessidades do paciente.

MÉTODOS

Pesquisa realizada na Fundação Antonio Dino, em São Luís/MA - Brasil, fundamentada em uma vasta pesquisa bibliográfica e documental sobre os cuidados paliativos, essencial para embasar todo o material produzido. O foco da pesquisa são os voluntários da Fundação que atuam junto aos pacientes oncológicos que recebem cuidados paliativos. Com o objetivo de avaliar o grau de conhecimento do grupo ativo de voluntários sobre os cuidados paliativos, houve a aplicação de formulário de pesquisa aos voluntários, realizado entre os dias 20 a 27 de julho de 2021. Após análise dos resultados, o grupo desenvolveu e aplicou o II Guia Rápido através do compartilhamento de cards em PDF e áudios via aplicativos de mensagens, e a sua

[1] Mestre e Doutora em Políticas Públicas pela UFMA/Professora adjunta no Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão - UFMA, São Luís, MA. E-mail: melissa.rabelo@ufma.br
[2] Profissional de Relações Públicas pela Universidade Federal do Maranhão – UFMA/Mestrando no programa de graduação em Comunicação – Mestrado profissional. E-mail: ramirio.ribeiro@discente.ufma.br
[3] Graduanda do 7º período do curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Maranhão - UFMA, São Luís, MA. E-mail: livia.yanca@discente.ufma.br
[4] O referido projeto tem a coordenação da Profa. Dra. Melissa Moreira Rabêlo e contou com a participação das alunas bolsistas Juliana Reyjane Conceição Mota e Thisciane Alves Santos e dos alunos voluntários Adson Mendes, Ingrid Gabrielly Sousa Leitão, Juliana Karen Sousa Leitão, Lorena Cavalcante, Sara Barros Oliveira, Ramirio Costa Ribeiro, Rayra Guimarães e Sofia Yasmin, todos da Universidade Federal do Maranhão.

avaliação de eficiência foi realizada no período de 15 a 27 de agosto de 2022, por meio da pesquisa de opinião realizada pelo Google Forms.

RESULTADOS

Com 87 respostas, a pesquisa de opinião identificou que mais de 92% dos voluntários é do sexo feminino, com mais de 55 anos (40%), com nível superior (67,1%), sendo 41,2% solteiro e 40% são casados. Quando perguntados sobre os cuidados paliativos, 85% disseram que já ouviram falar na temática, e 69% reconhecem a importância dos cuidados paliativos. No entanto, quando perguntado sobre o papel dos voluntários na rede de apoio dos cuidados paliativos, 56% disseram que os voluntários não estariam inclusos. Diante desses dados, o projeto identificou a necessidade de orientação e informações mais precisas sobre esses cuidados através do desenvolvimento do II Guia Rápido. Após a tabulação dos dados obtidos com a pesquisa, o material que possibilitou maior entendimento a respeito dos cuidados paliativos foi o II Guia Rápido e que deu-se por meio do encaminhado em PDF. Assim, 85,7% dos voluntários afirmaram que o canal foi eficaz, e 100% afirmaram a satisfação com o horário que o material foi enviado. Na atribuição de nota para as informações fornecidas nas peças de áudio (a máxima sendo 10), 50% atribuiu nota 10, 6% atribuiu nota 9 e 21,4% atribuiu nota 8.

CONCLUSÃO

Após a tabulação dos dados obtidos com a pesquisa, foi possível analisar de que forma o "II Guia Rápido" se mostrou eficiente e eficaz, conseguindo atender a comunidade externa, os voluntários da Fundação Antonio Dino, além de promover conhecimento e prática para alunos extensionistas, bolsistas e voluntários.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos à Fundação Antonio Dino, mantenedora do Hospital do Câncer Aldenora Belo, na pessoa da Alice Dino, que sempre esteve disposta a contribuir, assim como aberta às demandas do projeto e às ideias da equipe ao longo desses cinco anos de parceria. Oferecemos ainda nossos esforços e ensinamentos a todos os voluntários, que além de realizarem um trabalho imprescindível de apoio e orientação, também praticam o amor em todos os instantes. Emanamos, ainda, nossos melhores sentimentos a todos os pacientes que estão na luta contra o câncer e enfrentam um dia-a-dia de incertezas e angústias, mas com convicção da cura.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, IS. CARDOSO, JM. **Comunicação e Saúde**. Rio de Janeiro, RJ: Editora FIOCRUZ, 2007.

CÂNCER, o que é. **Instituto Nacional de Câncer José Alencar Gomes da Silva**. Disponível em: http://www1.inca.gov.br/conteudo_view.asp?id=322. Acesso em: 10 ago. 2023.

GONÇALVES, Hugo Carvalho Barros **Trabalho voluntário em hospitais de referência em cuidados paliativos: o cenário no sistema público do Distrito Federal** / TCC de especialização – Brasília, 2018. 49 f.: il.

INCA. **Comunicação, uma estratégia contra o câncer**. Rede Câncer, Rio de Janeiro, ed. 36, dez. 2016.

Manual de Cuidados Paliativos ANCP. **Academia Nacional de Cuidados Paliativos,** 2012. Disponível em: http://biblioteca.cofen.gov.br/wp-content/uploads/2017/05/Manual-de-cuidados-paliativos-ANCP.pdf. Acesso em: 20 ago. 2023.

O que são Cuidados Paliativos. **Academia Nacional de Cuidados Paliativos.** Disponível em: https://www.paliativo.org.br/cuidados-paliativos/o-que-sao/. Acesso em: 20 ago. 2023.
ROSA, Helaine Abreu. **Planejamento estratégico de Relações Públicas**. Disponível em: http://aplicweb.feevale.br/site/files/documentos/pdf/27846.pdf#page=71. Acesso em: 07 jul. 2023
TEIXEIRA, José A. Carvalho. **Comunicação e cuidados de saúde: desafios para a pscologia da saúde.** Análise psicológica, 14(1), 135-139, 1996.

Orientações em sala e por podcast sobre cuidados com uso de plataformas de redes social por crianças e adolescentes em Santana do Ipanema-AL

Classroom and podcast guidelines on care with the use of social networkingplatforms by children and adolescents in Santana do Ipanema-AL

Santos, Anderson David Gomes dos
anderson.gomes@santana.ufal.br
Alexandre, Eduardo Jorge Lima
eduardo.alexandre@delmiro.ufal.br
Aquino, Maria José Pereira
maria.aquino@delmiro.ufal.br
Sousa, Francisco Gabriel Rodrigues de
gabriel.sousa0179@gmail.com
Universidade Federal de Alagoas, Brasil

Grupo de Interesse 2: Atividades Extensionistas em Comunicação

Palavras-chave: Podcast; mídias sociais; educomunicação.
Keywords: Podcast; social media; educommunication.

RESUMO

A disseminação e popularização da internet e os avanços que esta tem apresentado nas duas últimas décadas, que permitem uma aproximação ainda maior com os acontecimentos, transmitindo muitas vezes em tempo real falas e imagens, constituem-se como elementos vitais no funcionamento e na rotina de diferentes profissões.

Entretanto, junto a isso, um conjunto de problemas se acentua, como pôde ser visto, inclusive, com a desinformação espalhada durante a pandemia da Covid-19 no Brasil. Assim como, um problema cada vez mais comum no semiárido alagoano, com o crescimento do bullying virtual, que vem de relatos de estudantes da Unidade Educacional Santana do Ipanema da Universidade Federal de Alagoas (UFAL), que moram em distintas cidades desta microrregião.

A partir deste cenário, numa tentativa de tornar o uso da internet um lugar para troca de informações úteis e, especialmente, um ambiente amigável para todos os usuários, desenvolveu-se em 2016-2017, 2018-2019 e em 2022 três etapas de projetos de extensão em instituições de ensino públicas de ensino de Santana do Ipanema-AL.

Neste resumo, descreveremos o último deles, que ocorreu em parceria com o campus Santana do Ipanema do Instituto Federal de Alagoas (IFAL), no segundo semestre de 2022, cujo nome foi: “Orientações sobre cuidados com o uso de plataformas de rede social por crianças e adolescentes”.

Tomou-se como base para abordagem metodológica o entendimento apresentado por

Guzzi (2015) de "aprendizagem conectada", que busca utilizar as ferramentas tecnológicas também do ponto de vista de aquisição de conhecimentos, muito comum no entendimento de educomunicação. Outra base importantíssima foi o pensamento freireano, entendendo que é necessário investir numa educação voltada à reflexão e à experiência a partir do cotidiano (Freire, 1996).

As atividades desenvolvidas foram: aplicação de questionário sob formato de pesquisa de opinião, execução de palestras com algumas turmas do IFAL e uma turma da UFAL e a elaboração da segunda temporada do podcast "EDUC-E - Educação, Desenvolvimento, Economia e Comunicação para uso de mídias sociais", criado na versão anterior do projeto. Perpassava-se, assim, diferentes esferas de educação e difusão do conhecimento sobre a utilização de sites de redes sociais.

Aplicou-se ainda questionários antes das palestras, que serviram para ajudar a identificar possíveis problemas nos usos de plataformas de rede social pelo público-alvo, de maneira a construir aulas mais direcionadas em outras etapas do projeto no futuro. Isso serviu também para aprimorar práticas de coleta e análise de dados quantitativos.

A primeira aula foi realizada na turma do 1º período de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Alagoas, dentro da disciplina de Comunicação e Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação. O objetivo era testar o formato da apresentação, ainda que um pouco mais resumida, numa turma de disciplina ligada aos assuntos do projeto, antes de ir à prática no Ensino Médio.

Após isso, a partir da disponibilidade da instituição parceira, apresentamos aulas nas seguintes turmas do IFAL: duas turmas de 1º ano e uma de 2º ano de Administração; e uma turma de 1º ano de Agropecuária.

A partir da construção teórico-metodológica, para a segunda temporada do EDUC-E, foram selecionados quatro temas que foram pensadose articulados pelo professor e estudantes a partir da vivência nas instituições.

O primeiro tema tratado foi o “Internetês”, a linguagem que cada vez mais se especifica para o uso em ferramentas comunicacionais da internet, o que pode gerar problemas. Sendo assim, percebemos a necessidade de sua análise e discussão, trazendo exemplos do quanto determinada forma de escrita pode ser complicada de ser entendida.

Como segunda temática, expomos as problemáticas do “Deepfake”, técnica de falsificação de informações a partir da colocação de rostos de pessoas famosas em situações comprometedoras, algo que, com o avanço da tecnologia digital e das estratégias de desinformação para a disputa política, torna-se cada vez mais frequente.

Em nosso terceiro tópico, intitulado “Deve-se proibir ou não o uso da internet por crianças e adolescentes?”, trabalhamos a partir de Guzzi (2012). Pretendia-se auxiliar na

discussão sobre como responsáveis poderiam acompanhar o uso de internet sem precisar ir para a proibição ou vigilância totais, respeitando a autonomia de quem é menor de idade, mas também sem deixar aberto a diversos tipos de vulnerabilidade possíveis.

Como quarto e último episódio, realizamos uma espécie de "Relatório Sonoro", onde professor e alunos puderam compartilhar suas experiências e aprendizados obtidos ao longo do projeto, servindo como referência para quem, porventura, queira aprimorar a metodologia utilizada nas diferentes fases do projeto de extensão para o conteúdo de internet.

O podcast foi uma ferramenta extra, que possibilitou um maior alcance diante de diversos temas de extrema importância para quaisquer usuários das ferramentas tecnológicas/digitais, como também enriqueceu a bagagem educacional dos membros deste trabalho.

Em síntese, considerando o poder de difusão das atividades desenvolvidas, acredita-se que esse projeto contribuiu para os alunos do IFAL e da UFAL, especialmente aqueles que estavam envolvidos diretamente como equipe de trabalho, que praticaram diferentes possibilidades de preparação e apresentação de conteúdo de maneira coletiva.

Conteúdo este que permite-nos refletir como crianças e adolescentes desta nova geração são vistos pela sociedade, assim como, apesar de terem acesso a toda essa tecnologia, que nem todos sabem utilizar tais ferramentas de maneira segura.

REFERÊNCIAS

Fantin, M. (2016) "Nativos e imigrantes digitais" em questão: crianças e competências midiáticas na escola. *Passagens, 7*(1), 5-26.

Freire, P. (1996). *Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa*. Paz e Terra.

Fruet, F. S. (2009). O. et al. Internetês: ameaça à ou evolução na Língua Portuguesa. *Revista daAnpoll, 1*(26), 2009. DOI: 10.18309/anp.v1i26.131.

Guzzi, D. (2015). Proibir, vigiar ou regrar o uso das redes sociais por crianças? In A. F. Barbosa (Org.). *Pesquisa sobre o uso da internet por crianças e adolescentes no Brasil* pp. 47-52). Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2015. Recuperado em 5 de setembro de 2023, de https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_Kids_2014_livro_eletronico.pdf.

Recuero, R. (2012). *A Conversação em rede. Comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet*. Sulina.

Rüdiger, F. (2015). As redes e a armação: Da cultura do narcisismo ao fetichismo tecnológico. In M. I. V. de Lopes, & M. K. Kunsch (Orgs.). *Comunicação, cultura e mídias sociais*

(pp. 33-56). ECA-USP.

Seibt, T., & Gehrke, M. (2021). *Postar ou não: guia para entender e combater a desinformação*. Afonte/Goethe. Recuperado em 5 de setembro de 2023 de: https://www.postarounao.com.br/ebook/.

GI 3 – “Comunicação Audiovisual”

Estratégias de Campanha e alianças políticas nas eleições para Governador na Paraíba: um estudo empírico sobre a polarização nas eleições de 2022

Campaign strategies and political alliances in the elections for Governor in Paraíba: an empirical study on polarization in the 2022 elections

Renata Caleffi[1]
Renatha Giordani[2]

GI 3 - Comunicação audiovisual (Remoto)

Palavras-chave: HPGE, Eleições Estaduais, Comunicação.
Keywords: HGPE, State Elections, Communication.

Introdução

A pesquisa aborda as eleições para o governo do estado da Paraíba em 2022, enfocando os aspectos-chave das estratégias de campanha, alianças políticas e desempenho dos candidatos João Azevedo (PSB), Pedro Cunha Lima (PSDB), Nilvan Ferreira (PL) e Veneziano Vital do Rêgo (MDB). Destaque para como esses candidatos buscaram estabelecer laços com as candidaturas presidenciais e demonstrar proximidade (ou não) ideológica com Lula e Bolsonaro, refletindo o cenário político polarizado das eleições nacionais.

A partir dos dados e da análise é possível compreender as alianças formadas. A análise inclui o papel das pesquisas de intenção de voto na antecipação de resultados, a importância das estratégias de comunicação, a dinâmica das alianças e a influência do apoio de figuras políticas nacionais nas eleições estaduais.

O estudo

O Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), embora tenha diminuído o destaque, muito em decorrência da utilização massiva das redes sociais, ainda é um instrumento para informação e conhecimento das candidaturas. Para Panke e Cervi (2011), o guia dá aos candidatos a chance de visibilidade para a população que ainda consome, majoritariamente, televisão, além de cumprir com a função informativa, servindo como

[1] Docente do Curso de Comunicação Social da Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro). Pos-doutoranda em Comunicação pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Doutora em Políticas Públicas (UFPR). Mestra em Comunicação (UFPR). Bacharel em Comunicação Social, Jornalismo (Unicentro). recaleffi88@gmail.com.
[2] Jornalista, mestre e doutoranda em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Bacharel em Jornalismo (UNICENTRO). renathagiordani@gmail.com

construtora ou desconstrutora das imagens políticas. Por fim, também consegue mostrar aos eleitores o momento da eleição, iniciando todo o embate político do período.

Usando da metodologia do Grupo de Pesquisa de Comunicação Eleitoral da UFPR, analisando sistematicamente os conteúdos do HGPE dos candidatos selecionados, essa pesquisa, através de análise quanti e qualitativa, demonstra todo o jogo político que aconteceu em 2022 nas eleições paraibanas, com destaque para a busca do apoio do candidato petista à presidência, Lula; a baixa influência de Bolsonaro; e, em especial, a ida ao segundo turno dos dois candidatos que não tinham apoio de nenhum dos dois principais presidenciáveis.Foram analisados dois programas por semana de cada candidato, totalizando 11 programas.

Principais resultados, reflexões e conclusões

As eleições brasileiras foram marcadas pela polarização, fato esse que teve impacto muito reduzido na disputa eleitoral para o governo da Paraíba, especialmente no primeiro turno. Isso porque, os dois candidatos que assumiram a disputa não contaram com o apoio de Lula e Bolsonaro declaradamente.

Enquanto os presidenciáveis disputavam a corrida pela terceira colocação, João Azevedo e Pedro Cunha Lima se esforçaram em uma campanha que colocou em dualidade a experiência do então governador contra a juventude do candidato adversário. O HGPE mostrou, de um lado, todas as obras e políticas públicas implementadas pelo governador João, com presença forte do candidato a vice Lucas Ribeiro (e também muito jovem, nas palavras do próprio candidato). Alckmin, candidato a vice-presidente na chapa de Lula, e do mesmo partido de João, apesar de aparecer no primeiro programa eleitoral, não foi mais incluído nos programas depois de Lula apoiar publicamente o senador e candidato Veneziano Vital do Rêgo, que trazia a petista Maísa Cartaxo (PT) na chapa como vice.

Do outro lado, Cunha Lima aparecia atacando as decisões do governador e mostrando o quanto a administração pública errava na governança. O candidato deixou a entender, por vários momentos, que havia corrupção e má-gestão financeira dos recursos públicos. Outro fator importante é que o candidato a vice-governador, ex-deputado Domiciano Cabral, não aparece nas propagandas eleitorais. Ele mostrava sua própria juventude, trabalho de excelência (nas palavras do candidato) como deputado mais bem avaliado da Paraíba e como o nome para mudar o estado. Sem apoios decisivos para a candidatura, Pedro cita o governo federal apenas em uma de suas mensagens, destacando que, diferentemente de seus adversários, não terá barreiras com nenhum dos presidenciáveis.

Na terceira colocação, impulsionado pela onda bolsonarista, Nilvan Ferreira apresentou um programa com muitos dos estereótipos da chapa, incluindo a mensagem: "Deus, Pátria e Família".

Perceber que nenhum dos candidatos que foram ao segundo turno tiveram apoio oficial dos candidatos Lula e Bolsonaro tira a Paraíba do centro das atenções de um país dividido e inflamado pela lógica da polarização. Muito porque, ambos os presidenciáveis não conseguiram confirmar a influência nas escolhas dos eleitores para o estado.

A própria comparação da votação de Lula e Bolsonaro nas urnas mostra distanciamento da realidade nacional. No primeiro turno, Lula obteve 64,21% (1.554.868 votos), contra 29,62% (717.416 votos) de Bolsonaro. A disputa nacional mostra percentuais muito mais aproximados: Lula tem 48,43% (57.257.473 votos) e Bolsonaro 43,20% (51.071.106 votos).

Com a promessa de maior acirramento, tanto em nível estadual quanto nacional, novos passos foram dados no segundo turno. Terceiro colocado na disputa, Nilvan decide ficar neutro, alegando que não concorda com o palanque de Cunha Lima, ao contrário de Veneziano, que o apoiou. O presidenciável Lula, que antes apoiava Veneziano, declara apoio a João Azevedo por meio de um vídeo publicado nas redes sociais. Numa mensagem direcionada ao povo paraibano, o petista diz que João vai ser parceiro de verdade e pede votos para a reeleição do governador.

Cunha Lima não declarou apoio a Bolsonaro, como esperado, mas obteve adesões importantes da ala bolsonarista, incluindo pastor Sérgio Queiroz (PRTB) e Cabo Gilberto (PL). Enquanto João e Cunha Lima buscavam conquistar o eleitorado, nas ruas era possível encontrar faixas, adesivos e até comitês que indicavam a diversidade. Em Campina Grande, por exemplo, foi inaugurado o Comitê Pedro, Veneziano e Lula. Já em João Pessoa, existia uma “campanha paralela” que associava João a Bolsonaro. Os simpatizantes de Azevedo e Cunha Lima demonstraram empenho localmente, mas nem sempre o voto era óbvio.

O distanciamento tácito entre as campanhas reforça a ideia de formação de um discurso público mais adequado a cada eleitorado. Em eleições regionais, que tendem a ter candidatos descolados do nacional, há um potencial de fragmentação e autonomia dos discursos entre os candidatos e coligações.

A presente análise propicia a compreensão acerca da construção de imagens públicas em sociedades de caráter democrático e intrinsecamente complexas. Viabiliza a elucidação quanto à seleção de pautas e enquadramentos em determinadas regiões que usualmente não são contempladas por estudos da ciência política e comunicação.

Referências

GESTEIRA, Felipe. Pedro Cunha Lima Bolsonaro. 4 de agosto de 2022. <https://www.termometrodapolitica.com.br/colunas/pedro-cunha-lima-bolsonaro/> Acesso em 6 mar 2023.

MELODY, Luana. Lula declara apoio a Veneziano, pré-candidato do MDB ao governo da Paraíba, 2 de agosto de 2022 <https://www.otempo.com.br/politica/lula-declara-apoio-a-veneziano-pre-candidato-do-mdb-ao-governo-da-paraiba-1.2709623L > Acesso em 27 fev. 2023

PANKE, L. CERVI, E. Análise da comunicação eleitoral: uma proposta metodológica para os estudos do HGPE. Revista Contemporânea comunicação e cultura - vol.09 – n.03 – setembro-dezembro 2011.

PEREIRA, E. Instituto Datavox e o Portal PB Agora divulgam pesquisa para o governo da Paraíba: veja números. 18 de agosto de 2022. Disponível em https://www.paraibanoticia.net.br/instituto-datavox-e-o-portal-pbagora-divulga-pesquisa-para-o-governo-da-paraiba-veja-os-numeros/>. Acesso em 25 de fev 2023.

PESQUISA Ipec na Paraíba: João tem 32%, Pedro, 16%, Nilvan, 15%, Veneziano, 14%. (G1 Paraíba). 29/08/2022. Disponível em <https://g1.globo.com/pb/paraiba/eleicoes/2022/noticia/2022/08/29/pesquisa-ipec-governador-da-paraiba.ghtml> Acesso em 23 fev de 2023.

PESQUISA Ipec na Paraíba: João tem 35%, Pedro, 20%, Veneziano, 15%, Nilvan, 14% (G1 Paraíba). 29/08/2022. Disponível em <https://g1.globo.com/pb/paraiba/eleicoes/2022/noticia/2022/09/22/nova-pesquisa-ipec-governador-paraiba.ghtml> Acesso em 23 fev de 2023.

Fontes, estereótipos e construção simbólica: uma análise das escolhas do Jornal Nacional

Sources, stereotypes and symbolic construction: an analysis of Jornal Nacional's choices

Caleffi, Renata.
Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro), Paraná - Brasil.
recaleffi88@gmail.com

Kulak, Sergio Marilson.
Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro), Paraná - Brasil.
sergiokulak@gmail.com

GI 03- Comunicação Audiovisual

Palavras-chave: Invisibilidade; Semiótica; Materialidade Audiovisual.

***Keywords**: Invisibility; Semiotics; Audiovisual Materiality.*

Introdução

A utilização de fontes especializadas em produtos de telejornalismo é fundamental para a efetivação de uma reportagem com os princípios éticos da profissão de jornalista. Entretanto, é comum que estas fontes apareçam, por vezes, de modo estereotipado, contribuindo para que a representação de determinados tipos de corpos não alcance os espaços de visibilidade na mídia, enquanto outros são perpetuados como pertencentes a canais marginalizados da sociedade.

Exemplos recorrentes dessa invisibilidade no telejornalismo são dos indivíduos de menor poder aquisitivo, muitas vezes periféricos, sendo representados como pessoas pretas, magras e com poucos cuidados em relação à sua condição. Do outro lado da moeda estão os estereótipos de profissionais liberais, que falam com autoridade sobre seu tema de atuação e tendem a ser indivíduos homens, caucasianos e de classe média alta, entre diversos outros paradigmas já consolidados.

Localmente, essa relação também é reforçada, mesmo em sociedades composta por pessoas de diferentes características. No Brasil, o último Censo Demográfico (2022) apontou uma população majoritariamente negra (54%), feminina (51,7%) e vivendo em áreas urbanas

(61%). Mas quanto dessa população aparece no telejornalismo e quanto a sua realidade é demonstrada?

É diante desse cenário e questionamento que a presente pesquisa investigou a exploração de fontes jornalísticas no telejornal Jornal Nacional, ainda o de maior alcance e audiência no país. Para tanto, o problema de pesquisa é "Como as reportagens do Jornal Nacional exploram os perfis de fontes para a composição de suas reportagens?". O corpus de análise é composto por seis edições do telejornal, exibidos entre os dias 14 a 19 de agosto de 2023.

A metodologia adotada parte de uma abordagem mista abordando tanto as noções quantitativas do que se considera a adoção de perfis estereotipados, como qualitativas, a partir da avaliação das relações de significado e de representação imbricadas nessas escolhas. A natureza do estudo é aplicada e os objetivos são classificados como exploratórios.Os procedimentos técnicos de análise advém dos estudos de Coutinho (2016), com a análise da materialidade audiovisual, que estabelecem a observação e avaliação das características e produtos audiovisuais com a união de texto, som, imagem, tempo e edição.

O corpus teórico é composto por estudos da semiótica de linha interpretativa peirceana, com base nos escritos de Charles Peirce (1993) e seus estudiosos, como Santaella (2000; 2018), Pires (2008) e Silveira (2007), e as teorias do jornalismo (Traquina, 2005; Genro Filho, 1987).

Estudo de caso

O jornalismo é considerado um dos pilares democráticos da sociedade moderna. Para Genro Filho (1987), essa perspectiva é construída porque é pelo jornalismo que diversas atividades humanossociais são constituídas. Mas, ao mesmo tempo, é pelo conteúdo trabalhado pela notícia que aparecem vários jogos de poder e contradições sociais do mundo. Em um universo de constante disputa, para o autor, contribui para que os indivíduos formem fragmentos da realidade que são apresentados pela notícia.

O que Genro Filho (1987) destaca é também uma constante relação de poderes e interesses que permeia o jornalismo, escancarado muitas vezes na escolha de assuntos, como também na seleção de fontes. Nesse ponto, silêncio, invisibilidade e preferência na seleção das fontes contribuem para um recorte parcial da sociedade.

No caso do Brasil, apesar de ser majoritariamente negro, feminino e concentrado em áreas urbanas, as fontes do telejornalismo não conseguem refletir a realidade das ruas. Signos de

potencial icônico são utilizados com pessoas humildes, evocando noções de vulnerabilidade/inferioridade, e reproduzindo padrões engessados no imaginário social, enquanto a exploração visual de autoridades no assunto, abusam de símbolos que representam conhecimento, força e poder. A produção de sentido acaba por reforçar estereótipos e contribuir para a perpetuação das diferenças existentes na sociedade, ressaltando o padrão de superioridade masculino e caucasiano, em detrimento de outras faixas populacionais.

No entanto, essa realidade vem mudando e o jornalismo passa a enxergar um Brasil mais plural, embora ainda extremamente concentrado no eixo Sul-Sudeste do país. Durante uma semana do mês de agosto de 2023, os pesquisadores acompanharam a produção dos conteúdos do Jornal Nacional, considerado um dos mais importantes conteúdos de telejornalismo brasileiros.

Um dos exemplos da construção de estereótipos pelo telejornalismo é encontrado na reportagem do dia 14 de agosto, intitulada "Aumenta a proporção de trabalhadores brasileiros com 40 anos ou mais". No conteúdo, mulheres são apenas personagens da notícia e, quando o tema precisa de uma voz especializada, caminha pelo reforço da palavra de dois homens especializados no tema, mas ambos são brancos, com média de idade entre 30 e 50 anos.

No dia 16, a reportagem "Frota de ônibus urbanos das capitais brasileiras é a mais antiga dos últimos 30 anos" é outra que reforça estereótipos, dessa vez das pessoas negras. Os três personagens do início da reportagem são pessoas negras. Depois, os dois entrevistados são o presidente da NTU (homem branco) e o diretor da FGV (homem branco). Ao fim da reportagem, uma professora mulher, não-negra, aparece para também dar um depoimento sobre o transporte público. Ou seja, novamente o telejornalismo constrói estereótipos marcados pelas diferenças sociais.

Por fim, a reportagem do dia 17 de agosto intitulada "Quase 180 mil crianças de 4 e 5 anos não frequentam a escola" confirma outros dois estereótipos de mulheres. O primeiro é que é ela a responsável pelo cuidado com a família, pois todo o conteúdo é composto apenas por mulheres. O segundo é que as mulheres negras são as "culpadas" pelo índice ruim do Brasil, pois elas precisam trabalhar e, por isso, não levam seus filhos para a escola.

Considerações Finais

Este resumo expandido demonstrou o quanto o telejornalismo ainda precisa avançar na escolha de fontes para deixar de reforçar estereótipos e, enfim, demonstrar a realidade de um país feminino, negro e urbano. Essa construção da informação de modo mais igualitário possibilitará uma reflexão compartilhada de discursos diferentes dos padronizados pelos meios até então. É uma forma de contar e recontar a realidade sendo incluído no processo da construção.

Referências (Até 200 caracteres)

Coutinho, I. (2016, september 05-09). *O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível* [Paper presentation]. XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, São Paulo. www.portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-3118-1.pdf.

Genro Filho, A. (1987). *O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo.* Porto Alegre: Tchê!.

Peirce, C. S. (1993). *Semiótica e Filosofia*. São Paulo: Cultrix.

Pires, J. B. (2008). Vida e obra de Charles Sanders Peirce e as bases para o estudo da linguagem fotográfica. *Discursos Fotográficos*, 4(4), pp. 145-160. doi: 10.5433/1984-7939.2008v4n4p145.

Santaella, L. (2000). *A teoria geral dos signos: como as linguagens significam as coisas*. São Paulo: Cengage Learning.

Santaella, L. (2018). *Semiótica aplicada*. São Paulo: Pioneira Thompson Learning.

Silveira, L. F. B. (2007). *Curso de Semiótica Geral*. Quartier Latin: São Paulo.

Traquina, N. (2005). *Teorias do Jornalismo*. Volume I: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular.

Formación profesional audiovisual y desempeño ocupacional en comunicadores sociales y periodistas[1]

Audiovisual professional training and occupational performance in social communicators and journalists

HERNANDO ALFONSO CERÓN CARLOSAMA
Comunicador Social y Periodista
Especialista en Comunicación y Creatividad para la Docencia
Magister en Educación (Universidad Surcolombiana) Colombia
hernando9229@hotmail.com

Grupo de Interés: GI 3

Palabras Clave:

Español	Inglés
1. Desempeño Ocupacional	Occupational Performance
2. Formación profesional	Professional Training
3. Regionalización en Educación	Regionalization in Education

[1] El Artículo nace de la investigación "Formación profesional audiovisual y desempeño ocupacional de los primeros graduados del programa de Comunicación Social y Periodismo dela USCO en la sede Pitalito (2018 – 2020)" realizada para optar el título de Magister en Educación en la Universidad Surcolombiana, durante el año 2021.

RESUMEN:

La Universidad Surcolombiana se involucra en las dinámicas de presencia en el territorio. Por lo anterior, consolida la apertura de programas depregrado en las sedes de los tres principales municipios del Huila (Colombia): Pitalito, Garzón y la Plata. En Pitalito, a partir del año 2014 la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas dio apertura al pregrado en Comunicación Socialy Periodismo. Este surge como un apéndice ligado académicamente a la sede principal de Neiva. Trascurridos más de 8 años de la apertura, sus egresados empiezan a involucrarse en oportunidades laborales y profesionales en el contexto. Esta investigación analiza las características de la formación profesional audiovisual de los graduados del programa de Comunicación Socialy Periodismo de la Usco (sede Pitalito) y su relación con las demandas comunicativas del entorno y con su desempeño ocupacional, en el lapso 2018 a 2020.

Se utilizó una metodología mixta, que combinó técnicas cualitativas y cuantitativas, con predominio de las primeras, como entrevistas semiestructuradas y grupos focales. El abordaje relacionó tres categorías teóricas fundamentales: Formación profesional Audiovisual, Desempeño ocupacional y Currículo.

Con base en los aportes teóricos de diversos autores, entre ellos Casanova (2003) sobre formación profesional y relaciones laborales; Arana & Batista (1999) sobre propuestas pedagógicas para la formación profesional; López (2017) sobre currículo, Fuentes (1985) sobre comunicación educativa audiovisual; Adame (2009) sobre medios audiovisuales en el aula; Tucho *et al.*(2015) sobre educación mediática, Ferrés & Piscitelli (2012) sobre la competencia en comunicación audiovisual, y documentos oficiales como el Proyecto Educativo Universitario (PEU) de la Universidad Surcolombiana, se asume la Formación Profesional Audiovisual como el proceso de la educación superior mediante el cual se prepara a la persona para los ambientes laboralesu ocupacionales propios de la Comunicación Audiovisual.

Con la sistematización de los datos establecidos (a junio de 2021) se obtiene que, de los 23 egresados que hicieron parte del estudio, nueve (9) no

tenían vinculación laboral alguna y estaban distribuyendo hojas de vida y buscando opciones laborales. Otros nueve (9) egresados, realizaban ocupaciones desligadas de su profesión. De otro lado, dos (2) egresados tenían labores relacionadas con su formación profesional, y otros tres (3) graduados realizaban su propio emprendimiento relacionado con creación decontenidos Audiovisuales. El alto porcentaje de desocupación por parte de losegresados en la región ha dado lugar a que inicien la búsqueda de oportunidades laborales en otras ciudades como Neiva (Huila) o Bogotá.

Con relación a lo establecido en términos de las demandas comunicacionales en Pitalito y el sur del Huila, la caracterización se llevó acabo considerando 3 sectores fundamentales: medios de comunicación, organizaciones y comunidades. Para lo anterior se estudiaron, además dePitalito, los 7 municipios que comprenden el sur del Departamento: San Agustín, Isnos, Palestina, Timaná, Oporapa, Saladoblanco y Acevedo.

A lo largo de los 8 semestres de formación de los comunicadores sociales y periodistas en la Universidad Surcolombiana sede Pitalito, se establecieron temáticas como los modos de expresión audiovisual en el espectro comunicativo, técnicas, lenguajes y estéticas, pero estas se adelantaron de forma superficial, lo que para los egresados no logró aportarherramientas amplias ni de mayor profundidad.

Según los graduados el papel del comunicador social y periodista en Pitalito y el sur del Huila no es valorado en su justa dimensión por los empleadores ni por la sociedad. Las pocas oportunidades laborales, en los quelos egresados que no laboran actualmente se han desempeñado, fueron puestos de trabajo obtenidos por la mediación de favores políticos.

La comunicación audiovisual es actualmente un pilar importante en los escenarios laborales de los egresados en Pitalito. En todos los escenarios de ocupación que arrojó la investigación, la consolidación de contenidos audiovisuales es relevante en los quehaceres profesionales. En la creación decontenidos audiovisuales, los egresados pudieron reconocer oportunidades depotencializar iniciativas de emprendimiento. Que, si bien en la actualidad estándando sus primeros pasos, en el futuro pueden orientar nuevas dinámicas

empresariales en el sur del Huila. Tanto las empresas del sector productivocomo las gubernamentales tienen demandas crecientes de contenidos publicitarios en distintos formatos.

En las entidades del sector cooperativo, los escenarios laborales del comunicador social y periodista están representados por la creación de contenidos. El Profesional de la comunicación en las entidades de este orden, muestra su interés por aportar en el análisis de una comunicación asertiva, condiagnósticos comunicacionales internos o externos.

Durante la formación, el egresado revela una variación importante entre lo establecido en el plan curricular y lo que se lleva a la práctica en las diversas asignaturas de talleres o seminarios a lo largo de los semestres académicos.
Lo anterior, se evidencia en la falta de continuidad de la formación de una asignatura a otra, de semestre a semestre.

El egresado se está enfrentando a nuevas dinámicas en su rol como comunicador social y periodista, en relación con las nuevas tecnologías y medios digitales. La formación se está quedando uno o varios pasos atrás conrespecto a los nuevos modelos comunicativos digitales. Se evidencia la ausencia en el currículo vigente de formación en marketing digital y afines.

Al no contar con un número suficiente de docentes que ejerzan su labor deforma presencial y continua en la propia sede, y depender en un grado considerable de docentes que se desplazan semanalmente desde la sedecentral en Neiva, los egresados no lograron consolidar aprendizajes más eficientes en la proyección de procesos de producción audiovisual.

Los egresados, consolidan la necesidad de una educación continuada en relación con su profesión. Entienden que la formación profesional no culmina con la consecución de un título universitario. Quieren reivindicar el rolde la profesión, la noción e importancia del comunicador social y periodista enun mundo globalizado, pero que cuente con una incidencia apropiada en lo local. Para lo anterior, es necesario una formación posgradual en contenidos acordes al contexto.

REFERENCIAS

Arana, M., & Batista, N. (1999). La Educación en Valores: Una propuesta pedagógica para la formación profesional. *Pedagogía Universitaria*, *3*, 30. https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/34561258/Propuesta_educacion_en_valores.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1549396793&Signature=z7RpCXs4FPvfRW9NHEKM0pGWcag%3D&response-content-disposition=inline%3Bfilename%3DLA_EDUCACION_EN_V

Ferrés, J., & Piscitelli, A. (2012). La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Comunicar, 2012, Vol.XIX(38),p.75*, *XIX*(38), 75. http://dx.doi.org/10.3916/C38-2011-02-08

Fuentes, R. (1985). La Comunicación Educativa Audiovisual: Un marco teóricopara el empleo de medios audiovisuales en la educación superior. *La Comunicación Educativa*, 71-102. http://hdl.handle.net/11117/2897%0AEste

Gárate, W. (2010). *Así deben ser los periodistas que la sociedad requiere* (Vol. 7, Número 2) [Tesis de Maestíra, Universidad de Cuenca]. https://doi.org/10.1192/s0368315x00238942

Iafrancesco, G. (2015). *Modelo Pedagógico Holístico Transformador: fundamentos, dimensiones, programas y proyectos en la Escuela Transformadora* (2.ª ed.). CORIPET EDITORIAL.

López, N. (2001). *La de-construcción curricular* (Magisterio (ed.); 1.ª ed.).

Mellado, C. (2009). Evolución del campo ocupacional y académico del periodista Latino Americano: Lógicas de mercado y esquemas de formación. *Opcion*, *25*(59), 2.

Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2018). *Metodología de la Investigación* (6.ª ed.).

Tucho, F., Fernandez-Planells, A., Lozano, M., & Figueras-Maz, M. (2015). La educación mediática, una asignatura pendiente en la formación de periodistas, publicitarios y comunicadores audiovisuales. *Revista Latina deComunicacion Social*, *70*, 689-702. https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1066

A educação de jovens do ensino médio por meio de teleaulas: resultados preliminares de uma pesquisa sobre o Goiás Tec

The education of high school through teleclasses: preliminary results of a research about Goiás Tec

Ana Paula Silva Ladeira Costa
UEG, Brasil
ana.costa@ueg.br
Marcelo Henrique da Costa
UEG, Brasil
marcelo.costa@ueg.br
Jarleo Barbosa Valverde
UEG, Brasil
Jarleo.barbosa@ueg.br
Thaís Rodrigues Oliveira
UEG, Brasil
thais.oliveira@ueg.br

GI 3 – Comunicação audiovisual

Palavras-chave: Teleaulas; Audiovisual; Educação.

Resumo:

Este artigo apresenta resultados preliminares de uma pesquisa situada na interface entre o audiovisual, a educação e as tecnologias digitais. Propõe-se a investigação de metodologias capazes de melhorar o processo de ensino e de aprendizagem no Programa Goiás Tec, projeto coordenado pela Secretaria de Educação do Estado de Goiás e que atende mais de 8 mil estudantes de ensino médio de populações rurais e de difícil acesso, comunidades quilombolas e indígenas.

A esses jovens são ofertadas aulas ao vivo e teleaulas gravadas, que constituem nosso objeto de pesquisa. Interessa-nos observar, portanto, o material audiovisual gerado por meio deste projeto. Foram observados aspectos relacionados à linguagem audiovisual, com a finalidade de apontar elementos que deverão ser considerados no processo de realização das teleaulas para melhoria do processo de ensino. Questões relacionadas ao processo de recepção de conteúdo audiovisual, a partir do ponto de vista dos estudantes, serão observados em uma próxima etapa.

Assim, percebemos a teleaula enquanto um formato audiovisual, observando aspectos como: tempo de duração, formato de apresentação, cenografia, fotografia, som e uso das câmeras.

> [...] a teleaula está inserida no conjunto de recursos multimídia utilizados nas práticas de ensino e nas experiências de aprendizagem, com destaque para tecnologias digitais

> de telecomunicação que pertencem à atual cultura digital. Essa apropriação dos recursos tecnológicos na teleaula permite, então, que a presença, as ações e a prática pedagógica do professor sejam mediatizadas e virtualizadas, chegando até o aluno por meio de transmissão via satélite e em formatos próprios da linguagem audiovisual, aproximando se, em alguma medida, da cultura televisiva (SALDANHA, 2013, p. 1).

Em estudo sobre os gêneros televisivos, José Carlos Aronchi de Souza explica que o formato é uma nomenclatura utilizada para "identificar a *forma* e o *tipo* da produção de um gênero de televisão" (2004, p.46). Para Martín-Barbero (2003, p.314), é necessário compreender aspectos relacionados às práticas produtivas e de audiência que os gêneros são capazes de carregar.

Ainda existem dificuldades na implementação de políticas de inclusão digital. Em muitos casos, ocorre uma instrumentalização da tecnologia com a simples mudança de suporte, mas sem considerar a natureza tecnológica desses aparatos e suas possibilidades de adequação do conteúdo, potencialidades de programação e reordenamento. A mudança de modelo é sempre um desafio, já que altera as estabilidades constituídas ao longo do tempo, gerando insegurança. Em muitas situações, essa insegurança também se converte em resistência às novas práticas pedagógicas, uma vez que

> [...] grande parte do debate surge a partir de visões tradicionais da educação, que encaram as tecnologias e o digital como essencialmente instrumental. E, na realidade, o desafio já não é apenas o de aprender e integrar o digital no processo educativo, mas sim, o de assegurar que os cidadãos evoluam de meros consumidores para produtores esclarecidos e ativos, preparando-os para uma verdadeira cultura do digital (MOREIRA, 2018, p. 6).

O desafio que se impõe é pensar na teleaula enquanto formato audiovisual, de modo que aspectos relacionados ao processo de ensino e às práticas pedagógicas sejam preservados ou satisfatoriamente adequados ao novo suporte.

Para melhor compreensão dos processos de realização dessas produções audiovisuais do Goiás Tec, realizamos a exibição e análise de aulas previamente gravadas, de 16 professores. Cabe destacar que, nas escolas atendidas pelo Goiás Tec, as salas de aulas contam com um televisor de 55 polegadas e com a presença do professor mediador. Os estudantes se comunicam com os professores de estúdio via chat. Em nossa atividade de avaliação, os conteúdos foram projetados por meio de um televisor de 40 polegadas e os professores sentaram-se a uma distância similar à que um aluno do Goiás Tec senta-se do aparelho na sala de aula. Em seguida, foi realizado um momento de troca, onde o próprio professor e os técnicos em audiovisual comentaram sobre os vídeos, observando aspectos que poderiam ser melhorados.

A análise das teleaulas enquanto objeto do campo audiovisual nos remeteu a questões relacionadas à fotografia; cenografia e objetos de cena; material gráfico projetado nos vídeos; edição e som. Constatou-se a necessidade de melhorias relacionadas ao enquadramento para obtenção de maior equilíbrio da imagem. A análise também evidenciou a necessidade de

diminuir o ruído na imagem, retirando objetos desnecessários e que podem distrair o estudante. Ao assistirem ao conteúdo em condições semelhantes aos estudantes, os professores e técnicos do projeto perceberam a necessidade de adequação dos slides utilizados nas aulas, adequando a cor e tamanho da fonte utilizada. Também foi reforçada a função retórica do corte, na edição dos vídeos. Por fim, sugeriu-se o uso de mais recursos visuais nas aulas.

Como resultado preliminar, percebeu-se que as trocas de experiências e as análises detalhadas dos vídeos de aulas gravadas resultaram em insights valiosos para aprimorar a comunicação audiovisual no ensino, abordando aspectos como enquadramento, clareza visual, ritmo e estratégias para manter a atenção dos alunos. Com a promoção de desafios inovadores, como a exploração de diferentes câmeras e movimentação no estúdio, os educadores se envolveram de forma proativa, evidenciando a importância da adaptação à linguagem audiovisual no cenário educacional contemporâneo. Tais descobertas e ajustes prometem um impacto positivo na experiência de aprendizado e engajamento dos alunos em futuras práticas de ensino.

Referências bibliográficas:

ARONCHI DE SOUZA, José Carlos (2004). *Gêneros e formatos na televisão brasileira.* São Paulo: Summus.

MARTÍN-BARBERO, Jesús (2004). Viagens da telenovela: dos muitos modos de viajar em, por, desde e com a telenovela. In: LOPES, Maria Immacolata Vassalo de (org.). *Telenovela:* internacionalização e interculturalidade. São Paulo: Edições Loyola.

MOREIRA, José António (2020). SCHLEMMER, Elaine. Por um novo conceito e paradigma de educação digital onlife. *Revista UFG,* V.20, p. 02 - 35.

SALDANHA, Luís Cláudio Dallier (2013). A teleaula em questão. *#Tear:* Revista de Educação, Ciência e Tecnologia, V.2, N.2, p. 01 - 13.

Traslapes la ficción y la realidad en las narraciones audiovisuales delnarcotráfico.

Karam Cardenas Tanius
Universidad Autónoma de la Ciudad de México
Academia de Comunicación y CulturaMéxico
tanius@yahoo.com, tanius.karam@uacm.edu.mx

GI 3 – Comunicación audiovisual

Tres palabras claves
Violencia, Discurso, Verosimilitud

Tema central
Reflexionar sobre las relaciones, traslapes, cruces que encontramos en algunosmateriales audiovisuales relacionados con la violencia-narcotráfico.
Algunas preguntas generales que nos hacemos son: ¿Los materiales no- ficcionales son por ello menos "valiosos" porque no reflejan la realidad de los hechos vinculados a la violencia, sino que son una representación dramática de los mismos?, ¿los materiales de ficción audiovisuales tendrían que apegarse másа los hechos narrados por la prensa?, ¿qué temas se sobre-exponen en la ficciónaudiovisual y qué temas se omiten o sub-exponen?, ¿qué significan las leyendasque anteceden los materiales de ficción "basado en hechos reales", cómo entenderlas?, ¿qué tipo de consecuencias es posible prever en la audiencia derivada de estas indicaciones?

Objetivos
Derivado de las preguntas anteriores proponemos una exploración y descripción de algunos problemas vinculados a En este trabajo realizamos un comentario a lasrelaciones existentes entre la dimensión ficcional, la periodística, la política de algunas narrativas audiovisuales sobre narcotráfico y violencia.
El objetivo es mirar la relación representación audiovisual / valor de verdad con uncriterio que vaya más allá del "reflejo de verdad" que pueda tener una serie o película; en el sentido de conferir un mayor logro a aquella producción que dé cuenta más fielmente de hechos confirmados por la investigación periodística.

Enfoque y/o metodología de abordaje

El encuadre básico está en función del concepción de construcción de representación y modalidad de los mensaje audio-visuales a partir de lo señalado inicialmente por Hodge y Kress. Con los que se pregunta sobre los códigos de representación que se identifican a los mensajes visuales, lo cual implicar responder a algunas de estas preguntas: ¿cuáles son los rasgos de los códigos visuales?, ¿qué peso e importancia tienen?, ¿cómo se distribuyen los sistemas designos en el interior de un mensaje', ¿cómo y por qué algunos sistemas de representación son más fiables que otros para ciertos fines? Una teoría social de la semiótica no establecería la verdad o falsedad de las representaciones; sólo mostraría si una "proposición" dada se representa como una verdad o no. Hodge yKress han dicho que la modalidad se refiere al estatuto, autoridad o confiabilidad de un mensaje, a su estatuto ontológico, o su valor de verdad o hecho.

La modalidad se refiere al "estatus de realidad" acordado o enunciado por el signo,texto o género; a la "autoridad" y confiabilidad del mensaje, su estatuto ontológico o su valor de verdad o realidad. Algunas preguntas que pueden animar el debate apropóstio de las producciones audiovisuales del narcotráfico:¿Qué reconocemos que se dice sobre la realidad (o no se dice) en las imágenes?; ¿aluden las imágenes al mundo de la realidad o la ficción?; ¿se encuentran los dos planos?,
¿cómo los reconocemos?, ¿cómo interactúan entre ellos?, ¿qué referencias sehacen al mundo de la experiencia cotidiana, de la vida de todos los días?; ¿quemarcadores de modalidad (en cuanto color, tamaño, tono, composición) se encuentran presentes que nos ayudan a darle más importancia que a otra?;
¿cómo se hace uso de esos marcadores para hacer juicios acerca de las relaciones entre la imagen y el mundo?; ¿la imagen opera dentro de los códigosrealistas de representación?

Eso significa porque lo que construye nuestra idea de la realidad se encuentra influencia por los códigos perceptivos. Los medios masivos juegan mucho con estos códigos y de hecho tendemos a considerar que aquello que vemos por televisión es "más real" que una fotografía: qué nos genera más confianza y porqué le atribuimos más valores de "realidad" a una que otra. Hay un componente psicológico o emocional que nos puede ayudar a atribuir el valor de alguna caricatura; es decir opera una codificación a nivel más connotativo que denotativo. Por lo general cuando alguien interactúa frecuentemente con cierto tipo de contenidos está dispuesto a establecer concesiones y co-participar de la propuesta de "realidad" que un medio. Así por ejemplo cuando vemos una películade ciencia ficción, atribuimos valor de verdad a ciertos fenómenos y rasgos.

Cualquier representación es más que una simple reproducción de lo que representa. Estamos ante la construcción de una realidad devenida de la tensión entre la indicación interpretativa del código lingüística y la simplicidad de una imagen que en principio no generaría ninguna tensión en la interpretación. Barthesdecía en su principio que la finalidad del análisis de cualquier mitología sería mostrar la convención de algo que aparece como natural. Eso mismo pretende cualquier análisis semiótico.

Resultados

Más que resultados, el fruto de la reflexión apunta a las posibilidades explicativasde la ficción (como por ejemplo lo ha sabido mostrar la novela histórica); pero también hay que considerar que hoy día las fronteras ficción-realidad son más dinámicas y porosos, e incluso en ocasiones el propio realizador juega con ellas,como se pueden ver en ejemplos de los llamados *falsos documentales*.

En el caso de las narrativas audiovisuales violencia-narcotráfico, tenemos una clima de abundancia, paráfrasis muy recargado que dificulta atribuirles un "valor de verdad" y en cambio lo que tenemos son cruces arbitrarios de asuntos, temas, integrados en el sistema perceptivo, explicativo del narcotráfico. Por otra parte creemos que hay que dejar de pensar que este tipo de materiales abonan a una comprensión más clara del componente político, geo-político del narcotráfico o de las implicaciones en las formas de violencia, y en lugar es un tipo de entretenimiento que actualiza las opciones de consumo de los industrias entretenimiento, las cuales históricamente buscan motivos (como antes fue el contrabando) y simular esas opciones de entretenimiento aparentemente cercanaso comprometidas.

Referencias

Barthes Roland. "La retórica de la imagen", en *Lo obvio y lo obtuso*. Barcelona,Paidos, 2009 [1982].

Escalante, Fernando. *El crimen como realidad y representación*. México.COLMEX, 2012

Hodge, Robert & Gunther Kress (1988) *Social semiotics*. Cambridge: Polity

Imbert, Gerard, La hipervisibilidad televisiva. Texto en línea 5 de marzo 2023,disponible en http://www.carlosmanzano.net/articulos/Imbert.htm

Tiznado, Karina (2017) Narcotelenovelas: la construcción de nuevos estereotipos de mujer en la ficción televisiva de Colombia y México a través del retrato de una realidad social. Barcelona

Aproximación anaítica a las fórmulas narrativas del cine en américa latina.

Analytic aproach to the narrative formulas of cinema in latin america.

Jorge Prudencio Lozano Botache,
Universidad del Quindío, Colombia
jplozano@uniquindio.edu.co

Lucero Giraldo Marín

Universidad del Quindío, Colombia

lgiraldo@uniquindio.edu.co.

Grupo de Investigación CINEDADES

Palabras clave: cines latinoamericanos, red conceptual de la Acción, fórmulas narrativas, tercer cine

Keywords: Latin American Cinemas, Conceptual Network of Action, Narrative Formulas, Third Cinema

El documento presenta un apretado resumen del análisis que se realizó a las transformaciones en las fórmulas narrativas del cine en América latina, desde sus inicios hasta el derribo del muro de Berlín. Se estudiaron largometrajes que respondían a diferentes fórmulas narrativas tales como el entretenimiento, las críticas estructurales a la sociedad, la exploración y reivindicación del intimismo y aquellas que parecen descreer de las utopías, pero que, de todas maneras, recriminan con sorna al status quo.

Se consideró a las obras cinematográficas desde la narración de acciones (Lozano 2018), con base en la idea de Red Conceptual de la Acción, cuyos componentes son:

1. Los Agentes, que pueden ser asimilados a la noción de personajes y que representan a seres humanos o, en todo caso, humanizados narrativamente.
2. Las Motivaciones, que están conformadas por los contenidos mentales de los personajes, es decir, lo que se puede suponer que está voluntaria o involuntariamente en el pensamiento y en las emociones del personaje.
3. Las Finalidades, que son las actividades o tareas ejecutadas físicamente por los personajes y
4. Las Circunstancias, que es el sistema de relaciones que se establece entre los personajes y entre estos con los objetos y con su entorno cercano o lejano.

Metodológicamente, los hechos audiovisuales de las imágenes y los sonidos que constituyen la obra cinematográfica se contrastaron con los recursos simbólicos o temáticos y con los aspectos históricos. Los recursos simbólicos o temáticos son aquellos aspectos de la cultura que tienen especial importancia dentro de la narración porque determinan o contextualizan a los personajes, a las motivaciones, a las finalidades o a las circunstancias. A su vez, los aspectos históricos son aquellos acontecimientos cortos o duraderos que fueron significativos para un grupo social en un momento determinado y a los que hace referencia explícita o implícitamente la obra cinematográfica. La contrastación resultante

entre los recursos simbólicos y los aspectos históricos permitió llegar a las conclusiones del estudio.
Se encontró que ni el cine de entretenimiento ni el intimista se abstienen de hacer sus propias recriminaciones, así como el cine de recriminación tampoco renuncia al amor. Con esa clave aparecen Central do Brasil, de Sales (1998) o la colombiana La vendedora de Rosas (Gaviria 1998). En ocasiones, los personajes victimizados por el sistema son la herramienta para la denuncia; otros personajes resultan reivindicados desde sus identidades particulares, pero también es cierto que algunos más se adecuan pragmáticamente al status quo o ejercen un pragmatismo cínico (Xavier 2006).

Ejemplo del primer caso es Magallanes (Del Solar 2015), obra peruana que relata la historia de Celina, la mujer abusada por los militares en los años en que el Estado peruano se enfrentó al radical grupo "Sendero Luminoso" y en la que el final dictamina impotencia frente a cualquier transformación del status quo.

Ejemplo del segundo caso, es Hoje Eu Quero Voltar Sozinho (Ribeiro 2014), obra brasileña en la que Leonardo, un adolescente, descubre su identidad homosexual mientras busca consolidar su carácter en una sociedad machista.

En el tercer caso, Ulises Morales en la obra chilena Taxi para tres (Lubert 2001), opta por atacar a su pobreza aceptando ser cómplice de unos bandidos. Sin embargo, cuando está acorralado mata a su compinche y se suicida. Otros personajes arriban al cinismo por la ruta del resentimiento, como Ángel en la obra ecuatoriana Ratas, ratones y rateros (Cordero 1999). Un caso un poco más sutil es de la sevicia de Ricardo Morales, en el Secreto de sus Ojos, del argentino Juan José Campanella (2009), al secuestrar al victimario de su mujer.

No obstante, la mayor recriminación social desesperanzada, cínica, incluso con señales nihilistas, está en la obra mexicana La ley de Herodes (Estrada 1999), en la que la historia del presidente municipal de un pueblo se repite y se reproduce cíclicamente a lo largo de una estridente historia en tono de farsa.

Aunque todavía es posible encontrar o al menos interpretar denuncias o testimonios en el cine latinoamericano, también se observa un distanciamiento crítico frente a la lucha en favor de la utopía socialista. Lo anterior es particularmente notorio en el cine colombiano (Rivera y Ruiz 2010), país donde aún en los 90 se mantuvo la lucha armada entre socialismo y neoliberalismo, como en La pasión de Gabriel (Restrepo 2008), en tono de tragedia o Los Actores del Conflicto (Duque 2008), en tono de comedia, que aunque fueron realizadas entrado ya el siglo XX, bien pueden ser consideradas como referidas al periodo de la década de los 90, cuya virulencia llegó hasta el 2011, año en que comenzaron las conversaciones entre el Gobierno y las FARC.

Ahora bien, Tompkins (2013), ha hecho algunas interesantes aproximaciones al cine experimental latinoamericano y Bentes (2006), afirma que hay un cierto renacer del cinema novo con denuncias contra el racismo como en Branco Sai Preto Fica, de Queirós (2015), conectado al enfrentamiento del racismo estructural en Brasil. Según García López (2011), en el nuevo milenio hay un auge del cine documental de largometraje sobre el exilio y la migración, y algunos cinéfilos mencionan a un cine de denuncia contra la violencia estatal, principalmente contra las dictaduras de los años setenta y ochenta.

Es necesario, además, anotar que, el llamado "Nuevo tercer cine" ya no necesariamente organiza a sus personajes, motivaciones, finalidades y circunstancias con la utopía preestablecida que fungió como principal recurso simbólico del llamado Nuevo Cine Latinoamericano, y en cambio reclama perspectivas desde las cuales las vicisitudes y la historia puedan ser observadas a través de la lente de la individualidad. Aquello que sí subsiste es el compromiso con la lucha contra lo que le ultraja y en la búsqueda de alternativas por difusas que por ahora estas parezcan.

REFERENCIAS

Abreu, N. C., Freire, M. y Suppia, A. L. (2018). *Golpe de Vista. Cinema e ditadura militar na américa do sul*. Sao Paulo, Brasil: Editorial Alameda

Bentes, I. (2006). *Sertao and favela: The eternal return to the sertao and the favela in contemporary Brazilian film.* En The New Brazilian cinema by Lucía Nagib. New York: Bloomsbury

Burch, N. (2000). *El tragaluz del infinito, contribución a la genealogía del lenguaje cinematográfico*.
Madrid, España: Cátedra.

García, S. (2011). Progresivos deslizamientos de la identidad: Migración y exilio en la coproducción latinoamericana. En Vargas, J. C. (coord.) (165–189). Tendencias del cine.

Ikeda, M. (2015). *Cinema brasileiro a partir da retomada. Aspectos económicos e políticos*. Sao Paulo, Brasil: Summus Editorial

Gumucio, A. (coord.) (2014). *El cine comunitario en América Latina y el Caribe*. Bogotá, Colombia: Fundación FES.

Lozano, J. P. (2018). *Narración cinematográfica*. Popayán, Colombia: Editorial Universidad del Cauca.

Rivera, J.L. y Ruiz, S. (2010). Representaciones del conflicto armado en el cine colombiano. En
Revista Latina de Comunicación social. (65).

Sanjinés, J. (1979). *Teoría y Práctica de un cine junto al pueblo*. México: Siglo XXI

Editores. Solanas, F. y Getino, O. (1969/1979). *Hacia un tercer cine*. México: "Textos

breves 2" UNAM.

Xavier, I. (2006, julio–diciembre). Da Violência Justiceira à Violência Ressentida. Ilha do Desterro: A Journal of English Language, Literatures in English and Cultural Studies, 51, 55–68. https://www.redalyc.org/pdf/4783/478348689003.pdf

Imagens de um caminho: origens da fotografia no Campo das Vertentes

Images of a path: origins of photography in Campo das Vertentes

Pereira, Maria Cristina Alves Pereira
Prefeitura de Juiz de Fora
Brasil
mcristinaalvespereira67@gmail.com

Nascimento, Adriana Gomes
Universidade Federal de São João del-Rei
Brasil
adrianan@ufsj.edu.br

Bomfim, Filomena Maria Avelina
Universidade Federal de São João del-Rei
Brasil
fmabomfim@ufsj.edu.br

GI 3 - Comunicação audiovisual

Palavras-chave: *iconografia, arquivo, memória*

O presente trabalho transdisciplinar é oriundo de um dos desdobramentos da pesquisa da dissertação realizada no mestrado do Programa Interdepartamental de Pós-Graduação Interdisciplinar em Artes, Urbanidades e Sustentabilidade (PIPAUS), da UFSJ, e finalizada em 2023. Esta pesquisa teve como objetivo identificar as transformações socioespaciais ocorridas a partir do advento da chegada e da expansão da fotografia pelos fotógrafos/retratistas que circularam nas Minas Gerais entre o século XIX e o início do século XX.

Destaca-se na pesquisa o fato de que estes fotógrafos/retratistas estudados foram os precursores da fotografia em Minas Gerais, que chega juntamente com a ferrovia.

Priorizou-se na investigação aqueles sujeitos que registraram a paisagem e a sociedade de Barbacena, São João del-Rei e Lavras – pólos microrregionais da mesorregião do Campos das Vertentes, em Minas Gerais, no Brasil por quase 50 anos, a partir da chegada dessa tecnologia na região pesquisada.

O recorte de estudo encontra-se nos acervos disponíveis na região e buscou analisar os registros encontrados em jornais de época, fontes históricas para localização dos precursores do fotojornalismo e seus registros sobre a região do Campo das Vertentes. A produção fotográfica neste território tem possibilitado destacar a criação, a produção e a circulação da linguagem visual que foi impactando a construção social e a estruturação da memória coletiva e da organização social.

Para subsidiar este estudo teórico-metodológico foram levantados referenciais ancorados na Comunicação social, na Antropologia e/ou Sociologia da imagem, na fotografia e sua história. Essa abordagem possibilita evidenciar a potência da fotografia, seu poder como elemento da Comunicação e da Cultura Visual, com contributos para as discussões sobre as transformações do espaço e da sociedade ao longo do tempo e também a compreensão da formação da consciência cidadã por meio da construção da memória via produção de imagens da região.

Ao cruzar as informações sobre os fotógrafos itinerantes e/ou aqueles que se fixaram nesse território, em posse das imagens fotográficas coletadas desse período em acervos disponíveis, foi possível começar a entender o ofício da fotografia e da produção fotográfica no Brasil, nas Minas Gerais, e mais especificamente na mesorregião do Campo das Vertentes, na época estudada.

De acordo com Pereira (2023, p. 10), os pioneiros da fotografia vieram de vários lugares. Ao circularem e expandirem suas atividades na região, trouxeram mais que a produção e a comercialização de retratos: propiciaram a assimilação da fotografia como documento da realidade e sua fruição (divulgação) como elemento de uma modernidade em implantação, também propiciada pela chegada da ferrovia em simultâneo à fotografia, em Minas Gerais.

O estudo ancora-se na pesquisa qualitativa documental, a partir da qual ocorreu levantamento e seleção fotografias, como também informações sobre as imagens dentro do recorte temporal e geográfico proposto para esta investigação. Foram incorporadas aproximações com os pressupostos do estudo observacional retrospectivo de cunho qualitativo de Fontelles *et al* (2010, p. 06), além de alinhar-se com as orientações de Boris Kossoy (1980) no intuito de construir a pesquisa e a interpretação das imagens levantadas do período como fonte histórica.

Destaca-se que a coleta de dados foi em acervos disponíveis na região e cidades estudadas, com pré-análise do material selecionado, posteriormente organizado em categorias, classificadas de maneira própria com informações específicas sobre os fotógrafos e tipos de imagens, com anotações e referências das fontes primárias, secundárias e terciárias, a localização de onde as informações foram encontradas, possibilitando a criação de uma base de dados para a estruturação de um infográfico.

Houve também o tratamento, análise de dados e a realização de interpretações. Dos resultados adquiridos através desse processo foram sendo articuladas informações oriundas da pesquisa bibliográfica, subsidiando discussões com os dados coletados (PEREIRA, 2023, p 40-41).

Pereira destaca que a fotografia surge “atrelada às ideias de progresso conjuntamente com demais avanços tecnológicos que promoviam a expansão do espírito de modernidade da época”. Concomitantemente, ela trouxe para “o cotidiano social os cobiçados retratos, objeto de desejo, os quais garantiam uma espécie de status social, consumo de imagem, além de legitimar a fotografia como recurso documental e reprodutor da realidade” (PEREIRA, 2023, p. 19).

Nesse sentido, Possamai (2008) sinaliza que a fotografia promove a visibilidade ao possibilitar construir a visão da cidade moderna, da mesma maneira, também estimula o esquecimento de como era a cidade colonial em vários aspectos.

Compreende-se, por conseguinte, que a fotografia constitui um instrumento gerador de várias informações, pois comunica, dialoga e permite desvelar camadas ao "colocar luz e foco", revelar os olhares e as percepções sobre esse território. Desta maneira, contribui para a formação da memória e dos *lugares de memória*, na medida em que são capazes de preservar lembranças individuais e coletivas, ou seja, destacando elementos da identidade cultural (PEREIRA, 2023, p. 10).

A reflexão e contribuições da pesquisa incidem sobre diferentes dimensões: estéticas, sociais, culturais, históricas, políticas, econômicas e psicológicas. Dizemos que inclusive interferem nos modos de transformação socioespaciais, incluindo entendimentos sobre a paisagem e a própria percepção do espaço urbano.

Referências

FONTELLES MJ, SIMÕES, MG, ALMEIDA JC, FONTELLES RGS. (2010). Metodologia da pesquisa:
diretrizes para o cálculo do tamanho da amostra. *Rev Para Med.*, (24), 57–64.

KOSSOY, B. (1980) A Fotografia como Fonte Histórica: introdução à pesquisa e interpretação das imagens do passado. *Museu da Indústria, Comércio e Tecnologia de São Paulo*: SICCT.

_____(2001) Fotografia e História. São Paulo: *Ateliê Editorial*.

Pereira, M. C. A (2023). *Produção de imagens na mesorregião do Campo das Vertentes: a fotografia sobre transformações socioespaciais*. (Dissertação de mestrado). Programa Interdepartamental de Pós-graduação Interdisciplinar em Artes, Urbanidades e Sustentabilidade (PIPAUS) - Universidade Federal de São João del-Rei, Campus Tancredo Neves, São João del-Rei, Brasil. Disponível em <https://ufsj.edu.br/portal2-repositorio/File/pipaus/Dissertacoes%202023/Dissertacao%20Maria%20Cr istina.pdf>.

Possamai, Z. R.. (2008). Fotografia, história e vistas urbanas. *História (são Paulo)*, *27*(2), 253–277. https://doi.org/10.1590/S0101-90742008000200012

Os games como cultura: como a Lei Paulo Gustavo referendou o setor de jogoseletrônicos como audiovisual

Games as culture: how the Paulo Gustavo Law recognized the electronic games sector as audiovisual

Priscila SEIXAS[1]
Pedro Henrique CONCEIÇÃO DOS SANTOS[2]

Evento: XI Seminário Alaic
Grupo de Interesse: GI 3 – Comunicação audiovisual

Palavras-chave: Games; Audiovisual; Lei Paulo Gustavo; Burburinho Cultural; Economia Criativa
Keywords: Games; Audiovisual; Paulo Gustavo Law; Burburinho Cultural; CreativeEconomy

Resumo expandido

O tema central de discussão de nossa proposta de resumo expandido é a configuração contemporânea dos games/jogos eletrônicos como produtos/artefatos culturais audiovisuais, inclusive sob o ponto de vista da organização da cultura no território brasileiro. Diante do desastre do novo coronavírus que proliferou a Covid-19 — doença que afeta, principalmente, o sistema respiratório e causador de um número grande de mortes nos últimos anos, quando houve uma crise sanitária que se transformou em uma situação pandêmica —, foi necessário tomar ações para reestruturação da sociedade. Por conta de ações preventivas contra a doença, como o distanciamento social, a economia de todo o mundo sofreu, e as pessoas tiveram que se desdobrar para sobreviver. A área cultural sofreu bastante e, diante desse contexto, através da Lei Paulo Gustavo (Lei Complementar n° 195, 2022), o setor cultural obteve recursos emergenciais para seu financiamento e desenvolvimento.

[1] Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano da Universidade Federal Fluminense.CEO da Burburinho Cultural. Professora do Senac-Rio. Brasil. E-mail: seixasburburinho@gmail.com.
[2] Doutor pelo Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano da Universidade Federal Fluminense. Assessor Científico da Burburinho Cultural. País: Brasil. E-mail: pedrohenrique.cdossantos@gmail.com.

Uma das áreas beneficiadas foi o audiovisual. Conforme indicado no plano daSecretaria de Estado de Cultura do Rio de Janeiro (SECEC-RJ), dentro do audiovisual osgames figuram como um artefato cultural. Por artefato cultural, entendemos a partir de De Paula (2011), uma vez que se trata de um produto híbrido que reúne o tecnológico e,ao mesmo tempo, uma obra audiovisual que serve para o letramento digital. Ações geridas a partir da criatividade, como o caso do projeto cultural *Criar Jogos*, idealizado pelaBurburinho Cultural. Trata-se de uma ação de desenvolvimento de games para jovens,auxiliando na formação profissional desde cedo. Nesse sentido, existe uma lógica dentrodos games que está estreitamente ligado ao universo da cultura e da educação midiática,o que reconfigura seu lugar, antes apenas tecnológico e com função de entreter o público.

Nosso principal objetivo é apresentar os elementos que configuram os games como artefatos culturais, ou melhor, como obras audiovisuais, partindo da hipótese que o olhar que referendou tais produtos como "audiovisuais" na produção de políticas públicas diz respeito ao uso da criatividade como fator decisivo desse encaminhamento. Como objetivos específicos, realizamos um estudo de caso — do projeto *Criar Jogos* — que é precedido por uma revisão dos seguintes conceitos: "artefato cultural"; "indústria cultural"; "audiovisual" e "economia criativa". Através dessa revisão dos termos, pretendemos demonstrar alguns dos processos que estruturam os games enquanto audiovisual. Além disso, outro propósito específico é a análise do documento da SECEC- RJ, anteriormente citado, para apresentar alguns dos argumentos que eles utilizam para justificar os games como produtos audiovisuais.

Para a viabilização deste estudo de caráter exploratório e qualitativo, partimos de

levantamento bibliográfico e reflexão crítica sobre os conceitos que serão articulados neste trabalho. A partir desse quadro explicativo e teórico, nosso estudo de caso se debruça no processo de criação do *Criar Jogos*, compreendendo que a idealização e o sistema pedagógico instaurado se relaciona com os aspectos os quais referendam o game enquanto audiovisual. Por fim, a análise documental procura dar conta da maneira como as políticas públicas de cultura vão conferir legitimidade ao setor de games como cultura. Essa análise tripla, ainda que não se debruce completamente e de maneira aprofundada, consegue captar as principais características que gostaríamos de trazer à tona.

Nosso referencial teórico se baseia em um diálogo entre os estudos sobre

cultura, em uma perspectiva artístico-cultural, com os estudos comunicacionais ligados à indústria cultural. É necessário lembrar que quando falamos em games, falamos de um produto altamente consumido por populações com certo poder aquisitivo que pode adquirir tais

mercadorias. É um dos principais setores da área tecnológica e cultural, movimentando bilhões de dólares anualmente. Assim, é necessário apresentar o setor de jogos eletrônicos como aquele ligado aos estudos da indústria cultural, vinculados à Teoria Crítica da Comunicação e Informação.

De antemão, acreditamos que o repertório que une o setor da universidade/pensamento, com o mercado/ação e as políticas públicas/regulação pode ser produtivo. Nosso alinhamento busca compreender as formas pelas quais, dentro do mundo contemporâneo, certos valores sobre o que é arte e cultura não estão inadequados, mas precisam ser atualizados para uma compreensão que lide com a realidade da cultura nos dias de hoje. O game, enquanto obra cultural, é uma reflexão recente que se deu por meio da importância que a criatividade tomou nas discussões sobre a produção cultural. Ainda, existem relações intrínsecas entre a produção audiovisual tradicional — filmes, séries, telenovelas, entre outras obras audiovisuais — e a produção de jogos eletrônicos, que têm se tornado palco de desenvolvimento de técnicas que dialogam com os outros formatos.

> Portanto, através da prática do setor privado de conseguir encaixar os games como

produtos audiovisuais — como aconteceu no projeto *Criar Jogos*, pioneiro nessa concepção que se deu a partir da gestão criativa trabalhada pela Burburinho Cultural —; da reflexão e a prática do pensamento que busca averiguar de que maneira existem conexões entre essa perspectiva e toda uma linhagem investigativa que vai conferir legitimidade ao setor de games como cultural; como também de políticas públicas que irá padronizar os segmentos do setor cultural, conseguimos vislumbrar um caminho frutífero ligado ao universo da criatividade que precisa ser explorado pelos três campos da sociedade. Assim, percebe-se a necessidade de registro desses processos que se dão, muitas vezes, no campo da ação, por meio de um diagnóstico ampliado, ainda que breve e em fase inicial, para que sejam aprofundados posteriormente em outras oportunidades.

Referências

Lei complementar nº 195, de 8 de julho de 2022 (2022). Dispõe sobre apoio financeiro da União aos Estados, ao Distrito Federal e aos Municípios para garantir ações emergenciais direcionadas ao setor cultural (...). Brasília, 2022. Recuperado em 30 agosto, 2023, de https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp195.htm

DE PAULA, G. N. (2011). *A prática de jogar videogame como um novo letramento*. 2011. 143 f. Dissertação de mestrado, Linguística Aplicada, Instituto de Estudos de Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, Campinas.

SECEC-RJ (2023). *Lei Paulo Gustavo — Consulta pública: números e resultados*. 2023. [Slides]. http://cultura.rj.gov.br/wp-content/uploads/2023/06/LEI-PAULO-GUSTAVO- 2023-plano-de-ação-elaborado.pdf

GI 4 - “Comunicación y Diversidad: por una mirada interseccional a las identidades en las culturas democráticas”

O protagonismo humano e a representação das fontes amazônicas nas narrativas jornalísticas de Eliane Brum [1]

Human protagonism and the representation of Amazonian sources in Eliane Brum's journalistic narratives

Quezia da Silva Alencar[2]

GI 4 - Comunicação e Diversidades: por um olhar interseccional para as identidades nas culturas democráticas

Palavras-chave: região amazônica. jornalismo narrativo. identidades. povos indígenas. fonte jornalística

RESUMO

A história conta que a ciência moderna deu o sentido de razão a uma figura de representação universal, o homem branco europeu revelou-se como a única forma de conhecimento existente. Contudo, romper com este pensamento positivista e embasado na modernidade se torna cada vez mais importante.

A região amazônica passou por um processo de colonização que se deu de modo diferenciado em vários momentos da história, por vários grupos sociais, sendo vistos e representados por estes olhos colonizadores. Ao narrar os sujeitos dessa região é necessário observar, criticar e questionar o que não é visto no cotidiano sobre as pessoas, entendendo suas trajetórias sociais, abordando para além das suas questões geográficas e riquezas econômicas.

Ao observar as narrativas jornalísticas sobre os sujeitos da região amazônica é possível observar que estes são frequentemente colocadas como "atrasadas", como se estivessem longe de "acompanhar" o resto do Brasil ou isolados no tempo e espaço sem conhecer o "mundo moderno". Seus ambientes naturais e recursos explorados também entram em pauta como meio de interesse, acúmulo de riquezas e "desenvolvimento" nacionais e internacionais. Segundo Moraes (2018) é necessário o jornalista avaliar criticamente os discursos construtores e as visões de mundo socialmente construídas, assim será possível um fazer jornalístico que supre a dignidade humana e respeite a sensibilidade dos personagens.

[1] O trabalho é parte da dissertação da autora que tem como título "As fontes amazônicas nas narrativas jornalísticas de Eliane Brum". Imperatriz-Maranhão: Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM-UFMA), 2022.

[2] Graduada em Comunicação Social com habilitação em jornalismo (UFMA) e mestre em comunicação (PPGCOM/UFMA). E-mail: queziz.alencar@gmail.com

A invisibilidade das identidades dos povos tradicionais perpassa principalmente sobre suas visões de mundo. Boaventura de Sousa Santos no texto "Para além do pensamento abissal" (2007) reflete sobre uma bipolarização do mundo que separa a realidade social em linhas e limites imaginários – norte-sul, civilizado-selvagem, colonizador-colonizado, do outro lado da linha abissal não há um conhecimento real, existem apenas crenças, opiniões, magia, idolatria, entendimentos intuitivos ou subjetivos, que no final podem se tornar objeto ou matéria-prima de investigações científicas.

As narrativas que entremeiam o cotidiano estão repletas de representações e discursos em um processo de produção de sentidos. Revelam-se como produtos culturais inseridos em contextos históricos capazes de cristalizar crenças, valores e ideologias de toda uma sociedade (MOTTA, 2013). Olhar para as narrativas é entender as dinâmicas das lutas e disputas de poder.

E são elas que revelam os jogos de poder na sociedade, entende-se que a mídia não apenas reflete a realidade, como também constrói discursos sobre as identidades e grupos, reforçando formas de representação e produzindo sentidos e significados. A escolha das fontes, por exemplo, anuncia o enquadramento proposto pela narrativa jornalística, pré-anunciando a orientação que um determinado veículo deve seguir, dessa forma, os sujeitos das narrativas estão propícios às práticas de imposição de padrões e estereótipos.

Observou-se na temática sobre a região amazônica uma oportunidade de aprofundar pesquisas sobre as narrativas regionais. Eliane Brum cobre pautas da Amazônia há mais de 20 anos e após realizar uma breve revisão de literatura, percebeu-se que essas narrativas exclusivamente amazônicas ainda não possuíam análises concretas, surgindo uma possibilidade de maior contribuição para a área. Com o intuito de verificar a prática sobre narrativas de cunhos regionais e que trabalham com personagens pouco explorados nos recortes tradicionais do jornalismo - ou que são representados de maneira estigmatizada.

Partimos do pressuposto que a reportagem abarca as possibilidades de narratividade, observando também o fazer jornalístico de Eliane Brum que como premissa possui uma atividade voltada para o protagonismo humano, com marcas textuais fortes aliadas a subjetividade, revelando assim seus propósitos, intenções e argumentações.

Para abordar estas questões adotou-se a metodologia Análise Crítica da Narrativa proposta por Motta (2013), para os estudos de jornalismo com atenção às estratégias comunicativas, à construção de personagens e as vozes narrativas, consistindo-se em uma pesquisa de abordagem qualitativa. Para ajudar na coleta de dados, será utilizado a Análise de Conteúdo para organização dos materiais selecionados e a categorização dos elementos analisados (BARDIN, 2011).

A partir do eixo de análise de representação das fontes, buscamos compreender como as fontes/personagens estão presentes nos textos. Que espaços ocupam, se suas histórias estão em destaque, que aspectos identitários regionais aparecem, e como aparecem, buscando identificar também as formas narrativas que configuram as fontes.

Propomos então o eixo de análise com duas categorias: a) Espaço e diversidade: buscando identificar as vozes que Brum evoca em suas narrativas e como ela oferece esse espaço (seja por citações diretas ou indiretas, entrevistas, fragmentos de livros,

discursos etc.); b) Identidade: observando aqui a narração de aspectos subjetivos dos sujeitos, suas regionalidades, expressões e gostos, assim como entender a personalização dessas vozes - às ditas fontes jornalísticas - identificando se elas aparecem como vilãs, vítimas, cidadãos comuns ou heróis.

O presente trabalho apresenta a análise de três reportagens, "O predador que virou protetor (2018)", "A veneza de Belo Monte (2018)" e "Mães Yanomami imploram pelos corpos de seus bebês (2020)". Por meio das análises observa-se que Eliane Brum apresenta reportagens com temáticas voltadas para as discussões ambientais e dentro delas conversa principalmente sobre os grandes projetos que destruíram e transformaram a vida na região, a jornalista utiliza assim seu espaço para lançar um olhar mais integral sobre a realidade, revelando conflitos e demandas sociais, ainda dentro dessas narrativas a repórter também exalta as formas de vida na natureza e as vivências dos homens e traz as impressões e a forma que a própria região absorve esses impactos.

A polifonia característica de narrativas aprofundadas e contextualizadas está presente principalmente em "Mães Yanomami imploram pelos corpos de seus bebês" o texto apresenta investigações e apuração mais profundas, com personagens vulneráveis, utilizando principalmente diversas fontes especialistas para explicar e realizar as conexões entre os fatos, as histórias de vida possuem espaço e estão presentes de forma direta, com transcrição das falas e relatos de forma indireta pela interpretação da repórter.

Os personagens principais das histórias são os pescadores, ribeirinhos e a população indígena, a narradora instiga o leitor a ampliar sua visão de mundo, revelando as experiências vividas nos novos ambientes apresentados. Aspectos de identidades são reconhecidos nas narrativas, desde perguntar para a fonte o que a deixa feliz ou triste até entender o "tipo de gente" que se é, a repórter utiliza os recursos possíveis dentro da prática jornalística como a observação e as entrevistas para contemplar o cotidiano dos personagens.

O espaço para os protagonistas sociais é marcante na narrativa do texto "O predador que virou protetor" quando a jornalista nos apresenta o personagem Luiz. Brum trabalha com afeto as histórias de vida que tem contato, de forma que apresenta as dualidades que existem ao se pensar no conceito relacional de homem-natureza, as representações presentes são de sujeitos produtores de conhecimento, sobre o rio, as tartarugas, a floresta e a pesca.

As identidades são reconhecidas e pontuadas nas narrativas, percebe-se uma reflexão sobre os sujeitos, eles que moram em cidades "transfiguradas", que tiveram suas formas de vida totalmente mudadas e tradições arrancadas. Brum busca compreender como ocorreu e as consequências sobre a população da região após tantas mudanças.

A repórter expõe os contrapontos entre as fontes com o objetivo de justificar o conflito central de cada narrativa, construindo ao longo dos textos argumentos fundamentais por meio de diálogos, relatos e documentos para questionar e refletir, trazendo a tona os "heróis" e "vilões" de cada narrativa, sempre bem colocados, a dualidade entre homem e natureza, vida e morte, criação e destruição está sempre presente.

REREFÊNCIAS

BARDIN, L. (2011). Análise de Conteúdo. Edições 70.

MORAES, F. (2018). Para além do robô, a reportagem: pavimentando uma metodologia do jornalismo de subjetividade. In M. Martinez & M. R. Maia (Eds.), Narrativas midiáticas contemporâneas: perspectivas metodológicas. Editora Catarse.

MOTTA, L. G. (2013). Análise Crítica da Narrativa. Editora Universidade de Brasília.

SANTOS, B. de S. (2007). Para além do Pensamento Abissal: Das linhas globais a uma ecologia de saberes. Revista Crítica de Ciências Sociais, [Online]. Recuperado de https://journals.openedition.org/rccs/753. Acesso em: 20 de agosto de 2023.

UMA INTRUSA NO PALÁCIO: o discurso da Folha de S. Paulo a respeito de Janja durante o primeiro mês de Lula no poder

AN INTRUDER IN THE PALACE: the speech of Folha de S. Paulo about Janja during Lula's first month in power

AMORIM, Tatiana
Universidade de Brasília – Brasil
profa.amorim@gmail.com

GI 4 - Comunicação e Diversidades: por um olhar interseccional para as identidades nas culturas democráticas.

Palavras-chave: Gênero; política; Discurso Jornalístico.
Keywords: Gender; politics; Journalistic Discourse.

A pesquisa analisa a cobertura realizada pelo jornal Folha de S. Paulo referente à Rosângela Silva (Janja) durante o mês de janeiro de 2023, primeiro mês de Lula no poder após vencer as eleições em 2022, contra Jair Bolsonaro. A busca no site do jornal foi realizada a partir da palavra-chave "Janja", contemplando o período de 1º a 31 de janeiro de 2023 e com o filtro da editoria de política das Folha de S. Paulo. Com isso, foram encontradas 26 matérias que citavam Janja, porém decidiu-se analisar apenas as matérias que tinham o nome "Janja" no título, o que deixou a análise com 8 matérias no total.

A partir da análise de discurso de vertente francesa (AD), a investigação deu-se pelas matrizes discursivas que guiaram o discurso jornalístico a respeito de Janja durante seu primeiro mês como primeira-dama. O esforço central foi por averiguar se existiu sexismo e/ou misoginia por parte do discurso jornalístico ao representá-la, já que se trata de algo novo, ou seja, uma primeira-dama declaradamente feminista e que se mostra interessada em trabalhar pela igualdade de gênero. Para tanto, foram mobilizadas teorias feministas e de gênero, teorias do jornalismo e a análise de discurso.

Janja, hoje primeira-dama do Brasil, é natural do Paraná, socióloga, e militante do Partido dos Trabalhadores. A socióloga possui uma sala no Palácio do Planalto para trabalhar com questões relacionadas à segurança alimentar e setor cultural, além das questões de igualdade de gênero. Desde a campanha presidencial, a socióloga se mostrou ativa e presente, ou seja, Janja não seria uma primeira-dama convencional, um objeto de decoração ao lado do presidente, mas uma mulher atuante, em especial, em projetos voltados para a população feminina.

Ao buscar as matrizes discursivas, ou seja, as recorrências encontradas no conjunto discursivo analisado (FOUCAULT, 2008), pretendo estabelecer a estratégia

discursiva do jornal ao representar Janja, buscando unir os estudos de mídia com a análise de discurso, que, de acordo com Gregolin (2007, p.13), "ambos têm como objeto as produções sociais de sentidos". Parto da ideia de que os gêneros são construídos e que as mídias exercem papel relevante nesta construção na contemporaneidade, dado que, de acordo com Lauretis (1994, p. 209) o gênero é uma representação, representar o gênero é também o construir, esta construção é contínua e a desconstrução do gênero também o constrói.

As matérias que fizeram parte da análise foram: "Conheça a cadela Resistência, que subiu a rampa do Planalto com Lula e Janja[1]", de 1º de janeiro; " Janja coordena passagem de faixa, anima a militância e evita vermelho[2]", de 1º de janeiro; " Lula vai a show da posse, agradece apoiadores 'ofendidos' e dá beijo em Janja[3]", de 1º de janeiro; " Janja participa de reunião ministerial de Lula e presenteia ministros com foto[4]" de 6 de janeiro; " Imagens mostram sala de Janja depredada no palácio do Planalto[5]" de 8 de janeiro; "Democracia não vai se dobrar e Lula não vai baixar a cabeça, diz Janja[6]" de 9 de janeiro; " Onipresença de Janja inclui posses, reunião com governadores e mensagem à PF[7]" de 15 de Janeiro; " Janja vai à justiça e pede indenização a conselheiro do Corinthians após ser xingada nas redes[8]" de 19 de janeiro.

Com a análise percebeu-se a persistência em colocar Janja em segundo plano (a esposa de Lula) retirando-a do lugar que almeja; em criticar a presença política de Janja, como se ela estivesse ocupando um espaço que não a pertence de forma demasiada e ligando Janja a temas menos relevantes politicamente, como a cor e o estilo da roupa que usou na posse de Lula e a história da cadela Resistência. Esta análise foi apenas do primeiro mês da atuação da primeira-dama. Acredito que, com a persistência de Janja, as

[1]Disponível em https://www1.folha.uol.com.br/poder/2023/01/janja-vai-a-justica-e-pede-indenizacao-a-conselheiro-do-corinthians-apos-ser-xingada-nas-redes.shtml Acesso em 29/8/2023
[2] Disponível em https://www1.folha.uol.com.br/poder/2023/01/onipresenca-de-janja-inclui-posses-reuniao-com-governadores-e-mensagem-a-pf.shtml Acesso em 29/8/2023
[3] Disponível em https://www1.folha.uol.com.br/poder/2023/01/democracia-nao-vai-se-dobrar-e-lula-nao-vai-baixar-a-cabeca-diz-janja.shtml Acesso em 29/8/2023
[4] Disponível em https://www1.folha.uol.com.br/poder/2023/01/imagens-mostram-sala-de-janja-e-painel-de-di-cavalcanti-depredados.shtml Acesso em 29/8/2023
[5] Disponível em https://www1.folha.uol.com.br/poder/2023/01/janja-participa-de-reuniao-ministerial-de-lula-e-presenteia-ministros-com-foto.shtml Acesso em 29/8/2023
[6] Disponível em https://www1.folha.uol.com.br/poder/2023/01/lula-vai-a-show-da-posse-agradece-apoiadores-ofendidos-e-da-beijo-em-janja.shtml Acesso em 29/8/2023
[7] Disponível em https://www1.folha.uol.com.br/poder/2023/01/janja-coordena-passagem-de-faixa-anima-a-militancia-e-evita-vermelho.shtml Acesso em 29/8/2023
[8] Disponível em https://www1.folha.uol.com.br/poder/2023/01/conheca-a-cadela-resistencia-que-deve-participar-da-posse-de-lula-e-e-simbolo-do-periodo-da-prisao.shtml Acesso em 29/8/2023

representações em torno desta figura (primeira-dama) possam se mover, saindo do lugar já conhecido de “enfeite” e partindo para seu novo lugar, o de atuação política das mulheres.

> O jornalismo desempenha seu papel de gestor de consensos. Não se trata de mediação entre partes ou posições, mas de uma atuação política que define o mínimo denominador comum entre os segmentos das elites que estão em disputa. Em outras palavras, colabora para definir o que está em disputa ou o que pode estar legitimamente em disputa. (BIROLI, 2012, p.13)

Dessa maneira, acredito que, Janja se mantendo atuante e em foco, ou seja, tendo sua imagem mediatizada, as relações de gênero devem receber maior atenção e mudanças positivas para os movimentos feministas e de gênero podem acontecer no país.

REFERÊNCIAS

FOUCAULT, Michel (2008). A arqueologia do saber. Rio de Janeiro: Forense Universitária.

BIROLI, Flávia (2012). O jornalismo como gestor de consensos: limites do conflito na política e na mídia. In: XXI Encontro Anual da Compós, Juiz de Fora.

LAURETIS, Teresa de (1994). A Tecnologia do Gênero. Tendências e Impasses: o feminismo como crítica da cultura. Rio de Janeiro.

Inteligência artificial, representação e ressuscitação materna em comercial de marca: notas sobre um circuito de interação e consumo da/na maternidade

Fernanda Bôto Paz Aragão
Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN) e Universidade Federal do Ceará (UFC)
fernandaaragao@uern.br

GI 4 - Comunicação, gênero e democracia

Palavras-chave: Maternidade; Comunicação; Circuito de Consumo

Resumo expandido

Tema, objetivos e caracterização da pesquisa

Recentemente, a cantora Maria Rita apareceu em um dueto musical com sua mãe Elis Regina em propaganda comemorativa dos 70 anos da marca Wolkswagen no Brasil. Tudo não passaria de mais uma corriqueira e persuasiva estratégia publicitária se a vida da Elis não tivesse sido interrompida há 41 anos. Além do fato de a tecnologia (Inteligência Artificial) "ressuscitar" alguém, a música interpretada por "elas" é: "Como nossos pais" de Belchior e o dueto musical de mãe e filha é inédito e, a priori, emocionante. Foram utilizados vários elementos no comercial que associam memória, cultura material e representações maternas no consumo. Nenhuma descrição será capaz de transmitir tão bem a complexidade persuasiva e emotiva do filme[1], portanto, recomendo que ele seja visto antes de continuar a leitura desta proposta de pesquisa.

As representações maternas nas mídias não são um fenômeno recente (Tomaz, 2015), mas ganham novos contornos com a cultura participativa característica da convergência midiática (Jenkins, 2009). Nesse cenário de narrativa transmidia[2], consumidores e produtores de conteúdo se confundem, produzindo sentidos sobre maternidade que se (re)produzem em um circuito de interação e consumo da/na maternidade. Os atores que fazem parte desse circuito são desde marcas a mulheres-mães, logo podem estar em concordância, discordância ou negociação, revelando a complexidade do fenômeno da maternidade contemporânea atravessada pelas

[1] https://rb.gy/d1ogq
[2] A narrativa transmídia refere-se a uma nova estética que surgiu em resposta à convergência das mídias – uma estética que faz novas exigências aos consumidores e depende da participação ativa de comunidades de conhecimento.

tecnologias. É nesse contexto que é veiculado o comercial da marca Wolkswagen, gerando uma diversidade de manifestações que ficam mais evidentes nas redes sociais.

A propaganda que é objeto desta pesquisa traz uma rica polêmica, uma vez que: 1) É de uma marca que colaborou com a ditadura militar (Carta Capital, 2021); 2) Ressuscita alguém que partiu há mais de quatro décadas; 3) Utiliza uma música que foi criada justamente para criticar o período histórico da ditadura militar. Para além de todas as questões citadas, importa para esta pesquisa desvelar as significações de maternidade presentes na campanha publicitária e associá-las a um circuito que envolve interações e consumo da/na maternidade. As interações ocorrem principalmente, mas não só, em ambientes digitais (*e.g.* redes sociais) e são protagonizadas por diferentes atores que assumem a voz e o posicionamento sobre o que é ser mãe na contemporaneidade. Isso tudo ocorre em um mundo culturalmente constituído em que consumo e cultura se confundem (McCracken, 2007).

Logo, essa pesquisa tem como objetivo compreender que representações de maternidade que estão presentes no comercial da marca Wolksvagen e como elas estão associadas ao circuito de interação e consumo da/na maternidade contemporânea. Desse modo, pretendemos ampliar o entendimento sobre ser mãe na cultura do consumo atravessado pelas culturas digitais.

Discussão teórica

Os eixos teóricos desta pesquisa são, principalmente: maternidade, consumo e internet. Para tanto, são abordadas fontes teóricas que elucidam os significados de maternidade nas mídias, especialmente nas redes sociais digitais através de autoras como Braga (2008), Mendonça (2014), Oliveira-Cruz e Mendonça (2021), Souza (2019) e Tomaz (2015). Essas autoras contribuem para apresentar tanto sentidos de maternidade nas mídias tradicionais como também a proliferação cada vez mais intensa de diferentes vozes maternas relatando seus lugares de fala nas redes.

Tudo isso não acontece em um vácuo cultural, logo, através do modelo atualizado de McCracken (2003) e proposto por Perez (2020) são apresentados os diferentes agentes culturais que contribuem com a (re)produção de sentidos de ser mãe. Ademais, demonstramos como ocorrem as movimentações desses significados através das mídias, da cultura material, dos rituais de consumo e das mulheres cada vez mais

engajadas em produzir conteúdo nas mídias sociais digitais sobre suas experiências maternas.

A relação de maternidade, consumo e mídias sociais é extensa e pode ser observada tanto em grupos de mães de desapego de roupas e acessórios infantis de segunda-mão, quanto em grupos de amamentação (Aragão, Rios, 2021; Aragão, Belmino, 2021). As autoras demonstram que as conversas que acontecem entre mães representam reverberações de um mundo culturalmente constituído difícil de separar da cultura do consumo e das representações simbólicas vigentes da mulher-mãe. Logo, observa-se o que Braga (2011) denominou circuito comunicacional (de mães) que consiste em interações ocorrentes em cada ambiente social. No entanto, parece-nos, com base nos resultados empíricos observados em pesquisas anteriores de um projeto de doutorado, que algo mais amplo e que faz direta associação ao consumo acontece nesses ambientes sociais. Trata-se do que denominamos neste estudo de circuito de interação e consumo da/na maternidade que envolve diferentes mídias, através de narrativas sobre maternidade que circulam a partir diversos atores (*e.g*. marcas, médicos, profissionais de saúde, profissionais de educação, psicólogos, mães influenciadoras, mães comuns).

É a partir dessas colocações iniciais que este estudo envereda na busca por compreender não apenas os significados de maternidade presentes na propaganda da Wolsksvagen como também a sua relação com um circuito de interação e consumo da/na maternidade ocorrente em diferentes mídias na contemporaneidade.

Enfoque metodológico

Foi realizado um estudo do filme da Wolkswagen através da observação e da análise temática de conteúdo de Deslandes, Gomes e Minayo (2007). Com isso, buscou-se desvelar significados de maternidade para além da superfície do que é apresentado. Os resultados encontrados foram comparados com os achados relacionados ao circuito de interação e consumo da/na maternidade construídos em outras pesquisas anteriores a esta.

Principais resultados

A pesquisa permitiu perceber que no comercial da marca Wolkswagen ocorreu a (re)produção de significados de maternidade bastante presentes na cultura. Entre os sentidos de ser mãe encontrados no filme tem-se: maternidade naturalizada como

uma relação de acolhimento, carinho e boas experiências para mães e filhos. No comercial não existem memórias ruins e todas as que apresentam a relação de mães e filhos demonstram momentos de plenitude e boas lembranças. Tais representações não estão de acordo com outras pesquisas sobre mães que relatam na internet suas experiências nem sempre harmoniosas com a maternidade, principalmente por existirem muitos conflitos entre os diversos papeis que as mulheres assumem na sociedade. Logo, entre algumas conclusões encontradas nesta pesquisa, percebe-se que no fenômeno do circuito de interação e consumo da/na maternidade, amplificado pela ambiência digital, apresenta representações maternas que divergem dos sentidos de ser mãe presentes na propaganda da Wolkswagen.

Referências bibliográficas

Aragão, Fernanda Bôto Paz; FREITAS, Silvia Helena Belmino (2021). Narrativas maternas de consumo em comunidades virtuais. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – VIRTUAL – 4 a 9/10/2021. Disponível em: < https://portalintercom.org.br/anais/nacional2021/resumos/dt2-pp/fernanda-boto-paz-aragao.pdf> Acesso em: 6 jan. 2022.

_____; Rios, Marina Pereira (2021). Entre desapego e achadinhos: consumo e sustentabilidade em grupos maternos de WhatsApp no Ceará. Comunicon 2021 – Congresso Internacional de Comunicação e Consumo – 13 a 15/10. Disponível em: < https://comunicon.espm.edu.br/wp-content/uploads/2021/11/ARAGA%CC%83O-E-RIOS.docx.pdf> Acesso em: 6 jan. 2022.

Braga, Adriana (2008). **Personas Materno-Eletrônicas:** feminilidade e interação no blog Mothern. Porto Alegre: Editora Sulina.

Jenkins, Henry (2009). **Cultura da convergência**. Tradução Suzana Alexandria. – 2.ed. São Paulo: Aleph.

McCracken, Grant (2007). Cultura e consumo: uma explicação teórica da estrutura e do movimento do significado cultural dos bens de consumo. **RAE.** V. 47, n. 1, p. 99 -105. Disponível em < https://www.scielo.br/j/rae/a/v4jhqtDxxrkmsrSkmKyjM8p/?lang=pt&format=pdf> Acesso em 30 dez. 2021.

Oliveira-Cruz, Milena Freire de; Mendonça Maria Collier de (org.) (2021). **Maternidade nas mídias** [recurso eletrônico] – Santa Maria, RS : FACOS-UFSM. 1 e-book : il.

Tomaz, R (2015). Feminismo, maternidade e mídia: relações historicamente estreitas em revisão. **Galáxia** (São Paulo, Online), n.29, p.155-166.

Protagonismo local na pauta jornalística do "Desenrolae não me enrola"

Local protagonism in the journalistic agenda of "Desenrola e não me enrola"

Ingrid Gomes Bassi
Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará, Brasil,
ingrid.bassi@unifesspa.edu.br

Mariana Ferreira Lopes
(UnB) – Universidade de Brasília, Brasil,
flopes.mariana@gmail.com

GI 4 – Comunicação e Diversidades: por um olhar interseccional para as identidades nasculturas democráticas

Palavras-chave: Jornalismo; Protagonismo local; Temática Inclusiva e Desenrola e nãome enrola.

Keywords: Journalism; Local protagonism; Inclusive Theme e Desenrola e não meenrola.

O Desenrola e não me enrola é titulado como prática do "jornalismo diverso e periférico" ao completarem uma década em 2023, problematizam a pauta jornalística da periferia de São Paulo, habilitam como escola nessa atuação em projetos com proposta pedagógica e inspiram cotidianamente os envolvidos e as comunidades locais. Este resumo pretende trazer brevemente a trajetória do coletivo e discuti-la a partir da teoria de John Downing (2002), de contra hegemonia da comunicação, a fim de problematizar a prática jornalística do coletivo e portal como impulsionadores do território periférico como protagonistas das suas ações e dinâmicas de vida, assim como agentes que transformam e reinventam a partir das suas próprias articulações socioculturais, assim como reconhecer os processos educativos no bojo de experiências de comunicação contra hegemônica. Para isso, faz-se um resgate da história e da atuação do coletivo e a pesquisabibliográfica.

O portal do Desenrola e não me enrola é formado por seis jornalistas (Evelyn Vilhena, Ronaldo Matos, Thais Siqueira, Viviane Lima, Murilo Otávio e Laio Rocha) um designer (Flávia Lopes), um social media (Samara Silva), um estudante de Jornalismo (Flávia Santos) e Vitória Guilhermina que é orientadora comunitária, moradora da região do site e formada em cursos oferecidos pelo "Desenrola e não me enrola". Mantem-se com doações abertas ao público, pelo próprio site, e de edições de

editais e parcerias comprojetos na área da comunicação.

Segundo um dos fundadores, o jornalista Ronaldo Matos[2], o Desenrola e não me enrola[3] inicia com o coletivo de mesmo nome na época do segundo semestre do Curso de Jornalismo, junto com Thais Siqueira, em abril de 2013. Os jovens estudantes de jornalismo na época, se inquietavam diante das cenas políticas no país em 2013. No mesmo ano, nasce o Blog Desenrola e não me enrola, com o foco nas temáticas da periferia da zuna sul de São Paulo. Os temas variam de denúncias dessas localidades em que não costumam ser pauta dos veículos tradicionais da cidade. Também cobrem cultura, educação, política, assuntos ligados às histórias de vida e movimentos artísticos da periferia da zuna sul de São Paulo.

Nas editorias Séries, Cena Rápida, Desenrola Aí, Quebra Tech, Raízes Periféricas, Territórios Criativos, Contextos Periféricos e Colunas, com especialistas das periferias da zonal sul de São Paulo, o site traz os sujeitos do cenário cultural nas várias editorias, tanto como pauta principal quando ocupam o protagonismo ou como entrevistados no decorrer das notícias, reportagens e entrevistas gerais.

Imagem 1: Print da página principal do Desenrola e não me enrola[4]

[2] Em debate no XVII Encontro do Grupo de Pesquisa Comunicação Comunitária e Cidadania, Comuni, em 27 de outubro de 2021. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=EQLAj9m0e5o. Acessado em30 de jul. de 2023.
[3] Disponível em: https://desenrolaenaomenrola.com.br/. Acessado em 31 de ago. 2023.
[4] Ibidem.

Como movimento ativo, de 2013 até atualmente desenvolveram a Escola de Jornalismo Periférico com a formação de mais de 300 jornalistas da localidade, por meio do Programa "Repórter da Periferia". A primeira edição com 30 jovens, o curso de oito meses, foca no Letramento Midiático, a partir da formação desses dez anos já indicou ao grupo do Desenrola a necessidade e demanda de um desejo de reportar informação de qualidade por meio dos sujeitos locais. Hoje, com mais de oito edições do Repórter da Periferia, essa localidade aglutina outros pontos culturais de transformação de território, como bibliotecas e espaços multidisciplinares. Em 2016 conseguiram financiamento através da Lei de Fomento à Cultura da Periferia de São Paulo e, no ano seguinte, construíram o Centro de Mídia M'Boi Mirim, como espaço coletivo compartilhado de audiovisual, laboratório e outras intersecções de mídia.

Nesse sentido, destaca-se a noção de comunicação como mediação (Peruzzo, 2022) situada nos processos educativos que se concretizam nesses espaços não-formais de aprendizagem, tais como as iniciativas acima mencionadas. Um processo educativo que abrange tanto a relação sujeito e realidade, tomando por base o sujeito de práxis e o compromisso social trazido por Paulo Freire, como também sobre o próprio fazer comunicacional, dentro do que podemos reconhecer como uma educomunicação comunitária.

Na interrelação com a contra hegemonia no fazer comunicativo, o material jornalístico do Desenrola tem como objetivos principais ser plural sob a ótica local, dos seus territórios e ao mesmo tempo transformador, no sentido de compartilhar com as comunidades locais o pertencimento e a sustentabilidade autônoma dos seus agentes. Por isso, a ideia da mídia contra hegemônica de Downing (2002) avançar nas propostas comunicativas que podem ser tanto para dentro da comunidade, como irem para fora, e perpetuarem com outros públicos o ato de se comunicarem. Como exemplos possíveis o autor problematiza a dança afro-americana, as canções populares, o grafite (cultura do hip-hop), a mídia têxteis (vestuário), os broches e bottons de lapela, os adesivos de para-choques e até mesmo o teatro popular.

Outra intersecção é o papel da mídia radical como audiência ativa, aquela em que o público – espectador e leitor – elabora seus produtos e mensagens de comunicação, estimulando uma esfera pública alternativa. Justamente o alicerce do Desenrola, de formar jovens estudantes em Letramento Midiático e em práticas jornalísticas para a interação com seu próprio local, como agentes transformadores da pauta cotidiana de onde estão

e do que querem movimentar e modificar. Outro fator, característico da mídia contra hegemônica que visualizamos no Desenrola é a acessibilidade de menor custo, em especial ligado às situações de desigualdade socioeconômica, que Downing levanta historicamente como cenários extremos, como repressão e pobreza. Para tanto, a mídia radical e contra hegemônica apresenta o entrosamento com a cultura popular e com a dinâmica das identidades locais, pois as coloca como protagonistas no processo comunicativo, fatores presentes na trajetória desses dez anos do Desenrola e não me enrola.

Referências:

Desenrola e não me enrola (2023). *Linha editorial do Desenrola e não me enrola.* Disponívelem: https://desenrolaenaomenrola.com.br/linha-editorial/.

Downing, John D. H. (2002). *Mídia Radical – rebeldia nas comunicações e movimentos sociais.* São Paulo: Senac.

Peruzzo, Cicilia.M.K (2022). *Pedagogia da comunicação popular e comunitária nosmovimentos sociais*. Porto Alegre: Editora Sulinas.

Corpos plurais num país sem democracia: a imprensa erótica da Grafipar Edições[1]

Plural bodies in a country without democracy: the erotic press of Grafipar Edições

José Carlos FERNANDES[2]
André Justus CZOVNY[3]
Mariana de Mattos SCAVASSIN[4]
Universidade Federal do Paraná (UFPR)

GI 4 – Comunicação e Diversidades: por um olhar interseccional para as identidades nas culturas democráticas (Presencial e Remoto)

Palavras-chave: Imprensa e erotismo; Ditadura civil-militar; revolução comportamental

Keywords: Press and eroticism; Civil-military dictatorship; Behavioral revolution

Este estudo propõe uma cartografia inicial, de caráter exploratório, sobre a Grafipar Edições, com o intuito de situá-la no conjunto das publicações da imprensa que ora enfrentaram, ora coadunaram com regime civil-militar – instalado no Brasil em 1964 – ao proporem políticas que passassem pelas sexualidades heterodoxas e pelos costumes não convencionais.

Dentre os objetivos, destaque-se entender como a que aqui se vai chamar de "imprensa erótica" construiu sua resistência – mesmo fora do eixo Rio-São Paulo, a exemplo da Grafipar (Danton, 2012; Gonçalo Jr, 2010; Fernandes, 2017, 2021); de que maneira essas publicações lidaram com as dubiedades, ao circularem nos limites da pornografia (Susca, Attimonelli, 2017) cultivada pela direita; como esse setor de imprensa incidiu sobre o movimento, então, GLS (gays, lésbicas e simpatizantes); e em

[1] Trabalho apresentado ao GI 4 – Comunicação e Diversidades: por um olhar interseccional para as identidades nas culturas democráticas (Presencial e Remoto), do XI seminário Alaic.

[2] Doutor e mestre em Estudos Literários, professor do Departamento de Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (UFPR), email: zeca@ufpr.br

[3] Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (UFPR), email: andrejustusc@gmail.com

[4] Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (UFPR), email: marimattos2012@gmail.com

que medida esse capítulo da história do jornalismo ganha atualidade/reação em meio às lutas identitárias (Rodrigues, 2018; Roudinesco, 2022).

Síntese de um conjunto de pesquisas assinadas pelos autores, as metodologias que incidiram sobre os resultados passam pela análise de conteúdo (Bardin, 2016) discurso-ação (Ricoeur, 2018) e hermenêutica de profundidade (Thompson, 2011). Dentre os resultados alcançados, a destacar o acento da Grafipar nas políticas responsivas – expressas nas cartas de leitores (Fernandes *et al*, 2022); a articulação editorial com os discursos libertários dos anos 1970 – o que explica a atualidade dos artigos; e a tensão dos discursos editoriais, que faziam das revistas escritas pela esquerda um objeto da afirmação da masculinidade – uma das afirmações da ditadura –, corroborando o lugar problemático, social e histórico, que une erotismo, política e revolução (Darnton, 1996).

A pornografia e o erotismo publicados em veículos de imprensa no Brasil, a partir do golpe civil militar de 1964, constituem um dos grandes paradoxos do período (Araújo, 2023; Carmo, 2011). Trata-se de uma discussão em busca de filtros, marcos, de metodologias e conceituação, dadas as contradições e complexidades que carregam. As revistas "pornô" serviram de instrumentos para o conservadorismo (Guedes e Melo, 2021; El Far, 2004) nas suas interfaces: machismo, homofobia, autoritarismo, objetificação da mulher, caricaturização das minorias... Ao mesmo tempo, nas entrelinhas desse jornalismo peculiar se esboçaram licenças para avanços comportamentais, informação balizadas sobre sexualidade e políticas do corpo (Corbin et al., 2012; Nolasco, 1985), dentre outros discursos libertários. A questão, em si, espelha um conflito sobre o lugar do micro e do macro na efetivação das transformações históricas (Abreu, 2012; Ribeiro, 2016).

Um dos desafios para os pesquisadores que se debruçam sobre esse fenômeno dualista reside em compreender o contexto em que a pornografia – se é que assim pode ser chamada – se desenvolveu numa sociedade militarizada e instrumentalizada pela censura (Trevisan, 2007; Gabeira, 1981). Há relações – nem sempre explícitas – entre o momento em que o regime incentivava e punia o erotismo na imprensa, e a formação do que hoje chamamos de movimento LGBTIA+. De modo que ao se fazer essas e outras costuras, pode-se afirmar que as "revistinhas" ou "catecismos" não ficaram fossilizadas no passado, sendo visível sua projeção no presente. As edições da Grafipar informam, à sua maneira, como os setores mais politizados da sociedade brasileira entenderam que as mudanças passavam pela intimidade (Giddens, 2003). E sugerem que esse processo

não se esgotou com o fim do regime militar, em 1985 (Quinalha, 2021; Chauí, 1984; Gandino, 1986).

Interessa a esse estudo um rol de publicações em especial – formado pelos aproximados 65 títulos publicados entre os anos 1960 e 1980 pela Grafipar Edições, então com sede em Curitiba, Paraná. Integrante de uma linhagem que tem seus expoentes os quadrinhos de Carlos Zéfiro (Gonçalo Jr, 2018) e a revista *Playboy* (Costa *et al*, 2016), para citar dois marcos, a editora carrega um agravante: estava num espaço periférico e tinha relações "combinadas" com a censura – um episódio que se tornou parte do folclore da publicadora. Sujeitas às batidas da Polícia Federal nas bancas de revista – um expediente comum entre 1964 e 1979 –, as publicações eram confiscadas, junto com os jornais de esquerda, como *Movimento* e *Opinião*, mas as edições da Grafipar não eram aprovadas em Brasília, o que lhes permitia certas licenças temáticas. É nesse hiato que vozes dissonantes operavam.

Outra particularidade das revistas da Grafipar Edições é que contavam no seu expediente com jornalistas, designers e cartunistas fichados pelo regime militar – todos, de alguma maneira, na defensiva e em militância. Ligados ao que se convencionou chamar de "esquerda festiva" ou "desbunde", esse grupo tinha entre seus expoentes os poetas Paulo Leminski e Alice Ruiz (2015), o designer Luiz Rettamozzo, o ilustrador Flávio Collin, o cartunista Claudio Seto e o jornalista Nelson Padrella – para citar alguns dos nomes da equipe que se alinhavam à esquerda, mas discordavam do quadradismo comportamental de parte de seus dirigentes. Não à toa, separado o joio do trigo, as publicações – que alcançaram o pico de 1,5 milhão de exemplares/mês – traziam nas entrelinhas textos feministas, olhares sobre a lesbianidade e o mundo "guei", como se grafava, e uma flagrante cientificidade no campo do comportamento, em oposição ao conservadorismo obscurantista (Fernandes, 2017).

Dentre os títulos da Grafipar – majoritariamente de quadrinhos eróticos – destacavam-se a HQ *Maria Erótica*, de Cláudio Seto (Santos, 2020); a revista *Peteca* (Portela, 2021) – tida como o gibi *Tio Patinhas* da Grafipar, por ter atingido 100 mil exemplares numa única edição; e a revista *Rose*, que compete com o jornal *Lampião*, de João Silvério Trevisan e Aguinaldo Silva, como a primeira publicação brasileira exclusiva para o público homossexual masculino (Almerindo Jr., 2013).

A curiosidade em torno da Grafipar cresceu na última década, na forma de reportagens, livros, dissertações e teses, um contínuo que cada vez mais a coloca como parte da rede de estudos – nas áreas das ciências sociais, comunicação e história – sobre

o papel da imprensa erótica na luta contra a ditadura e as contribuições que deixou na luta dos minorizados (Green, 2000; Green e Quinalha, 2014, 2018).

É nesse flanco que reside a presente pesquisa. Ao lado de contextualizações e conceituações urgentes – a exemplo da militarização desses produtos, tornando-os cartilhas de masculinidade e autoritarismo, interessa: 1) captar a maneira original como os autores despistavam os censores; 2) entender o erotismo e a pornografia de outrora na interface com os grupos identitários do século XXI; 3) reforçar o diálogo na rede de pesquisadores, de modo a fazer eco com essa produção silenciada em meio a discursos anacrônicos.

REFERÊNCIAS

ABREU, N. (2012) **O olhar pornô**: a representação do obsceno no cinema e no vídeo. 2.ª ed. São Paulo: Alameda.

ALMERINDO JR. (2013) **... E havia um lampião na esquina**: memórias, identidades e discursos homossexuais no Brasil do fim da ditadura (1978-1980). Rio de Janeiro: Luminária Academia.

ARAÚJO, Inácio (2018). Pornochanchadas são quase um grande inconsciente coletivo, diz diretora. **Folha de S. Paulo.** São Paulo, 14 ago. Ilustrada. Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2018/08/pornochanchadas-sao-quase-um-grande-inconsciente-coletivo-diz-diretora.shtml. Consultada em: 8 julho 2023.

BARDIN, Laurence (2016). **Análise de conteúdo**. Edição revista e ampliada. Lisboa: Edições 70.

CARMO, Paulo Sérgio do (2011). **Entre a luxúria e o pudor**: a história do sexo no Brasil. São Paulo: Octavo.

CHAUÍ, M. (1984) **Repressão sexual**: essa nossa (des)conhecida. 6 ed. São Paulo: Editora brasiliense.

CORBIN, A. COURTINE, J.J. VIGARELLO, G. (2012) **História do corpo**. 2. Da Revolução à Grande Guerra. 4.ª edição. Petrópolis: Vozes.

COSTA, C (org.) (2016). **Histórias secretas:** os bastidores dos 40 anos de Playboy no Brasil. São Paulo: Panda Books.

DANTON, G. (2012) **Grafipar**: a editora que saiu do eixo. São Paulo: Kalaco.

DARNTON, R. (1996) Sexo dá o que pensar. In: NOVAES, Adauto (org.). **Libertinos e libertários.** São Paulo: Companhia das Letras.

EL FAR, Alessandra (2004). **Páginas de sensação**: literatura popular e pornográfica no Rio de Janeiro (1870-1924). São Paulo: Companhia das Letras.

FERNANDES, J. C. (2017) Desejos impressos. **Helena.** Curitiba, set., n.º 6. Biblioteca Pública do Paraná.

FERNANDES, J. C. (2021) Grafipar: uma reação erótica à ditadura militar. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, v. 19, n. 42, 2021. DOI: https://doi.org/10.5212/RIF.v.19.i42.0009. Acesso: 08 julho 2023.

FERNANDES, J.C. PORTELA, M. CZOVNY, A.J. (2022) Ponto de Encontro: análise de uma revista "trisexual". In: 20.º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo – SBPJor, 2022, João Pessoa, Paraíba. **Anais**. São Paulo, SBPJor.

GABEIRA, Fernando (1981). **O crepúsculo do macho**: depoimento. 19.ª ed. Rio de Janeiro: Codecri.

GANDINO, A. (1986) **Macho, masculino, homem**: a sexualidade, o machismo e a crise de identidade do homem brasileiro. Porto Alegre: L&PM.

GIDDENS, A. (2003) **A transformação da intimidade**: sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas. São Paulo: Unesp.

GONÇALO JR. (2010) **A guerra dos gibis 2**: Maria Erótica e o clamor do sexo: imprensa, pornografia, comunismo e censura na ditadura militar 1964-1985. São Paulo: Editoractiva.

GONÇALO JR. (2018) **O deus da sacanagem**: a vida e o tempo de Carlos Zéfiro. São Paulo: Noir.

GREEN, J. N. (2020) **Além do carnaval**: a homossexualidade masculina no Brasil do século XX. São Paulo: Ed. Unesp.

GREEN, J. N. QUINALHA, R. (orgs). (2014) **Ditadura e homossexualidade**: repressão, resistência e a busca da verdade. São Carlos (SP): Ed. UFSCar.

GREEN, J. N. QUINALHA, R. CAETANO, M. FERNANDES, M (orgs). (2018) **História do movimento LGBT no Brasil.** São Paulo: Alameda.

GUEDES, Ciça. MELO, Murilo Fiuza de. (2021) **Os motéis e o poder**: da perseguição pelos agentes de segurança ao patrocínio pela ditadura militar. Rio de Janeiro: Ed. do autor.

LEMINSKI, Paulo. RUIZ, Alice**. (2015) Afrodite**: quadrinhos eróticos. São Paulo: Veneta.

NOLASCO, S. (1995) **A desconstrução do masculino**: uma contribuição crítica à análise de gênero. In: A desconstrução do masculino. Rio de Janeiro: Rocco.

PORTELA, M. R. (2021) **"Ela também tem direito ao orgasmo"**: uma análise discursiva da coluna Sexyterapia da revista Peteca (1976-1982). Curitiba: Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPR. Dissertação de mestrado. Disponível em: https://acervodigital.ufpr.br/handle/1884/72767?show=full

QUINALHA, R. (2021) **Contra a moral e os bons costumes**: a ditadura e a repressão à comunidade LGBT. São Paulo: Companhia das Letras.

RIBEIRO, A. F. (2016) **Desnudando a ditadura militar**: As revistas erótico-pornográficas e a construção da(s) identidade(s) do homem moderno (1964-1985). Dissertação (Mestrado em Letras), Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Assis.

RICOUER, P. (2018) **O discurso da ação**. Lisboa: Edições 70.

RODRIGUES, J. (2018) Imprensa gay no Brasil In: GREEN, J.N. QUINALHA, R. CAETANO, M. FERNANDES, M. (orgs). **História do movimento LGBT no Brasil**. São Paulo: Alameda.

ROUDINESCO, Elisabeth (2022). **O eu soberano**: ensaio sobre as derivas identitárias. Rio da Janeiro: Zahar.

SANTOS, Leandro dos. (2020) **As histórias em quadrinhos de Maria Erótica (1979-1981) de Claudio Seto:** visões carnavalizantes durante a ditadura militar. Orientadora: Marilda Lopes Pinheiro Queluz. 352 páginas. Dissertação. Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR - Programa de Pós-Graduação em Tecnologia e Sociedade. Disponível em: https://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/5098/1/quadrinhosclaudiosetoditadura.pdf

THOMPSON, J. B. (2011) **Ideologia e cultura moderna**: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis (RJ): Vozes.

SUSCA, V. ATTIMONELLI, C. (2017) **Pornocultura:** viagem ao fundo da carne. Porto Alegre: Sulina.

TREVISAN, J. S. (2007) **Devassos no paraíso:** a homossexualidade no Brasil, da colônia à atualidade. 6.ª ed. revista e ampliada. São Paulo: Record.

Mulheres produtoras de conhecimento comunicacional na América Latina[1]

Women producers of communication knowledge in Latin America

GOBBI, Maria Cristina[2]

GI 4 - Comunicação e Diversidades: por um olhar interseccional para as identidades nas culturas democráticas (Presencial e Remoto)

Palavras-chave: América Latina; Comunicação; Mulher
Keywords: Latin America; Communication; Woman

Resumo Expandido

A produção comunicacional da e na América Latina, como afirma Jesús Martín-Barbero (1997), é um redescobrimento de complexas polêmicas, de problemáticas postergadas, de genealogias que interconectam campos e linhas de pensamentos singulares. Antagônicas em muitos aspectos, mas extremamente calcadas em tradições acadêmicas e perspectivas teóricas exclusivistas, como baseadas nas práticas e nas experiências individuais protagonizadas, em sua grande maioria, por pesquisadores homens. Para os cenários múltiplos dos estudos comunicativos devemos levar em consideração características estruturais, sociais, político-culturais e de gênero, tão diferentes em uma região matizada como a nossa.

Assim, esta pesquisa, de caráter exploratório, pretendeu a partir de um complexo metodológico interligado pela investigação bibliográfica, pesquisa histórica (historiografia social), categorizada por "espaço de experiência" e "horizontes de expectativas" (Koselleck, 2006) e "gênero" (Scott[3], 1990), em especial dos trabalhos de Michelle Rosaldo e Louise Lamphere (1979) resgatar, sistematizar, analisar e focalizar as contribuições das mulheres para os estudos comunicativos latino-americanos, tendo como recorte espaço-temporal os livros sobre comunicação produzidos pelo Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal), no período de 1959 até 1999.

Há uma consonância entre as estudiosas/os da área da comunicação a respeito da escassez de fontes bibliográficas e de referências teórico-conceituais produzidos por mulheres ou que examinem a sua produção e/ou que tenham as mulheres como foco (sujeito) de estudos. Em quase 3 séculos, na América Latina (cenário estudado por essa pesquisa), a mulher vem buscando o (re)conhecimento de sua produção na área,

[1] Trabalho apresentado no GI 4 - Comunicação e Diversidades: por um olhar interseccional para as identidades nas culturas democráticas do XI Seminário da ALAIC, realizado na UnB, Brasília, de 3 a 7 de outubro de 2023.

[2] Bolsista de Produtividade do CNPq. Pesquisadora Livre-Docente pela Unesp. Bolsista Fapesp (Processo 2022/08397-6). Professora Associada da FAAC-Unesp, nos cursos de graduação e nos programas de Pós-Graduação em Comunicação e Mídia e Tecnologia. Presidenta da ABPCom, gestão (2019-2023) e Diretora Administrativa da ALAIC, gestão (2022-2025). Ganhadora do Prêmio Luiz Beltrão - Categoria: Maturidade Acadêmica da Intercom, em 2014. Email: cristina.gobbi@unesp.br

[3] Joan Scott é professora do Institute for Advanced Study in Princeton.

inicialmente na impressa e após, com a chegada de outras mídias, televisiva, radiofônica e mais recentes na online. A presença feminina no cinema, por exemplo, tem reforçado os papéis de gênero, social, político, históricos e economicamente construídos. Sendo gênero, de fato, algo performativo.

Ainda nessa linha, é importante assinalar que há uma discussão protagonizada por pesquisadoras como Joan Scott (1990), que afirmam que gênero é uma construção bem recente quando se refere à "[...] organização social da relação entre sexos", surgindo inicialmente entre as feministas americanas, "[...] que queriam enfatizar o caráter fundamentalmente social das distinções baseadas no sexo" e da mesma maneira "[...] o aspecto relacional das definições normativas da feminilidade". Para a autora, "[...] as pesquisadoras feministas assinalaram desde o início que o estudo das mulheres não acrescentaria somente novos temas, mas que iria igualmente impor um reexame crítico das premissas e dos critérios do trabalho científico existente" (Scott, 1990, p. 72-73).

Além de pouco estudada e significativamente fragmentada, as produções das mulheres na área da Comunicação estão diluídas em temas e/ou períodos específicos. Um exemplo muito oportuno no conhecimento a respeito da produção das mulheres no Brasil é o projeto da Editora Mulheres[4] realizado por Zahidé Lupinacci Muzart, que evidencia que essa problemática não é recente. Como ela mesma afirma,

> [...] me dei conta do quanto ainda elas foram e são ignoradas e subestimadas, pois o número de mulheres no século XIX que escreveram, tanto em periódicos como em livros, é enorme e seu campo de atuação, também muito amplo: habitaram diversas regiões no Brasil, pertenceram a mais de uma classe social, da mais alta à bem pobre, foram brancas arianas ou negras africanas... de modo que, para falar dessa recuperação da memória das mulheres na imprensa do século XIX, seria obrigada a fazer um grande recorte e a me restringir a uma região ou a uma cidade, ou a um periódico e mais ainda a um tempo determinado. (Muzart, 2003, p. 225)

Para a pesquisadora foi somente no século XX e a partir dos anos de 1940 que algumas mudanças começaram a ser notadas. Demanda mais acentuada no âmbito da esfera pública, como a formação de diversos coletivos feministas, denúncias de violência, e nas ampliações das pautas, incluindo alguns temas tabus, como sexualidade, formas de opressão, condição feminina, mulher como sujeito, a luta e a participação política, as discussões sobre raça e classe social, entre outras pendências. Nesses espaços de produção podem ser incluídas Rose Marie Muraro, que em parceria com outras mulheres funda o Centro da Mulher Brasileira (1975) e Nélida Piñon, primeira mulher a tomar posse na Academia Brasileira de Letras, em 1989.

Fazendo uma viagem (e por sinal muito agradável, além de densa em conhecimentos) pela pesquisa da professora Zahidé Lupinacci Muzart (2003) é possível encontrar produções como a de Josefina Álvares de Azevedo, Nísia Floresta Brasileira Augusta, Bertha Lutz, Maria Lacerda de Moura, Corina Coaracy, Carmem Dolores, Gilka Machado, Maria Lacerda de Moura, entre outras. Sem descaracterizar os períodos históricos dos movimentos feministas (chamados de ondas) e nas regiões onde aconteciam (Europa, Estados Unidos, América Latina) eles traziam perspectivas e demandas diferentes em cada época e localidade. Assim, seguindo o conjunto de

[4] Fundada em 1995 pelas professoras Zahidé Lupinacci Muzart, Elvira Sponholz e Susana Bornéo Funck.

produções comunicativas pioneiras, que está fortemente ligado aos movimentos feministas, é possível evidenciar que as contribuições na área da Comunicação das mulheres foram significativas e estiveram presentes nas diferentes ondas do movimento.

Se, por um lado, os estudos comunicativos na América Latina podem ser caracterizados pela ampliação dos espaços de formação, que favoreceu o ingresso da mulher na educação superior, especialmente a partir do século XIX[5], por outro não tem focalizado sua atenção na produção realizada por elas no século XXI. Na literatura da área, de fato, parece evidenciar-se uma condição de exclusão de referenciais dos estudos realizados por mulheres. Embora esforços importantes tenham sido realizados por pesquisadoras no período estudado como, por exemplo, a "Espiral do Silêncio", a única teoria "[...] que tem assinatura feminina no universo cognitivo monopolizado pelo gênero masculino" (Marques de Melo, 2012, informação oral), bastando uma consulta aos manuais de teorias da comunicação vigentes em diversos países para comprovar a afirmação.

Na região latino-americana há trabalhos historicamente significativos e igualmente desaparecidos. Podem ser citadas as contribuições de Fátima Fernandez (México), fundadora da Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), sendo uma de suas publicações o livro "Los medios de difusión masiva en México" de 1982. Matilde Perez Palacios (Peru) que exerceu a presidência da Federação Católica Latino-Americana de Escolas de Jornalismo (Periodistas Católicos, 1968), tendo publicado diversas pesquisas relacionada aos estudos de comunicação religiosa. Marta Colomina de Rivera (Venezuela), que estudou a função das telenovelas na sociedade latino-americana (1968), em cujos resultados estão em seu livro "Huésped Alienante". Patrícia Anzola (Colômbia) "[...] desencadeou uma ofensiva para resgatar a memória da pesquisa em comunicação num bloco formado pela Argentina, Brasil, Chile, Colômbia e Peru". (Marques de Melo, 2012, informação oral). Estão, ainda, neste rol pesquisadoras como: Margarida Kunsch (Brasil), que tem se dedicado aos estudos sobre comunicação na América Latina, além de editar a "Revista Latino-Americana de Ciências da Comunicação", entre muitas outras.

Como resultados podem ser apontados que encontramos em nossas incursões muitos "achados" que contribuem com os estudos femininos da área da Comunicação. E respondendo a questão central que norteou a pesquisa, é possível reconfigurar o quadro de referência dos estudos na área. Para isso é necessário não somente visibilizar as produções femininas, mas tomá-las como referências acadêmico-profissionais. O significativo número de resultados obtidos se constitui em estimulo para a proposição de continuidade do projeto. Reforço aqui meu agradecimento à Fapesp que acreditou na pesquisa e deu todo apoio para sua concretização.

Todo esse denso cenário comunicativo e a invisibilidade da produção das mulheres na região estimularam a proposição de um **projeto de continuidade**. Com o título **Enciclopédia Digital do Pensamento Comunicacional Latino-Americano (PCLA) -** *Seção: MULHERES na Comunicação* tem como objetivo central visibilizar os resultados do projeto que está sendo encerrado, dinamizando os processos de recuperação e de disseminação da informação. A proposta é a criação de um espaço digital (web) para que pesquisadoras/es, professoras/es, estudante de graduação, de pós-graduação e demais interessados na área possam ter conhecimento dos trabalhos (livros, textos, entrevistas, sites, blogs, imagens, áudios etc.) produzidos pelas pesquisadoras, formando uma grande base de dados, de acesso público e gratuito. Tal aporte,

[5] Embora o exercício profissional ainda ocorra, em muitos casos, em uma posição de menor prestígio se comparada com os colegas do sexo masculino.

desenvolvido através de verbetes comunicacionais, possibilitará a interação mais ágil com a bibliografia (facilitando, principalmente, a pesquisa acadêmica).

Referências

Koselleck, R. (2006). *Futuro passado*: contribuição à semântica dos tempos históricos. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Marques de Melo, J. (2012). *Aula Magna* do ano letivo 2012, proferida em Bauru (SP), a convite da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação – FAAC - da Universidade Estadual Paulista Julio de Mesquita Filho (UNESP), por iniciativa dos Programas de Pós-Graduação e Pesquisa em Comunicação e TV Digital.

Muzart, Z. L. (2003). Uma espiada na imprensa das mulheres no século XIX. On: Revista de *Estudos Feministas*, Florianópolis, 11(1): 336, jan-jun/2003. Acesso: https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/S0104-026X2003000100013/8720.

Rosaldo, M. Z. & Lamphere, L. (1979). *A mulher, a cultura e a sociedade*. RJ: Paz e Terra.

Scott, J. (1990). Gênero: uma categoria útil de análise histórica. Texto original: Gender: a useful category of historical analyses. Gender and the politics of history. New York, Columbia University Press. 1989. In: *Educação & Realidade*, 20(2): 71-99, jul./dez.

A conformação de gênero a partir dos formulários de entrada em aplicativos de relacionamento

The production of gender from entry forms in dating applications

Amanda Nogueira de Oliveira

Doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia (PósCom/UFBA). Salvador, Bahia, Brasil. E-mail: amandanogueira.jor@gmail.com.

Grupo de Interesse (GI) 4 – Comunicação e Diversidades: por um olhar interseccional para as identidades nas culturas democráticas (Presencial e Remoto).

Palavras-chave: Plataformas. Gênero. Materialidade.

Keywords: Platforms. Gender. Materiality.

Para criar um perfil em um aplicativo de relacionamento, a pessoa usuária deve inserir os dados convencionais de inscrição, como nome e idade, e informar sua autoidentificação de gênero e orientação sexual. Dados esses que podem ser anonimizados, ou seja, invisibilizados nas informações do perfil e que figuram como recursos mandatórios para a construção da identidade algorítmica (Cheney-Lippold, 2017) do usuário. Entretanto, esses formulários, usados como porta de entrada desses aplicativos, nem sempre estiveram lá.

Este resumo é orientado por uma pesquisa de doutorado em andamento que parte da compreensão de que a materialidade de determinadas plataformas digitais incide não somente na exclusão de pessoas trans*[1] mas na conformação performativa (Barad, 2017) de gênero. Esses aplicativos não são objetos estabilizados, ou seja, passam por várias reformulações ao longo do tempo (Light, Burgess, & Duguay, 2018). Identificar por quais alterações eles passaram incide na compreensão da agência de sua materialidade para a produção de variados fenômenos (Lemos, 2020) e suas novas possibilidades de ação algorítmica. Para isso, guiamo-nos pelo formulário de entrada de um dos aplicativos de relacionamento analisados na pesquisa, o Tinder. Expomos

[1] O asterisco amplia o sentido do termo "trans" ao representar a diversidade que ele materializa e como uma forma de questionar a certeza de um tipo de representação unívoca abrindo possibilidades para novas categorizações (Halberstam, 2018).

algumas das provocações que desencadearam a sua formatação e elaboramos algumas reflexões já orientadas a partir das análises iniciais.

Em 2014, o Facebook, nos Estados Unidos, atualizou seu formulário de identificação no intuito de expandir as possibilidades de gênero, que antes eram apenas duas, "feminino" e "masculino", para 58 alternativas no total. Com essa transformação, pessoas que antes não tinham seu gênero reconhecido e que chegavam até a serem banidas pela plataforma passaram a contar com uma nova estratégia de visibilidade. Estratégia essa que passou a regular o design do *Facebook* e que se tornou uma fissura sem retorno para possibilidades não-binárias em plataformas (Bivens, 2017).

Criados inicialmente como alternativas para encontros majoritariamente heterossexuais, aplicativos de relacionamento foram constantemente ajustados a fim de que se transformassem em ambientes propícios para a participação do público LGBTQIA+[2], já que especialmente pessoas trans* eram frequentemente sinalizadas pelas plataformas. Em resposta a questionamentos sobre esses banimentos, ora as empresas admitiam que os aplicativos realmente não estavam preparados[3], ora afirmavam que estavam trabalhando para sanar quaisquer equívocos envolvendo pessoas transgênero (Igual, 2019).

No caso das pessoas trans*, criar formulários que expandam sua visibilidade pode acarretar consequências positivas, mas também riscos. No âmbito das plataformas, pessoas trans* continuam sendo potencial alvo da combinação entre misoginia e transfobia, sendo assediadas e muitas vezes vítimas da aplicação injusta ou descontextualizada de regras, termos de serviços e códigos de conduta (Devito, 2022).

Utilizamos para este trabalho o que Koopman (2019) descreve como "pessoas informacionais". Esses formulários criam esses sujeitos não porque estes existem antes dos dados, mas porque são gerados conduzidos por um poder inseparável da própria informação. Isto é, mais que dependentes de dados, somos nossos dados. E embora tendamos a identificar que a criação de um formulário diverso auxilia essas plataformas a se tornarem mais acessíveis para pessoas LGBTQIA+, elas também direcionam seus usuários a outros recursos acoplados que criam ainda mais teias para o que Koopman (2019) chama de "infopoder", ou seja, para uma estratégia viabilizada por formulários

[2] Utiliza-se essa sigla como referência, sendo a mais recente e por mais que esteja constantemente passando por mudanças. Refere-se aos coletivos de lésbicas, gays, bissexuais, transgêneros, travestis, transexuais, *queer*, intersexual, assexual e o + para outras possibilidades de identidade de gênero e orientação sexual.

[3] Acesso em tinderpressroom.com/taking-care-of-everyone-in-our-community/.

que submete seus usuários a operações normalizadoras e a técnicas de vigilância que passam a formatá-los de forma anexada a essas plataformas.

Dados não são brutos e, assim como toda escrita, o algoritmo também produz enviesamentos. Dados coletados passam a ser tratados e os algoritmos funcionam como uma inteligência técnica e racional trabalhando a partir da dataficação e da performatividade algorítmica para conhecer e gerir a vida, em uma constante "dataficação da vida" (Lemos, 2021). Cabe, então, enxergarmos a plataforma não somente a partir do que ela pode contribuir para que pessoas trans* não sejam invisibilizadas ou banidas, mas continuarmos a entender como esses dados estão sendo processados e quais negociações de gênero e sexualidades estão sendo produzidas por essa materialidade.

Referências

Barad, K. (2017). Performatividade pós-humanista: para entender como a matéria chega à matéria. *Vazantes, 01*(01), 6–34.

Bivens, R. (2017). The gender binary will not be deprogrammed: Ten years of coding gender on Facebook. *New Media and Society*, *19*(6), 880–898. https://doi.org/10.1177/1461444815621527

Cheney-Lippold, J. (2017). *We are data: Algorithms and the making of our digital selves*. New York: New York University Press.

Devito, M. A. (2022). How Transfeminine TikTok Creators Navigate the Algorithmic Trap of Visibility Via Folk Theorization. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, *6*. https://doi.org/10.1145/3555105

Halberstam, J. (2018). *Trans*: Una guía rápida y peculiar de la variabilidad de género* (J. Sáez, trad.). Barcelona - Madrid: Egales Editorial.

Igual, R. (2019, novembro 13). Tinder addresses complaints of transgender discrimination. *Mambagirl News*. Recuperado de https://www.mambaonline.com/2019/11/13/tinder-addresses-complaints-of-transgender-discrimination

Koopman, C. (2019). *How We Became Our Data: A Genealogy of the Informational Person*. https://doi.org/10.7208/chicago/9780226626611.001.0001

Lemos, A. (2020). Epistemologia da Comunicação, Neomaterialismo e Cultura Digital. *Galáxia. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica.*,

jan-abr(43), 54–66. http://dx.doi.org/10.1590/1982-25532020143970

_____. (2021). Dataficação da vida. *Civitas*, *21*(2), 193–202. https://doi.org/10.15448/1984-7289.2021.2.39638

Light, B., Burgess, J., & Duguay, S. (2018). The walkthrough method: An approach to the study of apps. *New media & society*, *20*(3), 881–900.

Mulheres Indígenas e Etnicidades nas Redes
Indigenous Women and Ethnicities on the Web

Maysa Leal de Oliveira Universidade Estadual Paulista – UNESP – Brasil
maysaleal@hotmail.com

Grupo de Interesse: (GI4) Comunicación y Diversidad: por una mirada interseccional a las identidades en las culturas democráticas.

Palavras Chave: Comunicação Digital; Etnomídia Indígena; Mulheres Indígenas.

"A mãe do Brasil é indígena, ainda que o país tenha mais orgulho de seu pai europeu que o trata como um filho bastardo". (Krexu, 2021). A análise da clássica obra *O Povo Brasileiro: a formação e o sentido do Brasil*, de Darcy Ribeiro (1996), fornece um retrato minucioso do processo de gestação étnica do povo brasileiro, a partir de "bagos europeus" e "ventres nativos" como sementeira humana, incorporando mais tarde, matrizes africanas, uma vez que, por mais de trezentos anos não vieram da Europa mulheres solteiras. Mulheres indígenas são nossas mães primárias, remotas avós, embora a sociedade brasileira viva em um estado de negação e de não reconhecimento de sua pluralidade étnica e de sua múltipla ancestralidade.

Numa sociedade de origem colonial, racista e patriarcal como a brasileira, as mulheres indígenas são discriminadas duplamente, por serem indígenas e por serem mulheres, formando assim, uma das populações que mais sofrem com a vulneração de seus direitos. Contudo, sempre estiveram presentes no movimento indígena e nos movimentos sociais em geral, ocupando dentro de suas comunidades e no chão das aldeias, importantes papéis de liderança, como parteiras, pajés, remedeiras ou cacicas e, sobretudo, como guardiãs da sabedoria de seus povos, herdeiras e transmissoras das suas tradições.

Após cinco séculos de exploração histórica, a catastrófica chegada ao poder no Brasil, em 2018, de um Governo Federal anti-indígena agravou o estado de negação de direitos dos povos originários, o que, somado à pandemia de covid-19 e ao aprofundamento da crise climática global, estabeleceu um quadro de total emergência civilizatória, fazendo com os povos indígenas se levantassem, com as mulheres

indígenas se colocando “na linha de frente no combate a esse modelo insustentável”, travando com seus próprios “corpos e espiritualidade uma batalha épica e ancestral” na tentativa de evitar “a queda do céu”. (Articulação Nacional das Mulheres Indígenas Guerreiras da Ancestralidade, 2022).

Apesar da brutalidade colonizadora, suas vozes, hoje, têm rompido os silêncios imputados desde a invasão do território e brotam entoando cantos “por justiça social, por demarcação de território, pela floresta em pé, pela saúde, pela educação, para conter as mudanças climáticas e pela *Cura da Terra*”. (Articulação Nacional das Mulheres Indígenas Guerreiras da Ancestralidade, 2021). Projetando suas vozes no cenário político nacional, em conquistas recentíssimas, ocupam cargos políticos nas mais altas esferas de poder, como o Ministério dos Povos Indígenas ou a Fundação Nacional Indígena (FUNAI), ambos presididos por mulheres indígenas. Despontam ainda, no cenário internacional, nos fóruns latino-americanos, nas conferências internacionais sobre mudanças climáticas, nas tribunas da ONU, trazendo proposições de uma nova humanidade, de um “futuro ancestral” e demonstrando que a demarcação de terras indígenas é a mais importante política de preservação das florestas e biomas do planeta.

Reconhecendo a influência histórica das mulheres indígenas brasileiras e sua relevância inspiradora para pensar as estruturas de saber do tempo presente, esse artigo propõe um deslocamento em direção a essas mulheres, para o exercício de uma escuta ativa. Confluindo com a proposta transmetodológica, parte de um movimento macro exploratório das ambiências midiáticas de mulheres indígenas na internet, com a observação das redes sociais da ministra dos povos indígenas do Brasil, Sônia Bone Guajajara, da Deputada Federal por Minas Gerais, Célia Xakriabá, da escritora e educadora Eliane Potiguara, da página da Articulação Nacional das Mulheres Indígenas Guerreiras da Ancestralidade (ANMIGA), do Grupo de Mulheres Indígenas (GRUMIN), entre outras, com o intuito de compreender suas perspectivas, demandas e reivindicações, além de refletir sobre a presença e expressão feminina indígena nos espaços digitais de comunicação e informação como ato de resistência e revolução.

O estudo permite observar que o fazer comunicacional das mulheres indígenas vai construindo, por meio de suas próprias vozes, redes comunicacionais e horizontais de resistência, promovendo o exercício da própria cidadania comunicativa, em que a comunicação funciona como estratégia que viabiliza o encontro, a articulação política, a

construção de representações e a configuração de novas territorialidades. Mobilizando suas marcas identitárias e seus patrimônios específicos e distintos da coletividade branca, subvertem o sentido majoritariamente excludente das redes tecnológicas de comunicação pautando prioritariamente temas e problemas relacionados à demarcação de territórios, ao enfrentamento da tese do marco temporal e outras políticas anti-indígenas, às violências e violações nos territórios, ao empoderamento feminino, à participação política e garantia dos direitos das mulheres, à saúde e educação indígenas, aos processos de retomada, à valorização dos conhecimentos tradicionais, à preservação de florestas e biomas e à cura da Terra.

Exercendo suas práticas de produção comunicativa as mulheres indígenas tornam-se protagonistas e narradoras de suas próprias histórias, sendo que uma grande potencia presente na comunicação dessas mulheres é a força da autorrepresentação e das imagens que evocam sobre si mesmas, sobre a natureza e o mundo a sua volta.

Nas palavras de Barbero (2009, p.63), "para que a pluralidade das culturas do mundo seja politicamente levada em conta, é indispensável que a diversidade de identidades nos possa ser contada" ou narrada, inclusive e principalmente na linguagem digital e multimídia em que hoje se realizam as traduções. Significa que a etnomídia feminina indígena, não apenas atualiza as representações territoriais de seus povos no tecido social, como também cria novas territorialidades no espaço midiático, com novos ingredientes simbólicos e imaginários interagindo nos processos de formação de poder.

Referências

Articulação Nacional das Mulheres Indígenas Guerreiras da Ancestralidade. (2022). Chamado pela Terra. https://chamadopelaterra.org/

Articulação Nacional das Mulheres Indígenas Guerreiras da Ancestralidade. (2021). Manifesto das Primeiras Brasileiras. https://anmiga.org/manifesto/

Barbero, J. M. (2009). Tecnicidades, Identidades, Alteridades: Mudanças e Opacidades da comunicação no Novo Século. Em Moraes, D. Sociedade Midiatizada (pp. 51-79) Editora Maud X.

Krexu, M. (2015, Abril, 26). A Mãe do Brasil é Indígena. Revista Xapuri Sagrado Indígena. https://www.xapuri.info/resistencia-indigena/sagrado-indigena/a-mae-do-brasil-e-indigena/

Ribeiro, D. (1995). O Povo Brasileiro: a formação e o sentido do Brasil. Companhia das Letras.

Silva, J. R. (2021, Janeiro). Protagonismo Feminino nos Movimentos Indígenas no Brasil. (pp.97-114). Espirales, Edição Especial. https://revistas.unila.edu.br/espirales/article/view/2682/2468

Representação LGBTQIAP+ na Folha de S. Paulo: Jean Wyllys, HerbertDaniel e Eduardo Leite[1]

LGBTQIAP+ representation in Folha de S. Paulo: Jean Wyllys, HerbertDaniel and Eduardo Leite

Vinícius de Jesus Rodrigues dos Santos[2]
Universidade Estadual Paulista, Brasil
vj.santos@unesp.br
Caroline Cavalleiro Campos[3]
Universidade Estadual Paulista, Brasil
c.campos@unesp.br
Maria Cristina Gobbi[4]
Universidade Estadual Paulista, Brasil
cristina.gobbi@unesp.br

GI 4 - Comunicação e Diversidades: por um olhar interseccional para as identidades nas culturas democráticas

Palavras-Chave: Jornalismo; Diversidade; Política.

Keywords: Journalism; Diversity; Politics.

Resumo Expandido

Este resumo apresenta uma análise da representação midiática de Jean Wyllys[5], Herbert Daniel[6] e Eduardo Leite[7] pela Folha de S. Paulo, enfocando suas trajetórias como homens gays em diferentes períodos históricos do Brasil. Ademais, contextualiza-se o papel proeminente desempenhado pela Folha de S. Paulo na abordagem das questões relacionadas à comunidade LGBTQIAP+[8] e examina-se a dinâmica da interseccionalidade na esfera midiática.

[1] Uma primeira versão deste trabalho foi apresentada durante a 7° Edição do "Fazendo e Desfazendo Gênero na ECA" e agora foi revisto e ampliado para apresentação no ALAIC.
[2] Estudante de Graduação 9º. semestre do Curso de Jornalismo da FAAC-Unesp. Bolsista Fapesp IC - Proc. nr. 2022/09417-0
[3] Estudante de Graduação. 10º semestre do Curso de Jornalismo da FAAC - Unesp, e-mail: c.campos@unesp.br
[4] Bolsista de Produtividade do CNPq. Pesquisadora Livre-Docente pela Unesp. Bolsista Fapesp (Processo 2022/08397-6). Professora Associada da FAAC-Unesp, nos cursos de graduação e nos programas de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia e em Comunicação, desde 2008. Orientadora do trabalho.
[5] Ex-deputado federal pelo PSOL, enfrentou polêmicas e ameaças, optando pelo exílio em 2019.
[6] Militante LGBT+ e ativista contra a AIDS no Brasil. Fundador do Grupo Gay da Bahia. Falecido em 1992. Legado de luta pelos direitos humanos.
[7] Político brasileiro e atual governador do Rio Grande do Sul pelo PSDB. Ele é conhecido por se assumir gay em entrevista à Rede Globo em 2021.
[8] [Nota autoral] A sigla LGBTQIAP+ engloba um espectro diverso de identidades que não se conformam com a heterosexualidade dentro dos parâmetros da heteronormatividade. Esta designação abarca as seguintes categorias: lésbicas (L), gays (G), bissexuais (B), transexuais/travestis/transgênero (T), queer (Q), intersexuais (I), assexuais (A), pansexuais (P) e o símbolo '+' que incorpora outras orientações sexuais e identidades de gênero.

Dentro do contexto desta análise, nos últimos cinco anos, a Folha de S. Paulo tem dedicado atenção significativa à exploração da diversidade de gênero em suas reportagens, com foco em temas como transexualidade, não-binariedade e pronomes neutros. Contudo, apesar dos avanços e empenho, as reportagens da Folha de S. Paulo ainda carecem de depoimentos diretos de indivíduos trans e não-binários, bem como de entrevistas com especialistas em direitos LGBTQIAP+ e outros membros da comunidade, constituindo uma lacuna na cobertura jornalística desses temas.

Em sua análise publicada, o pesquisador Alexandre Rocha da Silva (2022) investigou a abordagem midiática adotada pela Folha de S. Paulo em relação às discussões sobre a União Civil Homossexual no Brasil. O estudo desvelou as estratégias empregadas pelo jornal para alcançar uma audiência mais ampla. Silva observou que a Folha de S. Paulo adotou um discurso politicamente correto e defendeu a legalização do projeto com base em fundamentos cidadãos.

É relevante, neste caso, considerar que os artefatos jornalísticos exercem uma influência significativa na sociedade, desempenhando um papel crucial na construção e disseminação de significados, estando intrinsecamente vinculados à dinâmica cultural. Como Correia (2008) apontou, a seleção e divulgação de notícias envolvem a atribuição de relevância a temas contemporâneos, escolhidos com base em sua atratividade para a comunidade e em consonância com sistemas de crenças e importâncias pertinentes.

Nesta perspectiva, em consonância com as reflexões de Silva, conduziu-se uma análise que aborda simultaneamente preconceitos historicamente enraizados em reportagens que, à primeira vista, parecem banais. Essa análise expõe contradições na abordagem do veículo de comunicação. Com isso, o objetivo deste estudo reside em analisar as características jornalísticas das narrativas que envolvem os indivíduos políticos Jean Wyllys, Herbert Daniel e Eduardo Leite, os três identificados publicamente como membros da comunidade LGBTQIAP+. O estudo visa identificar estereótipos presentes na cobertura midiática e estabelecer conexões entre essa cobertura e a agenda política, bem como os direitos sociais e humanos.

Adicionalmente, a revisão teórica deve proporcionar uma compreensão aprofundada da intrincada relação entre a cobertura midiática e a agenda política, especialmente quando se trata da controversa expressão "pauta de costumes" no contexto jornalístico. Julian Rodrigues (2019) expressa críticas contundentes ao uso dessa expressão, argumentando que ela tende a

subestimar as inúmeras lutas sociais relacionadas à busca pela igualdade de gênero, igualdade racial, direitos LGBTQIAP+ e direitos humanos. O autor propõe a substituição do termo por "agenda de direitos", enfatizando a importância atribuída às questões fundamentais de direitos em detrimento de meros aspectos culturais.

Nesse contexto, destaca-se a relevância das lutas feministas, antirracistas e relacionadas aos direitos sexuais e reprodutivos, ao lado do reconhecimento da importância das minorias e da diversidade humana. Tal abordagem reforça a centralidade dos direitos como elemento crucial na agenda política e na cobertura midiática, destacando questões fundamentais que moldam a sociedade contemporânea.

Inclusive, a interseccionalidade, conceito originado e popularizado por Patrícia Hill Collins (2020), emerge como uma lente analítica fundamental para a compreensão da representação LGBTQIAP+ nas mídias jornalísticas contemporâneas. Esta abordagem considera as múltiplas dimensões de opressão e privilégio que se entrelaçam na experiência humana. A interseccionalidade enfatiza a necessidade de reconhecer as complexidades e diversidades presentes nas comunidades LGBTQIAP+, que transcendem a mera orientação sexual e identidade de gênero.

Portanto, ao examinar a moldagem e divulgação das notícias, torna-se imperativo considerar como as vozes das pessoas LGBTQIAP+ são representadas e retratadas. Nesse contexto, a aplicação do conceito interseccional se revela uma ferramenta essencial para desafiar estereótipos e preconceitos, bem como para promover narrativas jornalísticas mais inclusivas, sensíveis e autênticas.

Em continuidade com essa abordagem, em conformidade com as análises de Rodrigues (2019) e Collins (2020), as teorias construcionistas reconhecem a natureza intrinsecamente contextual das notícias. Elas são influenciadas tanto pela cultura da comunidade de profissionais do jornalismo quanto pela cultura da sociedade em que estão inseridas. Uma investigação conduzida por Barros Junior e Santos (2019) destaca os esforços empreendidos pela Folha de S. Paulo para ampliar a discussão sobre a diversidade e cumprir sua missão jornalística de abordar questões sociais. No entanto, os pesquisadores observaram que o jornal tende a enfatizar predominantemente os subgrupos hegemônicos dentro da comunidade LGBTQIAP+, notadamente pessoas cisgêneras e homens gays.

Por essa razão, este estudo enfatiza a importância de uma abordagem midiática mais abrangente e inclusiva que reconheça e valorize não apenas a atuação política, mas também os ideais defendidos e os impactos sociais e culturais resultantes das lutas interseccionais. Além de delinear objetivos específicos como: sistematizar os critérios noticiosos empregados pela Folha de S. Paulo e identificar eventuais estereótipos na cobertura de eventos político-sociais. A metodologia adotada para este estudo é a Análise de Conteúdo, conforme proposta por Bardin (2011). Foram analisadas 57 matérias veiculadas em dois períodos distintos: de 05/01/1981 a 22/12/1990, de 13/02/2005 a 04/04/2013 e de 08/06/2021 a 26/04/2022.

Por se tratar de uma pesquisa em estágio de desenvolvimento, os resultados estão em fase de conclusão. Contudo, é possível destacar algumas considerações preliminares. A análise realizada revela como o veículo de comunicação, Folha de S. Paulo, continua a moldar suas narrativas relacionadas às lutas e avanços nos direitos sociais, explorando vários aspectos, incluindo a construção de notícias e critérios de noticiabilidade.

Os resultados destacam o papel relevante desempenhado pelo periódico Folha de S. Paulo na elaboração da cobertura jornalística sobre temas relacionados à orientação sexual e identidade de gênero. Além disso, enfatizamos a importância dessas abordagens no contexto da luta pelos direitos humanos e pela igualdade social, transcendendo as questões específicas de orientação sexual. Isso ressalta a necessidade de a cobertura jornalística reconhecer seu papel construtivo na construção de uma sociedade mais justa e igualitária.

Referências

Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo* (p. 279). São Paulo, SP:70.

Barros Junior, R. A. & Santos, A. P. dos. (2019, Outubro). LGBT em Folha: um estudo sobre a diversidade na Folha de S. Paulo. In *Anais de artigos completos do XIII Seminário Nacional de Mídia e Cultura* (pp. 125-140), Goiânia, GO.

Collins, P. H.; Bilge, S. (2020). *Interseccionalidade*; tradução Rane Souza. - 1. ed. - São Paulo, SP: Boitempo.

Correia, J. C. (2008) *Teoria e Crítica do Discurso Noticioso - Notas sobre Jornalismo e representações sociais*. Covilhã: Universidade da Beira Interior.

Folha de S. Paulo. *Acervo Folha de S. Paulo***.** Acesso: <https://acervo.folha.com.br>.

Rodrigues, J. (2019). Pauta de costumes?. *Revista Fórum*. Opinião. Recuperado de https://revistaforum.com.br/opiniao/2019/12/24/pauta-de-costumes-66402.html

Silva, A. R. da. (2022). Produção jornalística de sexualidades: como a Folha de São Paulo midiatizou os debates sobre União Civil Homossexual no Brasil. *Intexto*, (54), 120483. Acesso: https://doi.org/10.19132/1807-8583202254.120483

“Eufórica”, “vingativa” e “controladora”: a representação da primeira-dama Rosângela Lula da Silva sob a ótica do portal Revista Oeste

"Euphoric," "vengeful," and "controlling": the portrayal of the first lady Rosângela Lula da Silva from the perspective of the portal Revista Oeste

Ana Maria da Conceição VELOSO,
Universidade Federal de Pernambuco, Brasil,
E-mail: velosoanam@gmail.com

Laís Cristine Ferreira CARDOSO
Universidade Federal de Pernambuco, Brasil,
E-mail: lais.ferreiraa@gmail.com

Grupo de interesse - GI 4 - Comunicação e Diversidades: por um olhar interseccional para as identidades nas culturas democráticas

Palavras-chave: Comunicação; Gênero; política;

Keywords: Communication; Gender; Politics

O presente artigo visa analisar as construções narrativas empreendidas pelo portal Revista Oeste, site de notícias e revista eletrônica com perfil editorial conservador, acerca de Rosângela Lula da Silva, popularmente conhecida como Janja, atual primeira-dama do Brasil no terceiro mandato do presidente Lula. Especificamente, busca compreender de que forma o site apresenta uma mulher inserida no ambiente da política, sobretudo uma primeira-dama que rompe com os estereótipos construídos em torno das versões anteriores: Marcela Temer - esposa de Michel Temer -, classificada pela mídia como “bela, recatada e do lar”, e Michele Bolsonaro - casada com Jair Messias Bolsonaro -, que tentava emplacar imagem de discreta e dada a atividades de cunho filantrópico e religioso.

Diferentemente das antecessoras, Janja esbanja autossuficiência dentro e fora do Palácio da Alvorada, quer seja em *lives* nas redes sociais, quer acompanhando o mandatário com papel destacado em missões ao redor do mundo. Tal posicionamento, alinhado aos princípios do feminismo, faz de Janja alvo constante dos ataques dos conservadores. “O que se sabe é que a política não costuma ser gentil com as primeiras-damas. E trata com especial

crueldade quem entra com mais de 50 anos num mundo que se deve começar a conhecer ainda nos tempos do berçário." (NUNES, 2023).

O ambiente inóspito no campo da política vem crescendo de forma significativa desde o *impeachment* de Dilma Rousseff, em 2016, e alcançou seu ápice no governo de Jair Bolsonaro - 2019 a 2022 -, personagem que surfou na onda conservadora da extrema-direita brasileira, direcionou parte das suas farpas para grupos de mídia que, de certa maneira, não aderiram ao seu governo, e apoiou abertamente veículos de comunicação assumidamente conservadores, como a Revista Oeste. Criada em março de 2020, essa última conta com um site de notícias - com matérias abertas ao público - e uma revista semanal - destinada a assinantes - com conteúdo disponibilizado na versão on-line, e que afirma oferecer "ao público informação sobre fatos relevantes na política, na economia e nos acontecimentos da atualidade, com clareza e objetividade"[1]. Em sua página, afirma ser uma publicação alinhada ao "pensamento liberal-conservador" (Oeste, 2023) e se denomina como "A primeira plataforma de conteúdo cem por cento comprometida com a defesa do capitalismo e do livre mercado"[2].

A análise das representações sociais elaboradas a partir de tal veículo se faz pertinente tendo em vista o aumento de espaço e visibilidade angariado por sites de cunho conservador no governo de Jair Bolsonaro, sendo alçados à categoria de veículos com credibilidade diante da audiência da extrema-direita, ao passo que elaboram narrativas políticas de apoio às pautas e costumes defendidos por partidos dito conservadores. Nesse contexto, insere-se, aqui, o ideário de feminilidade e de comportamento da mulher nas mais diversas esferas, incluindo o ambiente político.

Para analisar as narrativas empreendidas pela Revista Oeste acerca da atual primeira-dama, o referido estudo se debruça sobre as notícias veiculadas acerca de Janja tanto na área de notícias do site - aberta para não assinantes - como na revista semanal. Dessa maneira, o corpus é composto por 63 matérias, veiculadas entre janeiro e agosto de 2023, que foram coletadas a partir da ferramenta de buscas da página https://revistaoeste.com/ por meio dos termos "janja" e "rosângela lula da silva".

No artigo em tela, a análise do *corpus* é essencialmente qualitativa, tendo em vista que avalia o conteúdo nem sempre imediatamente percebido e o "sentido geral dos textos, do contexto onde aparece, dos meios que o veiculam e/ou dos públicos aos quais se destina"

[1] Conteúdo disponível na metadescrição do site da Revista Oeste. Essa mesma informação também consta na parte de Descrição no canal da revista no YouTube: https://www.youtube.com/@RevistaOeste/about
[2] Informação constante no rodapé do site, presente em todas as seções do mesmo. É possível ler em https://revistaoeste.com/

(Herscovitz, 2010, p. 127). De tal sorte, a investigação utiliza como recurso metodológico a Análise de Conteúdo (Bardin, 2011), a fim de observar como, ao longo dos primeiros oito meses de 2023, o portal Revista Oeste apresenta a primeira-dama brasileira. Concordando com Antonio Chizzotti (2006, p. 98), a tentativa é de "compreender criticamente o sentido das comunicações, seu conteúdo manifesto ou latente, as significações explícitas ou ocultas".

Segundo Mercedes Lima (2009), os meios de comunicação reforçam a naturalização da discriminação contra a mulher, retratando-a como um ser predestinado a exercer papéis sociais seculares, como a maternidade, a sexualidade vigiada e reprimida - quando se trata de satisfazer a si mesma -, o compromisso com o casamento e a não visibilidade profissional. Como um todo, há certo espaço para a mulher nos veículos de comunicação; no entanto, o déficit maior dessa representação não está na quantidade desses espaços, mas na maneira e na qualidade com que essa mulher é retratada pela mídia.

Ao longo das matérias analisadas neste estudo, a atual primeira-dama é majoritariamente apresentada por meio de classificações negativas e despojada de qualidades atribuídas como inerentes às mulheres que ocupam tal lugar: recato, pudor, resguardo e subserviência. Àquelas que, como Janja, subvertem a ordem comandada pelos desvalores que imputam sérias restrições ao público feminino, o portal Revista Oeste denomina como "eufóricas", "vingativas" e "controladoras". Àquelas que não se enquadram no que os veículos expõe como modelo e não aceitam que tais relações assimétricas de poder e a misoginia venham a ser reproduzidas pelos meios de comunicação, são atacadas tanto em sua condição feminina, quanto em relação ao espaço que buscam ocupar em arenas de poder, uma vez que pretende reforçar o lugar da mulher como coadjuvante na política.

A amostra estudada põe em relevo a reprodução de um tipo de jornalismo que teve seus alicerces fincados em meio à expansão de um processo social e político que possibilitou a ascensão das ondas totalitárias em uma sociedade historicamente patriarcal. Portanto, a superexposição de forma desqualificada, imposta à Janja, demonstra que a discriminação, tanto no campo político, quanto no midiático, também é exacerbada pelo fato de ser mulher.

Referências:

Bardin, L. (2011). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70

Chizzotti, A. (2006). *Pesquisa em ciências humanas e sociais*. (8a ed). São Paulo: Cortez,

Herscovitz, H. (2010). Análise de conteúdo em jornalismo. In. Lago, C.; Benetti, M (orgs). *Metodologia de pesquisa em jornalismo*. (3a ed.). (pp. 123-142). Petrópolis, RJ: Vozes

Lima, M. (2009). A imagem da mulher na mídia. In: Lima, M; Vicente, T (Orgs). *O Controle Social da Imagem da Mulher na Mídia*.(pp. 27-31). São Paulo: Articulação Mulher e Mídia

Nunes, A. (2023, 24 fevereiro). Casadas com o poder (Última parte). *Revista Oeste*. São Paulo, Edição 153. Recuperado a partir de https://revistaoeste.com/revista/edicao-153/casadas-com-o-poder-ultima-parte/

Oeste, R. (2023). Por que Oeste. [Artigo]. Recuperado a partir de https://revistaoeste.com/por-que-oeste/

Souza, J. (2016). *Tendências ideológicas do conservadorismo*. (Tese de Doutorado). Universidade Federal de Pernambuco, Programa de Pós-Graduação em Serviço Social, Recife. Recuperado a partir de https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/18011/1/TESE%20JAMERSON.pdf

Lide Pagu - Análise dos textos de Pagu no jornal: "O Homem do Povo" Lead
Pagu - Analysis of Pagu's texts in the paper: "The Man of the People"

Giovana Keiko Andrade Sato Vitali[1],
Maria Cristina Gobbi[2]

Resumo submetido ao **GI 4 – Comunicación y Diversidad: por una mirada interseccional a las identidades en las culturas democráticas**

Palavras-chave: Jornalismo, Era Vargas, Mulheres
Key words: Journalism, Vargas Era, Women

Resumo expandido

Este estudo integra o Projeto Memória, desenvolvido no âmbito das atividades do grupo de pesquisa Pensamento Comunicacional Latino-Americano (PCLA), localizado na Unesp e coordenado por Maria Cristina Gobbi, em diálogo com o campo de estudos de gênero. Patrícia Rehder Galvão (1910-1962), conhecida como Pagu, além de militante política foi escritora, jornalista, desenhista, pintora e produtora cultural. Foi a primeira mulher brasileira a ser presa política.

Na pesquisa, o período em análise da presença de Patrícia Galvão no jornalismo é a Era Vargas. Utilizando a pesquisa bibliográfica, documental e a análise de conteúdo o objetivo central desta Pesquisa é o de ampliar e aprofundar o conhecimento sobre a produção jornalística de Pagu, a partir de 1931 até o fim do Estado Novo, identificando nos textos a abordagem de temas políticos, culturais e sociais.

Lide Pagu, foi o título escolhido como um trocadilho. Lide, que é uma das principais partes da notícia, mas que também significa luta. E Pagu, a inspiração do projeto. Patrícia foi uma das principais representantes do movimento modernista, apesar de não estar presente na semana de arte moderna, por ter apenas 12 anos. Ela costumava dizer que 'na vida que flui, na arte permanece', e durante toda sua vida lutou por isso.

[1] Academica do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (Unesp) - Faac - Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Brasil. Proc. Fapesp 2022/13582-7. Email: giovana.keiko@unesp.br
[2] Livre-docente em História da Comunicação e da Cultura. Professora da Graduação e dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação e em Mídia e Tecnologia. Bolsista de Produtividade do CNPQ e bolsista Fapesp. Orientadora da Pesquisa. Email: cristina.gobbi@unesp.br

O objetivo central desta pesquisa de Iniciação Científica é o de ampliar e aprofundar o conhecimento sobre a produção jornalística de Pagu no jornal O Homem do Povo, identificando nos textos a abordagem de temas políticos, culturais e sociais.

O jornal O Homem do Povo, era dirigido por Pagu, e seu marido na época, Oswald de Andrade, e teve apenas 8 edições. O periódico ficou conhecido por ser de oposição à burguesia, ao governo da época, à realeza e a todos que não eram da classe trabalhadora. "[...] O jornal seria proibido pela polícia após oito números polêmicos que valeram o empastelamento do seu escritório por estudantes da Faculdade de Direito do Largo São Francisco [...]" (Pagu, Paixão Pagu, 2005, pág 154). O principal objetivo do jornal era defender o comunismo e satirizar a sociedade da época. Patrícia usava seu apelido principal, Pagu, como é mundialmente conhecida, mas também, utilizava alguns pseudônimos como: Peste, G.Léa, Brequinha, Cobra, Irman Paula, K.B.Luda, entre outros.

Pagu fazia parte do partido comunista, e estava sempre lutando por direitos, nesse sentido, Maria da Glória Gonh (2007) destaca o papel das mulheres nos movimentos políticos e sociais, chamando a atenção para o fato de que, "[...] quer como grupos de mobilizações de causas femininas, quer como participação feminina em diferentes mobilizações, as mulheres têm constituído a maioria das ações coletivas públicas" (Gohn, 2007, p.45).

Pagu era responsável pela seção intitulada "Mulher do Povo", e nela, havia sempre um artigo de opinião, com referências a coisas do momento, ou de outros países como a Rússia. Nesta seção em específico, ela sempre assinava os textos como Pagu. Algo a se observar no jornal, é que algumas produções como ilustrações, são assinadas por ela, mas outras não, assim como nem todos os textos são assinados. Entretanto, não é possível comprovar a identidade do autor nesse caso. Patrícia também fazia a maior parte das ilustrações, estava sempre presente na seção de cultura, que se chamava "Palco, Tela, e Picadeiro", e por fim, era a cartunista do Homem do Povo, também. Ela realizava a tirinha Malakabeça, Fanika e Kabelluda, que era sobre uma sobrinha pobre que foi morar com os tios. Estima-se que muito das obras de Patrícia sejam autobiográficas.

Os resultados, ainda parciais, nos permitem reforçar que Pagu foi uma mulher ímpar, de opiniões fortes, sem papas na língua. Ela escrevia sobre mulheres, política, arte, cinema, teatro, de um jeito único e atrevido, por isso não agradou à

burguesia da época. Nesta pesquisa, foram analisados os textos de Patrícia, por seus pseudônimos. O uso dos mesmos serviam para expressar suas opiniões subvertendo a vigilância do governo de Getúlio, era uma forma muito utilizada por diversos veículos de comunicação. Em linhas gerais, nesta primeira análise, pode-se afirmar que seus textos eram sempre polêmicos, falando sobre problemas que remetiam ao público alvo do jornal. Seus textos passam uma sensação de "devemos lutar pelos nossos direitos", e Pagu era oposição ao governo a tudo que a burguesia representava.

Através de um estudo exploratório foi possível conhecer o objeto empírico e delimitar o corpus da pesquisa considerando características da linguagem jornalística ao incluir aspectos do conteúdo dos textos e as categorias escolhidas para a análise. O resultado final fornece elementos sobre a contribuição de Pagu na construção noticiosa sobre a sociedade, e os acontecimentos que foram ocasionados no breve jornal, e assim como apontar quais foram os critérios noticiosos utilizados em sua produção.

Falar de jornalismo feminino sem falar de Patrícia Galvão, a Pagu, como era popularmente conhecida, não é falar de jornalismo em sua plenitude. É necessário estudarmos o passado para entender o presente e não cometer os mesmos erros diante de situações semelhantes.

Pagu (1910-1962) é uma das mais marcantes vozes do modernismo sendo, igualmente, uma grande incentivadora cultural. Ela "encarnou como ninguém a renovação proposta pelo Modernismo no Brasil". E completa a autora, "Surge na fase mais revolucionária do movimento, a Antropofagia, em 1929, apadrinhada pelo casal Oswald de Andrade e Tarsila do Amaral e com o nome literário criado pelo poeta modernista Raul Bopp. (Furlani[1], 1999, s/p).

---

[1] Lúcia Maria Teixeira Furlani, educadora, escritora, biógrafa de Pagu e presidenta da Unisanta e do Semesp.

Bibliografia

FURLANI, Lúcia Maria Teixeira. 1999. **Pagu – Patrícia Galvão***:* livre na imaginação,no espaço e no tempo. 5ª ed. Santos: UNISANTA.

FURLANI, Lúcia Maria Teixeira. 2010. **Viva Pagu** – Fotobiografia de Patrícia Galvão. São Paulo: Imprensa Oficial e Editora Unisanta.

GALVÃO, Thelma.2003. **Pagu** - Literatura e Revolução. Ateliê Editorial

GALVÃO, Patrícia. (org.). 2004. Lúcia Maria Teixeira. **Croquis de Pagu** – E outros momentos felizes que foram devorados reunidos. Colaboração de Rudá de Andradee Leda Rita Cintra Ferraz. Santos: UNISANTA, São Paulo: Cortez.

GONH, Maria da Gloria. **Abordagens teóricas no estudo dos movimentos sociais na América Latina**. In: Caderno CRH, Salvador, v. 21, n. 54, p. 439-455,Set./Dez. 2008.

Andrade, Oswald, Galvão, Patrícia, (1931). **Jornal O Homem do Povo**, São Paulo.

GI 5 - “Comunicación y Género en Democracias: activismos, ciudadanías, representación y derechos”

Barbie feminista nas telas:

Protagonismo e ativismo feminino contemporâneo

Katia Maria Belisário[1]

Elen Cristina Geraldes[2]

Janara Kalline Sousa[3]

Resumo

Barbie é considerado um dos filmes de maior bilheteria do cinema em 2023: já ultrapassou US$1,2 bilhão, marca alcançada por apenas 50 filmes na história. O objetivo do presente artigo é avaliar as transformações da boneca Barbie ao longo das décadas à luz das teorias feministas contemporâneas. Os questionamentos que vêm à tona são: quais representações femininas da Barbie foram construídas ao longo dos anos? Qual o diferencial do filme Barbie no debate público midiático e quais as principais críticas por parte da direita ultraconservadora? A metodologia inclui pesquisa bibliográfica das teorias feministas e análise de conteúdo da mídia, com base em Laurence Bardin (2015). O corpus irá incluir análise das notícias publicadas nos portais de notícias a partir do lançamento do filme, em julho de 2023.

Palavras-Chave:

Barbie; Cinema; Estereótipo; Representação Feminina; Feminismos.

Abstract

Barbie is considered one of the highest-grossing films in cinema in 2023 and it has already surpassed US$ 1.2 billion, a mark reached by only 50 films in history. This paper aims to evaluate the transformations of the Barbie doll over the decades in the light of contemporary feminist theories. The questions that come up are: which female representations of Barbie were built over the years? What is the differential of the movie Barbie in the media public debate and what are the main criticisms from the ultraconservative right wave? The methodology includes review of literature of feminist theories and media content analysis, based on Laurence Bardin (2015). The corpus will include analysis of news published on news portals from the release of the film in July 2023

Key Words:
Barbie; Movie; Stereotype; Female Representation; Feminism

[1] Professora Associada da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB). Doutora em Comunicação e Sociedade pela UnB com estágios de pós-doutorado em Gênero e Mídia na Universidade de Leicester, Reino Unido, e no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM/SP)

[2] Professora Associada da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB). Doutora em Sociologia pela UnB com pós-doutorado em Ciência da Informação na UnB. Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Direitos Humanos da Universidade de Brasília.

[3] Professora Associada da Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília (UnB). Doutora em Sociologia, também pela UnB, e pós-doutora em Comunicação, pela Universidade do Minho, Portugal, e em Sociologia pela Universidade de Barcelona, Espanha.

Introdução

Criada em 1959 por Ruth Handler, fundadora da fábrica de brinquedos Mattel, a Barbie foi inspirada na boneca Lilli, concebida por um homem na Alemanha pós-guerra. Barbie foi a primeira boneca criada para crianças representante da mulher jovem adulta, já que anteriormente as meninas só brincavam com bonecos(as) bebês. O nome do brinquedo foi inspirado em Barbara, filha de Handler. Barros (2022) ressalta que a boneca definiu padrões de beleza e o papel e a imagem da mulher - *Perfect Barbie Girl*- durante mais de 60 anos. Segundo a autora, Barbie perpetuou estereótipos de gênero entre as meninas que brincavam com a boneca esguia, loira e de olhos azuis e recebeu críticas por não representar outras mulheres. Meninas do mundo inteiro desejavam a aparência inatingível da boneca, o que gerou grande insatisfação com seus corpos, baixa autoestima, obsessões com a aparência ou mesmo distúrbios alimentares.

Roveri e Soares destacam as características inatingíveis da boneca:

> Cabelos longos, lisos, louros "naturais" desde a raiz! Olhos azuis, face sem rugas, maquiagem definitiva. Juntando todos esses atributos e dispondo-os num frasco branco de 29 cm, tem-se a medida exata para uma intocável silhueta cheia de curvas, um modelo de corpo feminino que se multiplica duas vezes a cada segundo e disponibiliza sua boa forma para 120 milhões de crianças do mundo todo, a cada ano (ROVERI;SOARES, 2011).

Somente em 2015, segundo Barros (2022), a marca optou por uma estratégia de reposicionamento mais inclusiva, com vistas a competir no mercado. Assim, foi criada a Barbie Fashionista em quatro versões de corpo: original, *tall*, *petite e curvy*. Passou a ter ainda sete tons de pele, 22 cores de olhos e 24 penteados. A boneca continuou ter foco na aparência, mas foram introduzidas novas etnias e formatos de corpo diferentes.

As críticas e o avanço dos movimentos feministas também provocaram outras mudanças na marca Barbie. A boneca passou a figurar como profissional e até dona de casa, mostrando a preocupação em representar as diversas atividades que as mulheres desempenham na sociedade.

Em 2023, veio a grande jogada de marketing com o filme Barbie, lançado com toda pompa e circunstância nos Estados Unidos. Valinsky (2023), da CNN Brasil Pop, ressalta que o filme da diretora Greta Gerwig, estrelado por Margot Robbie e Ryan Gosling, já arrecadou nada menos que US$ 572,3 milhões. Pode ser considerado um dos filmes de maior bilheteria do cinema estadunidense em 2023. Globalmente, Barbie ultrapassou US$1,2 bilhão, marca alcançada por apenas 50 filmes na história do cinema. E uma verdadeira"onda rosa" invadiu as redes sociais a partir da estreia, trazendo a discussão de abordagens e teorias feministas da versão cinematográfica.

O objetivo do presente artigo é avaliar as transformações da boneca Barbie ao longo das décadas à luz das teorias feministas contemporâneas. Os questionamentos que vem à tona são: quais as representações femininas de Barbie ao longo dos anos? Qual

o diferencial do filme Barbie no debate público midiático e quais as principais críticas por parte da direita ultraconservadora?

A partir de uma revisão de literatura das teorias feministas, procederemos à análise de conteúdo da mídia, com base em Bardin (2011). O corpus irá incluir análise das notícias publicadas nos principais portais de notícias a partir do lançamento do filme, em julho de 2023.

Os resultados esperados são a identificação das mudanças na estética da boneca e de sua inserção no mundo profissional e no espaço público; o apontamento do quanto o discurso feminista no filme se abre para possibilidades, como as relações mais simétricas entre homens e mulheres e a perspectiva de afirmação das subjetividades, mas também limites, como o reforço do modelo de pressão estética e do consumismo. Por fim, espera-se identificar, nas matérias jornalísticas, a existência de dois modelos em tensão: a de um feminismo ascendente, em que grupos e sujeitos buscam afirmação identitária, e a de um antifeminismo ligado ao fundamentalismo conservador, que critica o empoderamento das mulheres com o discurso de que este ameaça a família e toda a sociedade.

Referências

Bardin, Laurence (2011). Análise de Conteúdo. Edição Revista e Atualizada. Edições 70.

Barros, Mariana (2022). O papel do marketing de conteúdos na criação de relevância social de uma marca – o caso Barbie. Dissertação de Mestrado, Outubro/2022.Disponível em: https://repositorio.ipl.pt/bitstream/10400.21/15663/1/TESE_Mariana%20Barros.pdf. Acesso em 25/08/2023

Roveri, Fernanda Theodoro; Soares, Carmem Lúcia (2011). Meninas! Sejam educadas por Barbie e "com" Barbie. Scielo Brasil. Artigos de Demanda Contínua. Educ. (rev) Setembro, 2011.Disponível em :https://www.scielo.br/j/er/a/hBzvMqJkpvYJyfkjQLHTPtQ/?lang=pt.Acesso em 27/08/2023.

Valinsky, Jordan (2023). "Barbie" está prestes a se tornar o filme de maior bilheteria nos EUA. CNN Brasil Pop. 23/08/2023. Disponível em: https://www.cnnbrasil.com.br/economia/barbie-esta-prestes-a-se-tornar-o-filme-com-maior-bilheteria-de-2023-nos-eua.

.

Sobrenome, visibilidade ou comunicação: aspectos escolhidos nas eleições de 2022 pelas deputadas eleitas no Paraná que tem capital político hereditário

Surname, visibility or communication: aspects chosen in the 2022 elections by female deputies elected in Paraná who have hereditary political capital

Caleffi, Renata.
Unicentro/UFPR. Brasil.
recaleffi88@gmail.com
Panke, Luciana.
UFPR. Brasil.
lupanke@gmail.com

GI 5

Palavras-chave: democracia; política; eleições
Key-words:democracy; politics; election

A relação familiar na política brasileira não é novidade e nem um fenômeno recente. Há muito tempo, para homens ou mulheres, ter um capital político é sinônimo de sucesso nas disputas eleitorais. O denominado capital político consequência da visibilidade familiar, também denominado capital político hereditário, para Luis Felipe Miguel (2003), tem como referência o prestígio e reconhecimento de parentes próximos que ocupam ou já ocuparam cargos de liderança política. A força do sobrenome também ajuda a oferecer mais visibilidade às candidaturas. Dessa forma, quanto mais capital político hereditário, mais visibilidade na disputa eleitoral. Por fim, também podemos estabelecer uma relação próxima entre o capital político e o capital econômico. Sabendo que eleições são onerosas para a grande maioria das candidaturas, o capital econômico também é relevante no processo eleitoral.

Quando se trata de mulheres, Luciana Panke e Sylvia Iasulaitis (2016) enfatizam a construção de estereótipos e estigmas nas campanhas eleitorais femininas. As pesquisadoras demonstram como as crenças e atributos pessoais podem ser considerados mais ou menos adequados quando elas entram no cenário, e estes incluem relações pessoais, culturais, sociais e políticas. Para mulheres, além de uma candidatura com todos os entraves e dificuldades de acesso, ainda precisam encarar os estereótipos oriundos do tradicionalismo de gênero que se manifestam a partir de um modelo binário de polarização entre a mulher (que cuida da casa e é responsável dos cuidados com a família) e do homem (provedor e responsável financeiramente pela família).

Ainda que existam as cotas de gênero, a equidade política (e também social) ainda está muito

longe de ser alcançada, sendo o universo da política eminentemente masculino. "As fotos de encontros de lideranças políticas mundiais, por exemplo, atestam com fidedignidade tal quadro. E isso não se aplica somente em termos quantitativos, mas, sobretudo, qualitativos. É possível afirmar que as regras do jogo político são fundamentalmente masculinas" (Panke e Iasulaitis, 2016, online).

Se, por um lado, o capital político hereditário é determinante para eleições de parlamentares no Brasil, pois garante mais financiamento, visibilidade e prestígio, de outro está o fato de as mulheres precisarem reforçar estereótipos para serem eleitas. No jogo de disputas dessa relação, qual seria o fator mais decisivo para uma mulher ser eleita para Câmaras Legislativas? O recrutamento familiar de lideranças políticas hereditárias é decisivo e a própria história demonstra isso, basta ver os exemplos da legislatura de 2022, em que há deputadas com capital político herdado, como Roseana Sarney e Elcione Barbalho. Porém, qual é essa relação e como isso é construído? Seria ainda o capital hereditário um fator determinante? E mais, como esse capital é construído ou estruturado nas eleições?

Para responder essas questões, a pesquisa percorre a revisão de literatura sobre a construção de capital político hereditário e analisa, posteriormente, as campanhas eleitorais das deputadas estaduais eleitas no Paraná em 2022 que possuem capital político hereditário. Cristina Silvestri, Mabel Canto, Maria Victória e Fernanda Francischini foram eleitas com diferentes abordagens de campanha, mas todas conforme análise prévia, aproveitaram o capital hereditário político para conquistar mais votos.

Há diferenças visíveis nas quatro candidatas eleitas. Cristina Silvestri aproveitou a relação com o filho Cesar Silvestri, ex-prefeito de Guarapuava, e de algumas lembranças do marido Cezar Silvestri (ex-deputado federal) de modo discreto, com apenas algumas postagens em fotos. Maria Victória fez o mesmo com a mãe (ex-vice-governadora do Paraná) e o pai (Deputado Federal e Ministro). Há também vídeos de apoio de seus pais Ricardo Barros e Cida Borghetti ressaltando o profissionalismo da filha.

Já nas outras duas candidatas há uma demonstração bem diferente dessa primeira e o capital político é reforçado como verdadeiramente uma herança. Mabel Canto e Flávia Francischini fizeram o que popularmente é conhecido com "dobradinha". Ao lado do pai, Jocelito, Mabel pedia votos para ela (deputada estadual) e para o pai (deputado federal). Em muitos momentos, usa seu capital político para defender o pai, que enfrentava problemas com o TSE.

Já Flávia tem suas redes sociais muito mais predominantes pelo marido (ex-deputado federal que acabou sendo cassado e não pode concorrer ao pleito). Seu marido aparece na grande maioria dos vídeos gravados para pedir votos e, em alguns, chega a ocupar mais tempo de fala do que a própria candidata. Também há vídeos em que apenas ele aparece nas postagens, reduzindo o papel da candidata.

Essa ainda é uma pesquisa em fase de análise dos resultados coletados e, dessa forma, buscando explicitar as relações entre o capital econômico, estereótipos e relações políticas familiares envolvidas na eleição de mulheres para o cargo de Deputadas Estaduais. O que já é possível, no entanto, é notar como a construção da categorização dos capitais políticos hereditários utilizados é necessária, a fim de que seja possível a consolidação da metoologia de análise das campanhas de mulheres no país. Outro ponto de destaque também é ser possível relacionar a construção e relevância do capital político hereditário nas campanhas de mulheres.

Ao fim, busca-se, além da criação de categorias, possibilitar novas pesquisas que visem compreender a relação das candidaturas femininas e a efetividade das escolhas na disputa eleitoral.

Referências Bibliográficas

MIGUEL, Luis Felipe. **Parentesco e representação política: a força do capital político familiar na 54ª Legislatura no Congresso Nacional**. Revista Núcleo de Estudos Paranaenses, v. 2, n. 2, 2016.

PANKE, Luciana. IASULAITIS, Sylvia. **Mulheres no poder: aspectos sobre o discurso feminino nas campanhas eleitorais**. Revista Opinião Pública.May-Aug 2016.

Comunicación y salud desde una dimensión política: la experiencia de Radio Teocelo.

Communication and health promotion from a political dimension: the experience of Radio Teocelo.

Castellanos Rodríguez, José Agustín.
Universidad de América Latina, Xalapa.Radio Teocelo.
México.
agosto0420@gmail.com

GI 5 – Comunicación y Género en Democracias: activismos, ciudadanías, representación y derechos (Presencial y Remoto)

Medios comunitarios. Radio comunitaria. Apropiaciones tecnológicas.
Community media. Community radio. Technological appropriation.

Tema central

A continuación, se exponen resultados del análisis de un caso de apropiación y reconfiguración social sobre la tecnología radiofónica y, la resignificación de sus narrativas. En principio, se evaluaron las condicionantes y capacidades de una experiencia particular de radio comunitaria para constituir una esfera de mediación, deliberación y representación de comunidades e identidades colectivas, de forma autónoma a las determinaciones del Estado y el mercado. Por lo tanto, se problematizaron los supuestos sobre medios comunitarios, las nociones normativas de espacio y opinión pública, y la concepción esencialista de una sola esfera centralizada, donde una serie de obstáculos pueden condicionar el acceso, supeditar la participación en los procesos deliberativos y, en consecuencia, restringir la representación de identidades colectivas, sus problemáticas e intereses comunes.

Aunque la aproximación a la experiencia de Radio Teocelo supuso el establecimiento inicial de categorías de análisis, a razón de disponer de una clasificación clara de las identidades que accedían e intervenían el medio, las formas de organización y colaboración, las problemáticas e intereses representados, y la diversidad de las audiencias; el avance progresivo de la investigación demandó la implementación de nuevas categorías. En especial, el diseño y establecimiento de una asociada a la salud.

Desde una lectura periférica, podría suponerse que la incorporación de la «salud» estuvo determinada por la contingencia sanitaria por COVID-19, ante la necesidad por compartir prácticas de promoción de la salud. Sin embargo, el tratamiento del fenómeno exhibió una identidad colectiva, compuesta por mujeres e individualidades asociadas a movimientos feministas, que apropiaba la tecnología radiofónica como espacio de encuentro y representación, con contenidos enfocados en problemáticas vigentes de su entorno, inherentes a dimensiones individuales y colectivas de la vida pública y privada, como esferas para la actividad y reivindicación política (Bailey, Cammaerts y Carpentier, 2008): violencia de género, trabajo domestico, relaciones económicas, salud íntima, reproductividad y machismo.

En consecuencia, a partir de la experiencia de Radio Teocelo, el objetivo de investigación es exhibir que, la radio comunitaria por cuanto sea producto de la apropiación, reconfiguración y resignificación de las tecnologías, dispositivos y prácticas mediáticas en manos de identidades colectivas; puede constituir un espacio de encuentro, organización y representación de asuntos de interés común de la vida pública y privada. De modo que, esta tecnología apropiada es producto y productora de constantes operaciones de mediación, atravesada y sujeta de estas.

Discusión teórica

Aquí se utiliza el concepto «medios comunitarios» para referir a las experiencias de apropiación de prácticas y tecnologías de comunicación por parte de comunidades construidas de forma simbólica, definidas por interacciones cotidianas entre individualidades que perciben, comparten y significan símbolos comunes, más que como estructuras basadas en localidades específicas o

contratos cívicos (Cohen, 1985). El énfasis se deposita en las capacidades de las identidades colectivas que, a través de operaciones de mediación (Cammaerts, 2015b; Silverstone, 2005), han apropiado y reconfigurado un repertorio de tecnologías, con el fin de constituir esferas de participación colectiva, negociación y representación (Lievrouw, 2011; Rodríguez, 2009).

No obstante, la radio comunitaria no solo es producto de mediaciones; también es una «tecnología de automediación» atravesada por «lógicas y estrategias de mediación», que facilitan la extensión de operaciones asociadas a identidad y contexto. Dichas negociaciones productivas involucran condiciones de autonomía y autogestión, por cuanto el ejercicio del poder invoca estrategias contrahegemónicas de significación y representación propia, a través de recursos apropiados y reconfigurados (Cammaerts, 2015a).

En este caso, se considera que lo político involucra condiciones diferenciadas de poder y, en consecuencia, un conflicto entre identidades que cuestionan los códigos dominantes de las distintas formas y expresiones del poder que organizan la vida y, reducen y agravian su autonomía, toma de decisiones y representación propia (Melucci, 1999). En el caso de análisis, los conflictos entorno a dichos códigos dominantes intervienen diversas esferas y situaciones: sexualidad, salud y reproducción (Arendt, 2009; Melucci, 1999).

En consecuencia, la comprensión de la radio comunitaria como un proyecto político -producto y productor- de operaciones de mediación emprendidas por comunidades e identidades colectivas de acuerdo con objetivos, problemáticas e intereses comunes, requiere de una amplia interpretación del sentido político, más allá de las instituciones representativas convencionales, las intervenciones partidistas y las aspiraciones electorales (Milan, 2008; Treré, 2020). Por el contrario, involucra una participación que no se agota en las estructuras institucionales de las esferas determinadas por el Estado y que, en consecuencia, es inherente a dimensiones individuales y colectivas que involucran situaciones y categorías de la vida.

Metodología

A partir de una investigación explicativa se busca evidenciar la potencia de las acciones colaborativas de identidades colectivas que han apropiado y reconfigurado la tecnología radiofónica como esfera para la extensión de operaciones de organización, mediación, deliberación y representación de posicionamientos propios frente a procesos, problemáticas y asuntos de interés. Mediante una metodología cualitativa, sin manipulación de variables, muestras ni participantes, es posible recopilar expresiones espontáneas a través de dos instrumentos: análisis de contenido a través del monitoreo de la programación de Radio Teocelo y entrevistas a profundidad a los «colaboradores directos» de Radio Teocelo.

Conclusiones

Radio Teocelo ha constituido un espacio de organización, mediación y representación, reconfigurado para visibilizar problemas relacionados con la salud, el embarazo, la violencia y el trabajo domestico. Basadas en la disponibilidad de recursos locales, prácticas y memorias colectivas, y de forma autónoma al Estado, las instituciones de salud y las patentes farmacéuticas; a través de la emisora se han compartido experiencias asociadas a un consultorio de ginecología comunitaria, recursos herbolarios, parteria, afecciones menstruales e higiene íntima. En último caso, el objetivo de esta propuesta es visibilizar y compartir la experiencia particular de la identidad colectiva que ha apropiado, reconfigurado y resignificado a Radio Teocelo, sus narrativas y contenidos hacia problemáticas e intereses de su realidad cotidiana.

Bibliografía

Arendt, H. (2009). *La condición humana*. Paidós.

Bailey O., Cammaerts, B, y Carpentier, N. (2008). *Understanding Alternative Media*. Open University Press.

Cammaerts, B. (2015a). Technologies of self-mediation: Affordances and constraints of social media for protest movements. En J. Uldam y A. Vestergaard (Eds.),

Civic Engagement and Social Media: Political Participation Beyond the Protest (pp. 97–110). Palgrave Macmillan.

Cammaerts, B. (2015b). Movement media as technologies of self-mediation. En C. Atton (Ed.), *The Routledge Companion to Alternative and Community Media* (pp. 1-13). Routledge.

Lievrouw, L. (2011). *Alternative and Activist New Media*. Polity Press.

Melucci, A. (1999). *Acción colectiva, vida cotidiana y democracia*. El Colegio de México.

Milan, S. (2008). What Makes You Happy? Insights into Feelings and Muses of Community Radio Practitioners *Westminster Papers in Communication and Culture*, 5 (1), 25-43. http://doi.org/10.16997/wpcc.49

Rodríguez, C. (2009). De medios alternativos a medios ciudadanos: trayectoria teórica de un término. *Folios*, (21), 13-25. https://revistas.udea.edu.co/index.php/folios/article/view/6416

Silverstone, R. (2015). The Sociology of Mediation and Communication. En C. Calhoun, C. Rojek y B. Turner (Eds.), *The Sage Handbook of Sociology* (pp. 188-207). Sage.

Treré, E. (2020). *Activismo mediático híbrido. Ecologías, imaginarios, algoritmos*. Friedrich Ebert Stiftung y FES COMUNICACIÓN.

La Construcción de Cuerpos animados: una Perspectiva de Género en la industria de la animación

A Construção de Corpos Animados: uma Perspectiva de Gênero na Indústria deAnimação

The Construction of Animated Bodies: a Gender Perspective in the Animation Industry

Dra. Gabriela R. Cicalese
gabrielac@imagecampus.edu.ar
Esp. Prof. Paula Ramos
paula.ramos@imagecampus.edu.ar
Image Campus www.imagecampus.edu.ar
Y Comunicación Audiovisual UNSAM

Palabras Claves: animación - cuerpos - incidencia
animação - corpos - incidência.
animation - bodies - advocacy

La animación permite trascender movimientos anatómicamente limitados. Nos atraen los dibujos justamente por esa plasticidad, velocidad, equilibrios y estructuras diferentes de aquellas con las que convivimos. Como señaló Judith Butler en su influyente obra "Gender Trouble" (1990), el concepto de "diferente" sólo adquiere significado en relación con un referente o modelo al que se remite. Esto nos lleva a considerar que en el contexto de la animación, se establecen categorías binarias que definen lo que se considera "normal" y, por lo tanto, relegan a los "anormales" a la periferia de la representación. Esta dicotomía entre los cuerpos que cumplen con las normas establecidas y aquellos que divergen de ellas, juega un papel crucial en la configuración de las tramas de sentido en la configuración de género(s) en la sociedad (Michel Foucault, 1978).

Los y las creadores de animación tienen la libertad de construir cuerpos y personajes sin las limitaciones impuestas por las anatomías de los cuerpos “reales”. Sin embargo, a lo largo de la historia del cine y los cortos de animación industrializados, esta libertad creativa no siempre se ha utilizado para desafiar las normas de género y mostrar la diversidad de cuerpos y expresiones identitarias. En cambio, con demasiada frecuencia, la animación ha seguido un sentido referencial, reproduciendo estereotipos y arquetipos de género establecidos por la cultura dominante.

En esta presentación, nos proponemos como objetivo explorar las representaciones arquetípicas de cuerpos femeninos y masculinos en la industria de la animación, específicamente aquellas propuestas por la corriente principal o mainstream destinada a las infancias. Para lograrlo, hemos desarrollado tres aproximaciones teóricas interrelacionadas: representaciones, alusiones y percepciones. Estas herramientas conceptuales, originalmente de naturaleza semiológica, han sido reconfiguradas transdisciplinariamente

para capturar la complejidad de las tensiones entre los desplazamientos y las condensaciones de significado en la animación.
La falta de diversidad en la industria de la animación, tanto en términos de género(s) como de etnia, clase y edad se liga a los mecanismos de producción de estas construcciones animadas que influyen en las decisiones artísticas y comerciales que moldean la narrativa de género(s). Conocerlos puede darnos herramientas para intervenir sobre ellos y transformar -al menos parcialmente-sus resultados, o acompañar a la pluralidad de vocesen la toma de decisiones.

Las representaciones en la animación no son simples reproducciones visuales, sino construcciones culturales que reflejan y refuerzan normas de género. Los personajes animados, a menudo diseñados para encajar en arquetipos tradicionales de género, transmiten mensajes poderosos sobre cómo se espera que hombres y mujeres se comporten y se vean.
En la animación mainstream, los personajes femeninos tienden a ser representados de manera estereotipada, con cuerpos idealizados que enfatizan la delgadez y la belleza física. Estas representaciones refuerzan los estándares de belleza inalcanzables que las mujeres en la vida real a menudo sienten presión por alcanzar (Kilbourne, J.1999). El fenómeno Barbie es ilustrativo en este sentido, a pesar de ser dirigida por Greta Gerwig, primera mujer en superar la barrera de los 1000 millones de dólares en recaudación.
Por otro lado, los personajes masculinos a menudo se representan con cuerpos musculosos y poderosos, reforzando la idea de que la masculinidad está intrínsecamente ligada a la fuerza física y la valentía

Las alusiones en animación se refieren a cómo quiénes crean el arte conceptual hacen referencia a estereotipos o narrativas preexistentes en otros trabajos animados. Estas alusiones pueden ser sutiles o evidentes, pero juegan un papel crucial en la construcción de sentidos.
Un ejemplo de alusión en la animación es la construcción de la damisela en apuros, un tropo clásico en muchas películas animadas de Disney. Este tropo perpetúa la idea de que las mujeres son pasivas y necesitan ser rescatadas por un hombre, lo que refuerza las nociones tradicionales de género.

Las percepciones en animación se plantean cuando lo que se intenta es la literalidad o la primeridad como modo de significación. En la película Encantada (Disney, 2007) percibimos abiertamente esa referencia entre el dibujo y los actores y animales que los encarnan. También en la producción educativa en Argentina, La asombrosa excursión de Zamba (El Perro en la Luna, Paka Paka, 2011) cuando en sus viajes en el tiempo el personaje percibe los edificios y los personajes de la historia.
El lenguaje ordinario puede complementarse, revisarse, ponerse en tensión, pero es siempre el primer lenguaje (Austin). En términos de imagen y cuerpos, un lenguaje primero capaz de enmarcar la percepción es el standard de “normalidad” propuesto por cuerpos reales pero cuidados, maquillados, trabajados y arquetípicos. Pero también con figuras animadas que refuerzan esos arquetipos.

Luego, la percepción se liga a la empatía doxástica o afectiva (Jost, 2015) con la que quienes reciben completan esa percepción. Pero la complejidad de esos procesos también requiere espectadores más entrenados/as para desandar el primer punto de vista propuesto respecto de los cuerpos. No siempre la inscripción personal frente a estos mandatos oscila exclusivamente entre la adhesión acrítica o el distanciamiento concientizado. Hay aristas y pareceres que se ligan a la experiencia vital. Y, finalmente, son esas percepciones las que se comparten y transforman en lucha colectiva.

Algunas acciones y programas formativos: un horizonte de cambio

El análisis de los mecanismos, las representaciones, alusiones y percepciones de la industria de la animación nos interpela a proponer acciones de incidencia y transformación. En la presentación de la ponencia detallaremos las qué, desde Image Campus, como lugar privilegiado de formación de animadores, venimos realizando en los últimos años.

Desde nuestra perspectiva en la Dirección Académica de la Institución, no enfocamos la reflexión crítica a través del análisis sino de la producción animada. No sólo enseñamos habilidades técnicas, sino también promovemos una comprensión más profunda de cómo las decisiones creativas en un flujo de trabajo concreto debe dialogar en la construcción de identidades de género(s) y en las representaciones de cuerpos diversos, también en clave de etnia, clase, edad, contextos urbanos y rurales, personajes subalternos. Entendemos la formación como clave en una ciudadanía que produzca de diferente modo y con abanicos inclusivos los contenidos destinados a las infancias.

En resumen, las representaciones, alusiones y percepciones de los cuerpos en la animación mainstream a menudo refuerzan estereotipos de género tradicionales, limitando la diversidad de expresiones. Nuestra labor como educadoras desempeña un papel fundamental en la formación de futuras y futuros creadores de animación conscientes de la importancia de ampliar las construcciones de cuerpos y entornos según instrumentos que las nuevas herramientas técnicas de animación posibilitan.

Resistencias gordas: representación y visibilidad de los cuerpos en el espacio *online* y *offline*

Fat resistances: representation and visibility of bodies in online and offlinespace

María Rocío Espínola
(IDH - UNGS / CEIL CONICET)
Argentina
mrocioespinola@gmail.com

GI 5 – Comunicación y Género en Democracias: activismos, ciudadanías, representación y derechos

Palabras claves: activismo gorde, tecnopolítica, cuerpos.Keywords:
fat activism, technopolitic, bodies.

El presente trabajo pretende abordar las prácticas en el espacio *online* y *offline* de colectivos de activismo gorde y por la diversidad corporal de Argentina. El objetivo general es analizar, por un lado, las representaciones y estrategias de visibilización de corporalidades diversas en el espacio online, y por otro, las prácticas y repertorios en el espacio offline, teniendo en cuenta la construcción que se teje en conjunto en ambos territorios. Esto implica el análisis de las representaciones y estrategias de visibilización en redes sociales, y de sus prácticas y repertorios de acción como parte del activismo gorde y de la diversidad corporal en el país. Por lo mismo, el abordaje que se realiza es cualitativo a través de dos vías: una que implica la sistematización y análisis de los contenidos construidos en el espacio *online* (en este caso se trabaja con las cuentas de Instagram de los colectivos) desde una perspectiva sociosemiótica, y otra que aborda la perspectiva del accionar de les sujetes a partir de estrategias de carácter etnográfico y entrevistas, que se encuentran dentro del paradigma interpretativo.

Para este trabajo, se considera fundamental el concepto de "tecnopolítica" para comprender la apropiación de herramientas digitales para la organización y acción colectiva, la organización mediada por las tecnologías (Toret, 2013; Fuentes, 2020). El activismo gorde, al igual que otros, indagan y explotan los recursos que ofrecen las redes sociales y las performances en torno a las corporalidades, construyendo narrativas colectivas en la lucha por el reconocimiento y puesta en valor de cuerpos gordos (Fuentes, 2020). También es importante recuperar dos conceptos: uno es *sistema-red* que refiere al esquema de interacción entre actores y el otro es *movimiento-red* que implica el acto de identificación con una determinada causa; para poder comprender las relaciones y asociaciones que se constituyen entre las distintas acciones colectivas mencionadas y que dan forma a los movimientos sociales (Ávalos González, 2019). Los movimientos-red configuran espacios

de reconocimiento e intercambios donde se pone en juego lo relacionado tanto a lo afectivo como a las ideas, a través de la construcción de lazos conectivos que consolidan nuevas formas de *hacer en las redes* y estructuras hipertextuales (Reguillo, 2017). Para esto, el recorte que se realizó es el siguiente: en términos temporales, se tomarán en cuenta los contenidos y acciones a partir del 2021, que es el año de realización del Primer Encuentro Plurinacional de Gordes de Argentina; y en términos de casos de estudio, se tomarán en cuenta tres organizaciones: el Colectivo de Gordes Activistas de Argentina, Gordes Conurbanes (Gran Buenos Aires) y Existencia Gorda (Santa Fe), pero al mismo tiempo se recuperarán testimonios recolectados, a partir de las observaciones participantes, de asistentes a los encuentros organizados por estas organizaciones, para analizar los discursos en torno a las prácticas y representaciones de los cuerpos.

Si bien lo que se puede hallar es que existe un recorrido desde los activismos y de producciones académicas que ha abordado la problemática de los cuerpos gordos y la discusión sobre su despatologización y el acceso a derechos, se considera necesario poder abordar esta problemática desde la acción de les sujetes y activistas en un contexto de gran circulación y producción de contenidos en redes sociales; ya que es precisamente este espacio digital donde desarrollan hoy las acciones de visibilización de estas otras corporalidades hasta ahora estigmatizadas y controladas. La pregunta es entonces cómo construyen otras formas de representación de corporalidades gordas y sus repertorios de acción para darle visibilidad a estos cuerpos. En base a lo expuesto anteriormente, los primeros supuestos que surgieron fueron dos. El primero es que la construcción de las representaciones de las corporalidades gordas en redes sociales si bien se ha visibilizado e incrementado particularmente en los últimos años, son el resultado de un activismo tecnopolítico que combina tanto las acciones en el espacio digital como en el espacio público y los territorios. El segundo es que, teniendo en cuenta la construcción desde las experiencias personales propia de las redes, es factible que la forma en que se constituyen los repertorios de acción se vea atravesada por las motivaciones de las activistas que conforman este colectivo, es decir, por las vivencias propias vinculadas a una marca que traza sus corporalidades frente a un sistema de control y disciplinamiento de los cuerpos, que se relaciona directamente con sus subjetividades y emociones, y el acceso o negación de derechos o actividades. Esto se ha podido ir verificando a lo largo de la pesquisa a través del análisis de los discursos en circulación en las redes pero también en aquellos que construyen las activistas y que se han podido recuperar de las entrevistas. Al mismo tiempo, a partir de la sistematización de contenidos, se ha observado que se construyen constelaciones de performance que implican distintas tácticas y prácticas por parte de los diferentes colectivos, pero que entran en diálogo en cuanto a las reivindicaciones y discusiones del activismo gorde en Argentina.

Referencias bibliográficas:

Avalos González, J. (2019) “La posibilidad tecnopolítica. Activismos contemporáneos y dispositivos para la acción. Los casos de las redes feministas y Rexiste”. *Comunicación y Sociedad*, e7299: 1-30.

Fuentes, M. (2020) *Activismos tecnopolíticos. Constelaciones de performance*. Buenos Aires: Eterna Cadencia.

Reguillo, Rossana. 2017. *Paisajes insurrectos. Jóvenes, redes y revueltas en el otoño civilizatorio*. Barcelona: Ned Ediciones.

Toret, J. (2013) *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida*. Informe de investigación, Universitat Oberta de Catalunya.

“Es común que pase, pero sabemos que está mal”: La difusión no consentida de contenidos íntimos como forma de violencia de género digital en la adolescencia

"It's common for it to happen, but we know it's wrong": Non-consensual dissemination ofintimate content as a form of digital gender violence in adolescence

Yanina Frezzotti
UNNOBA. CONICET
Argentina
yanina.frezzotti@gmail.com

GI 5 – Comunicación y Género en Democracias: activismos, ciudadanías, representación y derechos

PALABRAS CLAVES: viralización de contenidos íntimos, relaciones de género, cultura digital juvenil

KEYWORDS: viralization of intimate content; gender relations; digital youth culture

PONENCIA

Los estudios que abordan la población juvenil, como tantos otros campos, se han visto transformados a partir de la irrupción de los espacios digitales. Por ejemplo, si se toma el tópico de la violencia de género, se observa que las redes sociodigitales suman un nuevo e ineludible ámbito desde el cual pensar las experiencias adolescentes. No obstante, hay que tener en cuenta que las violencias digitales ocurren en un marco general de otras violencias, más complejas y más antiguas que las observadas en los entornos virtuales. Como ejemplo de estas prácticas, la siguiente ponencia tiene el objetivo de analizar la viralización digital de comentarios e imágenes íntimas por parte de estudiantes de nivel secundario del partido de Junín (Bs. As.)[1], considerando el rol que desempeñan las relaciones de género en la configuración de dichas problemáticas.

Para esto, se realizaron un total de 18 grupos de discusión en 9 instituciones de educación secundaria del partido de Junín (Bs. As.) de octubre a noviembre de 2022, en cursos de diferentes edades y tipos de escuelas (escuelas de gestión privada y pública, urbanas, semiurbanas y rurales). Participaron activamente 199 adolescentes, con un total de 1315intervenciones (59% femeninas).

Cada jornada comenzó con la presentación de la investigación y una explicación de las reglas de la charla (voluntaria, confidencial y anónima). Luego se realizó una pequeña introducción sobre las situaciones de violencia de género digital que se iban a analizar. Finalmente se dio lugar a las preguntas disparadoras, planteando diferentes situaciones y dando lugar a las respuestas, experiencias, debates y detalles en base a los interrogantes:

- ¿Alguna vez les pasó o vieron que le pasara a una persona conocida [*tal situación*]?

a) Difundir rumores u opinar en las redes sobre la intimidad de otra persona
b) Compartir fotos o videos íntimos de alguien sin su permiso

- ¿Cómo fue la situación? ¿Qué hizo la persona afectada? ¿Qué actitudes tomaron laspersonas enteradas del caso? ¿Qué opina el grupo de esta situación?

RESULTADOS

Una de las primeras cuestiones que se advierte es que es muy frecuente la viralización de contenidos humillantes en espacios digitales, hasta el punto de que lo suelen considerar "normal", propio de la convivencia en redes sociales. Además, se observa que las tecnologías permiten nuevas formas o canales, como son la creación de *stickers* y *memes* o la apertura de cuentas anónimas, comúnmente utilizadas para burlar o desprestigiar.

En cuanto a las temáticas utilizadas para agredir mediante la difusión de comentarios humillantes, se destacan las críticas al cuerpo, sobre todo en los grupos correspondientes a los primeros años. Dicen que tanto chicas como chicos reciben estos mensajes, pero las chicas en mucha mayor medida. Además, destacan que los chicos se agreden entre ellos, generalmente en forma de "chiste", mientras ellas reciben comentarios denigrantes tanto de los varones como de otras chicas.

El tema del arrepentimiento aparece en varios testimonios, generalmente vinculado a una cuestión de madurez. De la misma manera, con la edad, también varían las principales temáticas de agresión, ya que, en los años superiores, más que el físico se destacan las críticas referidas a la sexualidad, sobre todo femenina. Así, mientras ellas son mayormente atacadas por el ejercicio de su sexualidad -tanto por chicos como por chicas-, entre los varones suelen referirse más a la orientación sexual, generalmente a manera de "broma".

Por su parte, el tema de la viralización de imágenes íntimas es uno de los tópicos que más comentarios y ejemplos ocasiona, sobre todo en los grupos correspondientes a años inferiores. No obstante, comienza a observarse una sensibilización sobre la temática, especialmente en cursos donde algunas chicas se identifican como feministas. En general, los comentarios remiten a un reconocimiento de la situación como indebida. Algo así como: "es común que pase, pero sabemos que está mal".

Según los testimonios, la difusión de imágenes íntimas se da principalmente por dos vías: 1) mediante los llamados "pack de nudes" (paquete de fotos de personas desnudas o semidesnudas) que se forman juntado fotos de chicas desconocidas obtenidas de Internet o mediante captura de pantallas de amigas o conocidas obtenidas de Instagram; y 2) cuando un chico comparte entre sus amistades las fotos íntimas de su novia -en general por alarde- o exnovia -en general por despecho-. En este último caso, los testimonios muestran la desigual vulnerabilidad sufrida por las mujeres, quienes continúan soportando menosprecios por el ejercicio de su sexualidad, inclusive por parte de familiares y amistades.

En cuanto a la actitud que toman cuando les llega una foto o video íntimo sin consentimiento de la persona protagonista, se observa que, mayormente, los chicos no reconocen que comparten este tipo de material, pero las chicas dicen "no creerles". Tanto por parte de ellas como de ellos, las actitudes se dividen entre quienes prefieren mantenerse al margen -la mayoría, sobre todo si no conocen a la víctima- y quienes

confrontan a la persona que realizó el envío y/o avisan a la víctima. Si bien todavía aparecen testimonios adolescentes que ponen la responsabilidad en la persona afectada, estos comentarios son generalmente cuestionados por la mayoría.

CONCLUSIONES PRELIMINARES

Al analizar la difusión adolescente de contenidos íntimos, se observa que las experiencias no difieren en los distintos tipos de escuelas, aunque hay un sutil cambio de temáticas a partir de la edad. En contraposición, la variable genérica sí determina situaciones distintas: en todos los casos, las chicas sufren más violencia. Más aún: el análisis muestra que estas violencias digitales pueden ser consideradas formas de violencia de género, ya que tanto los motivos que las impulsan como sus justificaciones y consecuencias, están atravesadas por el lugar desigual que la sociedad le asigna a hombres y mujeres. No obstante esta reproducción, se advierte entre las juventudes un incipiente cuestionamiento de las prácticas y una necesidad de profundizar en los debates. En este contexto, es fundamental insistir en los conocimientos sobre la temática y contribuir a brindar herramientas y capacitación, tanto en ESI como en habilidades digitales, que fortalezcan la convivencia adolescente en el entorno digital, sobre todo para las personas que continúan siendo violentadas por motivos de género.

Qual a voz das mulheres dentro das plataformas digitais? Uma investigação a partir dosinfluenciadores.

What is Women´s voice in the platforms? An investigation from the influencers standpoint.

Juana Andrade de Lucini

Faculdade de Comunicação/UnB, Brasil.

Juana.lucini@gmail.com

Resumo submetido para o GI 5 – Comunicación y Género en Democracias: activismos, ciudadanías, representación y derechos

Palavras-chave: Estudos de plataforma; ativismo digital; influenciadoras.

Key words: Platform studies; digital activism; influencers.

A comunicação digital permeia hoje todas as relações humanas por meio das plataformas digitais. Dentro deste contexto também está a rápida disseminação de ideias, inclusive de desinformação, por meio do uso destas plataformas como um fenômeno contemporâneo. Este artigo busca contribuir com o debate da comunicação digital olhando para o ativismo dentro das plataformas, com um olhar a partir dos influenciadores digitais. As plataformas mudaram as formas como as empresas estão operando e as pessoas se relacionando. Um efeito colateral é que acaba por incluir e potencializar vozes de mulheres, grupos LGBTI+ e grupos tradicionalmente menos representados.

Segundo Nina Santos (2021), há um sistema das plataformas que remunera conteúdos que conseguem atrair a atenção das pessoas e, portanto, fazer com que elas fiquem mais tempo nas redes, o que provocou também o fenômeno destes influenciadores. A plataformização é uma intermediação que atua em diferentes setores da economia e a digitalização, os sistemas públicos de mensage e a desinformação são os pilares da economia digital (Abidin et al, 2020; Pessanha, 2019).

Para contextualizar o estudo deste fenômeno, olhamos para o ativismo de mulheres e a luta por mudança social, especialmente por meio de grupos que se posicionam a favor do direito ao aborto e os movimentos feministas (ressaltando a interseccionalidade). A partir deste nicho exploratório podemos então extrapolar os dados encontrados para entender a dinâmica de atuação desses movimentos e suas táticas, em que se diferenciam em suas estratégias utilizadas no meio digital.

O ativismo digital é uma das técnicas de ativismo contemporâneo que provocam engajamento político em torno de determinadas temáticas e que utilizam as plataformas digitais e, portanto, a comunicação digital para debater, defender ou repudiar determinadas ideias. No caso desta pesquisa, analisaremos o aborto. As plataformas são os instrumentos usados por grupos de mulheres, Direitos Humanos para mostrar depoimentos de mulheres, mostrar e difundir dados sobre o risco para a vida destas e sobre a autonomia sobre seus corpos, a favor do direito ao aborto.

O objetivo principal do artigo proposto é caracterizar e identificar padrões na comunicação digital de ativistas que atuam nos movimentos e advocacy sobre a questão do aborto na América Latina. A literatura recente também destaca o poder que as mídias sociais possuem de reduzir os custos de mobilização e atuar na organização de protestos e diferentes práticas contenciosas (Gerbaudo, 2012 e 2018; Sandoval-Almazan et al, 2014) que associam a instabilidade institucional recente à mobilização de massas possibilitada pelo uso das mídias sociais. Parte dos estudos nessa área vem ressaltando o

potencial da internet de horizontalizar as relações entre atores e organizações, como argumenta Castells (2013) ao estudar o caso do Occupy Wall Street e as mobilizações que ficaram conhecidas como Primavera Árabe.

Como argumentam Bennett e Sergeberg (2013), essas novas tecnologias vêm alterando estruturalmente os movimentos, reinventando e desenvolvendo novos padrões organizacionais. Além disso, a digitalização da informação e a chamada *datificação* (o uso intenso do *Big Data*) dos processos de comunicação se tornaram hoje parte inevitável da cultura contemporânea, impactando todas as interações sociais (Silva, 2017).

Os influenciadores, por um lado, podem contribuir com essas causas sociais mas por outro geram mais riqueza para as plataformas. Há um corpo crescente de literatura argumentando que a participação de líderes de opinião no estágio inicial de um evento de mídia social aumenta sua influência (Zhang et al, 2014). A mídia social agora é uma nova fonte de dados para pesquisas em ciências sociais. Os conteúdos difundidos nas redes sociais introduzem uma nova forma de texto - mais fragmentada e dispersa, mas que ajuda a reforçar a ação e a reforçar os elementos narrativos no dia a dia (Bredl et al 2014; Murthy 2013). O compartilhamento de conteúdo nas redes sociais também nos permite identificar redes de seguidores e ter uma visão aproximada do impacto de cada mensagem nesses grupos.

Desta maneira, uma primeira fase realizará prospecção de dados coletados por meio de Hashtags ligadas ao movimento pró direito ao aborto no Twitter, usando a ferramenta Brandwatch, que forneceu um acesso acadêmico para o estudo. A Brandwatch utiliza uma série de técnicas distintas para a coleta da totalidade dos dados disponíveis no Twitter, entre eles rastreadores da Web, várias APIs de pesquisa, fluxos de dados de provedores de dados terceirizados e relacionamentos diretos com sites específicos. Os dados prospectados serão do ano de 2022, identificando um período de grande movimentação para seleção específica. Numa segunda fase metodológica será realizada uma análise dos atores das postagens mais retweetadas e reenviadas de tweed, buscando identificar os influenciadores e possíveis padrões no ativismo digital. Um passo além neste ponto é pensar nas métricas em torno de questões e causas sociais, ou seja, o estudo do engajamento social em questões problemáticas, inter-relacionando as ciências sociais e as computacionais num caminho de interdisciplinaridade contemporânea.

Referências:

Abidin, C. (2021). Singaporean influencers and COVID-19 on Instagram stories. *CelebrityStudies, 12*(4), 693-698.

Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2013). *The logic of connective action: Digital media and thepersonalization of contentious politics*. Cambridge University Press.

Bredl, K., Hunniger, J., & Jensen, J. L. (2014). *Methods for analyzing social media*.

Castells, M., & Medeiros, C. A. (2013). *Redes de indignação e esperança: movimentos sociaisna era da internet*. Zahar.

Gerbaudo, P. (2012). *Tweets and the streets: Social media and contemporary activism*. PlutoPress.

Gerbaudo, P. (2018). Social media and populism: An elective affinity? *Media, Culture &Society, 40*(5), 745-753.

Murthy, D. (2013). *Twitter: Social communication in the Twitter age*. John Wiley & Sons.

Pessanha, R. M. (2019). *A « indústria » dos fundos financeiros. Potência, estratégias e mobilidade no capitalismo contemporâneo*. Consequência.

Sandoval-Almazan, R., & Gil-Garcia, J. R. (2014). Towards cyberactivism 2.0? Understanding the use of social media and other information technologies for political activism and social movements. *Government Information Quarterly, 31*(3), 365-378.

Santos, N. (2021). Invisibilização como estratégia: Como a desinformação pode se esconder nos caminhos tecnológicos? In C. A. Arruda de Oliveira & H. R. Guimarães de Menezes (Eds.),
Fundação Dom Cabral.

Silva, S. P. da. (2017). Algoritmos, comunicação digital e democracia: dimensões culturais e implicações políticas nos processos de Big Data. In *Cultura digital, internet e apropriações políticas: Experiências, desafios e horizontes* (pp. 29-43). Letra e Imagem.

Zhang, L., Peng, T.-Q., Zhang, Y.-P., Wang, X.-H., & Zhu, J. J. (2014). Content or context: Which matters more in information processing on microblogging sites. *Computers in Human Behavior,31*, 242-249.

Controvérsias em rede: mapeando atores da polêmica do Estupro Culposo no *Twitter*

Controversies in a network: mapping actors in the controversy Estupro Culposo on Twitter

Kenia Beatriz Ferreira MAIA[1]
Maria Beatriz Silva de ANDRADE[2]
Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

GI 5 – Comunicação e Gênero nas Democracias: ativismo, cidadania, representação e direitos

Palavras-chave: Plataformas *online;* Violência de Gênero; Teoria Ator-Rede.

Key- words: Online platforms; Gender Violence; Actor-Network Theory.

Introdução

As plataformas online tornaram-se peças importantes no processo comunicativo, a nossa forma de interação com o mundo foi alterada, como também, os nossos modelos de relação interpessoal, a partir dos discursos cotidianos espontâneos ou 'ensaiados'. Conforme lembra Recuero (2017), essas relações são estabelecidas por interações e associações e vão conferir aos sujeitos determinadas posições nas suas redes sociais *online*, que vão sendo modificadas por essas mesmas ações. A posição desses atores é, ao mesmo tempo, produto e produtora de interações, ou seja, a rede influencia e é influenciada pela posição de seus usuários. Entendemos que as redes *online* podem também se configurar como plataforma e apoio - no mesmo sentido que Butler (2018), atribuiu a "suporte" - para que ação política aconteça e para que esses corpos sejam reconhecidos.

A partir disso, observando os fenômenos de comunicação nas plataformas online que obtiveram uma ampla reverberação no Brasil, nos propomos a cartografar as controvérsias em torno do termo Estupro culposo no site de rede social *Twitter*. O termo veio a público no site de notícias The Intercept Brasil com a reportagem "Julgamento de influencer Mariana Ferrer termina com tese inédita de 'estupro culposo' e advogado humilhando jovem", a reportagem trazia um vídeo com trechos da sentença. A reportagem estava no perfil de diversos usuários, chegando a 11 milhões de visualizações e mais de 150 mil compartilhamentos. O texto tornou a discussão pública muito maior, o enquadramento dado pelo veículo, além do título, contribuiu de maneira significativa para a repercussão que aconteceu nas redes.

---

1 Doutora. Professora do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia da UFRN, email: kbmaia@gmail.com.

2 Jornalista. Mestra pelo Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia da UFRN, email: mariahbeatriz.andrade@gmail.com

Coletar e analisar dados para a pesquisa social e cultural requer não apenas uma nova perspectiva sobre a internet, mas também novos métodos para fundamentar as descobertas. E é nesse sentido que a perspectiva teórica-metodológica da Teoria Ator-Rede (TAR) e operacionalizada pela Cartografia das Controvérsias (CC) foi definida como principal ferramenta de análise. A cartografia, Venturini (2010), como o exercício de elaboração de dispositivos para observar e descrever o debate social. Entendendo que a internet não é simplesmente um objeto de estudo, mas também uma fonte para os estudos.

A partir dos tuítes (mensagens enviadas) e retuítes-RT (mensagem reproduzidas de outros usuários) no site de rede social, Twitter, publicados entre os dias 3 e 5 de novembro de 2020 com a hashtag #EstuproCulposoNãoExiste. Construímos a cartografia da rede através do aplicativo Gephi. O que o grafo mostra é uma rede ampla de mais de 43181 'nós' e 46041 arestas, subdivididos em conjuntos associados com indicação de cores distintas, agrupadas pelo software.

Principais resultados

Nas interações os usuários seguiram discurso de sororidade, busca por justiça, direitos das mulheres, consentimento, assinatura de petição entre outros. As palavras associadas referem-se a nomear o acusado "André Aranha", repetição da hashtag #estuproculposonãoexiste ou #justicaporMariFerrer. Nas discordâncias, palavras recorrentes são em culpabilizar a vítima, atribuindo termos como 'psicótica', 'mulheres', 'homofobia', site de esquerda", "moralista", "sentença" além de questionar se o jornalista leu a sentença do caso.

Sendo assim, compreendemos que se trata dos atores que cotidianamente estão em ação na rede, são atores variados de influencers, políticos, estudiosos do direito, jornalistas, ativistas dentre outros. A ação dos atores permitiu que o debate ocorresse e ainda continue sendo debatido, a cada novo caso aplicado a sua jurisprudência, estudos que realizamos ainda ressoa os efeitos das controvérsias que foram trazidas da caixa-preta pela jornalista e veículo de imprensa, como a face misógina e machista do Judiciário brasileiro, fundamentada na lógica patriarcal que estrutura a sociedade. No processo de reagregação social, segundo Tarde (1993) "imita-se, afinal, porque o que a coisa social deseja antes de tudo, como a coisa vital, é se propagar".

Nessa perspectiva, uma ação que atravessou debate virtual para o offline, foi a criação da Lei 14.245 oriunda do Projeto de Lei (PL) 5.096/2020, a norma foi aprovada pelo Senado e prevê punição para atos contra a dignidade de vítimas de violência sexual e das testemunhas do processo durante julgamentos. A partir da repercussão do caso, e de vários senadores e senadoras que censuraram a condução do processo judicial, motivando a apresentação do projeto de lei.

Considerações

O digital é parte integral da vida dos atores humanos, a conectividade, a mensagens e a interação com os não-humanos acontece a todo momento sem nos darmos

conta dessa interação mesmo quando não ocorre no virtual. Identificamos assim, os atores envolvidos no debate, como também os principais temas envolvidos em cada comunidade, as contribuições que passaram do online para o offline, o quanto o debate ocorrido em meio a crescente onda da extrema-direita trouxe a controvérsias para o campo conservador, ou ainda quando passa a questionar não mais o vídeo da audiência mas a adoção do termo 'estupro culposo', ou ainda em relação a outros temas que fugiam a controvérsia para o ataque de veículos progressista, culpabilização da vítima entre outros pontos.

Com isso, é cada vez mais comum, ataques a determinados grupos e consequentemente aos corpos, tornando-os subalternizados: o corpo negro, o corpo pobre, o corpo improdutivo, o corpo feminino e o corpo LGBTQI+. O caso Marina Ferrer é bastante emblemático em termos de revitimização porque se materializa em vídeo o que se tem conhecimento em termos de violência institucional, assim, denomina-se vitimização secundária de quem já foi vítima da violência sexual, que outra coisa não é senão a violência institucional do sistema processual penal, fazendo das vítimas de estupro novas vítimas do próprio Estado, ou seja, do estigma procedimental-investigatório.

Nos resultados, da cartografia do social foi possível delinear o conjunto de atores humanos e não-humanos enunciados e discursos associados, agrupados em quatro núcleos Futebol, Racismo e dinheiro, Machismo e patriarcado e Justiça. Seguindo os atores e as associações em rede para mapear as controvérsias, detectamos, em lugar de trocas comunicativas, origina a falta de razão, sem vez para a racionalidade discursiva. E na rapidez de propagação da mensagem solicita e potencializa o efeito mimético do ódio, do ataque de veículos progressista, culpabilização da vítima, ofensas a determinados grupos e consequentemente aos corpos, tornando-os subalternizados, configurando assim uma sociedade patriarcal, machista, LGBTfóbica, capitalista e racista.

Referências

Alves, S. (2020, 03 de novembro). Julgamento de influencer Mariana Ferrer termina com tese inédita de "estupro culposo" e advogado humilhando a jovem. The Intercept Brasil, Recuperado de: https://theintercept.com/2020/11/03/influencer-mariana-ferrer-estupro-culposo/.

Amaral, I. (2016). *Redes sociais na internet: sociabilidades emergentes*. Recuperado de: http://www.labcom-ifp.ubi.pt/livro/286.

D'Andréa, C. (2020). *Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos.* Salvador, BA: EDUFBA. Recuperado de: https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/38256/2/carlosFredericoControversias.pdf

Butler, J.(2018). *Corpos em aliança e a política das ruas: notas para uma teoria performativa de assembleia*. Rio de Janeiro, RJ: Civilização Brasileira.

Latour, B. (2012). *Reagregando o social: Uma introdução à Teoria do Ator-Rede*. Salvador, BA: EDUFBA.

Lyon, D. (2018). Cultura da vigilância: envolvimento, exposição e ética na modernidade digital *In***:** F. Bruno (Org.). *Tecnopolíticas da vigilância: perspectivas da margem* (pp. 151 -179) São Paulo, SP: Boitempo.

Recuero, R. (2017). *Introdução à análise de redes sociais*. Salvador, BA: EDUFBA.

Sodré, M. (2021). *A sociedade incivil: mídia, iliberalismo e finanças*. Petrópolis, RJ: Editora Vozes.

Tarde, G. (1993). *Les lois de l'imitation.* 2º édition,. Paris: Éditions Kimé. Recuperado de: https://philosophie.universite.tours /documents/ 1890_Gabriel_Tarde.pdf.

Venturini, T. (2009). Diving in magma: how to explore controversies with actor-network theory. *PUBLIC - Understanding of Science*, New York, 19(3): p. 258 – 273. DOI: https://doi.org/10.1177/0963662509102694

Estrategias comunicativas ante la violencia digital contra mujeres en el ejercicio de lapolítica. Un estudio en la Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica

Dra. Yanet Martínez Toledo.
Centro de Investigación en Investigación en Comunicación (CICOM),Universidad de Costa Rica, Costa Rica
yanet.martinez_t@ucr.ac.cr

GI 5 – Comunicación y Género en Democracias: activismos,ciudadanías, representación y derechos

Políticas de los cuidados - Tecnologías de la información y la comunicación - Feminismo

Texto

Esta ponencia tiene como objetivo fundamental sistematizar las experiencias en el diseño de estrategias de comunicación política de equipos de comunicación de mujeres en diversos ámbitos del ejercicio de la política nacional parlamentaria, fundamentalmente en espacios digitales. Lo anterior se realiza desde la perspectiva de la agencia política de las mujeres, indagando por las estrategias narrativas para identificar, superar y subvertir la violencia política limita el ejercicio político de las mujeres. El centro de la investigación son las mujeres como sujeto político, y sus experiencias con las Tics: acceso, autonomía, ejercicio de derechos, dinámicas de privilegio-dominación, construcción de esfera pública en el espacio virtual.

La metodología empleada fue de tipo cualitativo, entrevistando a mujeres diputadas para conocer sus experiencias y a sus correspondientes equipos de investigación para identificar: conocimientos sobre violencia política, abordajes comunicacionales de la violencia política en espacios digitales, perspectiva de género en el abordaje de la violencia política en espacios digitales. Se entrevistó a un total de 10 diputadas y 4 equipos de comunicación.

Como parte de los resultados más significativos aparecen la comprensión de que se ejerce violencia contra las mujeres por el hecho de ser mujeres, que los equipos de comunicación de mujeres diputadas reciben tipos de violencia digital diferente a las de los hombres. Que la violencia es ejercida tanto por personas individuales como por sujetos anonimizados, siendo los troles los principales exponentes de dicha violencia. Los equipos de comunicación identifican formas de violencia organizada por motivos partidarios pero la ideología queda relajada cuando se trata de mujeres. La violencia se expresa directo al cuerpo y al juzgamiento de conocimientos y calidad del trabajo.

Para los equipos de comunicación, si bien la violencia digital política es un problema y se reconoce su sesgo de género, no hay una estrategia de comunicación dirigida de manera directa a esta problemática. Se van atendiendo los problemas de comunicación según van apareciendo. Desde el punto de vista de la comunicación la violencia digital es entendida desde la fase de diseño de los productos comunicativos. Se reconoce el lugar de la violencia digital y su impacto en el trabajo de las diputadas.

Como conclusión fundamental del trabajo se identifica que las diputadas y sus equipos reconocen la existencia de la violencia digital por motivos políticos, pero de manera descriptiva, no como una problemática basada en género o que deba ser abordada de manera diferente. Se reconoce la violencia contra las mujeres pero no se cuestiona su naturaleza o la necesidad de ofrecer mecanismo de protección y denuncia diferenciados.

Referencias

Canada y, M. (2003). Promising Alliances: The Critical Feminist Theory of Nancy Fraser and Seyla Benhabib. Feminist Review. Fiction and Theory: Crossing Boundaries, 74, 50–69.
Delmas, F. (2015). Tramas de la violencia simbólica. con X, Universidad Nacional de la Plata, (1), 19–45.
D'Ignazio, C., & Klein, L F. (2020). Data Feminism (Kindle). MIT.
González, K. P. (2018, febrero 9). Histórico: Mujeres representan 45,6% de curules para próxima Asamblea Legislativa. Recuperado de: https://www.elmundo.cr/costa-rica/historico-mujeres-representan-456-curules-proxima-asamblea-legislativa/
Kislinger, L. (2016). Viejas realidades, nuevos conceptos: Violencia mediática y violencia simbólica contra la mujer. Temas de Comunicación, 0(31).
Krook, M. L., & Restrepo Sanin, J. (2016a). Género y violencia política en América Latina.Conceptos, debates y soluciones. Política y gobierno, 23(1), 127–162.
Krook, M. L., y Restrepo Sanín, J. (2016b). Violencia contra las mujeres en política. En defensa del concepto. Política y gobierno, 23(2), 459–490.
Laudano, C. N. (2010). Visibilidad mediática de la violencia hacia las mujeres: Continuidades y cambios en Argentina. Revista Derecho y Ciencias Sociales. instituto de Cultura Jurídica y Maestría en Sociologi Juriídica. Universidad Nacional de La Plata, Octubre(3), 88–110.
Ley No 8589. (2007). Ley de Penalización de la Violencia Contra las Mujeres. AsambleaLegislativa República de Costa Rica.
Losch, E., & Wernimont, J. (2018). Introduction. En E. Losch & J. Wernimont (Eds.), Bodies of information (Kindle). University of Minnesota Press.
Margetts, H., John, P., Hale, S., & Yasseri, T. (2016). Political Turbulence. How social media shape collective action. Princeton University Press.

Los retos de la atención en violencia durante la pandemia.
Un abordaje de la atención digital por parte del INAMU, Costa Rica.

Dra. Yanet Martínez Toledo.
Centro de Investigación en Investigación en Comunicación (CICOM), Universidad de Costa Rica, Costa Rica
yanet.martinez_t@ucr.ac.cr

GI 5 – Comunicación y Género en Democracias: activismos, ciudadanías, representación y derechos.

Políticas de los cuidados - Tecnologías de la información y la comunicación - Feminismo

Texto

El COVID-19 y la atención y prevención de la VcM Varios de los efectos de la pandemia en la vida de mujeres y niñas están vinculadas con formas de exclusión basadas en género

1. Las expresiones de violencia doméstica durante la pandemia han reforzado el espacio doméstico como lugar privilegiado en el que ocurre el ciclo de violencia contra mujeres y niñas.

2. La restricción del acceso a empleo con el cierre mayoritario de sector Servicios, ocupado por mujeres, al igual que las distintas formas de trabajo informal (OIT, 2020, p. 11)

3. La precarización del empleo, que ha afectado a diferentes grupos poblacionales y ha afectado de manera especial a las mujeres con el aumento de flexibilidad laboral y la reducción de horas de trabajo por una parte y por otra la extensión de las jornadas laborales para aquellas mujeres que han hecho la transición hacia teletrabajo en el espacio doméstico (Frisancho y Vera-Cossio, 2020).

4. La agudización de las brechas digitales de género mediadas por las brechas anteriores impacto en la autonomía económica de las mujeres, ampliación del tiempo de trabajo en el espacio doméstico (tele-trabajo, tele-enseñanza, tele-cuidados).

En Costa Rica la pandemia impactó desde su inicio en

1. la reducción de la oferta de servicios de apoyo o la afectación de su continuidad debido a las restricciones, también aumenta este riesgo.

2. El confinamiento en el contexto COVID-19 también aumenta el riesgo para las niñas frente al abuso y la violencia sexual especialmente la intrafamiliar y en el caso de las adolescentes y mujeres jóvenes la violencia sexual que sufren por redessociales e internet (ciber violencia). (Instituto Nacional de las Mujeres, 2020, p. 1)

En 2020, el Sistema Nacional de Atención y Prevención de la VIolencia contra las Mujeres elaboró lineamientos para la atención a víctimas y sobrevivientes de VcM en condiciones de restricción y aislamiento, danto respuesta instituiconal a las limitaciones impuestas por la pandemia. Entre ellas destacan dos vinculadas con el uso de TIC 1) para el desarrollo de reuniones y sesiones de trabajo de las Redes locales de prevención y atención de la VcM. Además, se recomienda a las redes locales a planificar acciones teniendo en cuenta "las desigualdades entre las mujeres y los hombres" (Instituto Nacional de las Mujeres, 2020, p. 3).

En los lineamientos se enfatiza acerca de lo importante de dar seguimiento haciendo uso de servicios telefónicos o virtuales, manifestando que "los servicios de atención a la violencia son esenciales, por lo que deben estar atentas a que las instituciones

estén garantizando un mínimo de personal presencial en las oficinas". Finalmente hacen un llamado a considerar "a poblaciones que por su condición de vulnerabilidad se encuentran con dificultades de acceso a los diversos servicios estatales en periodos normales y aún más con las limitaciones generadas en el marco del COVID-19 (mujeres migrantes, mujeres indígenas o de ámbitos rurales), que en este momento están en aislamiento o con dificultades de acceso a los servicios por la distancia y la poca capacidad institucional de presencia en dichas zonas" (Instituto Nacional de las Mujeres, 2020, p. 4).

En la literatura revisada en torno a la respuesta institucional a los retos que representa la pandemia para la prevención y atención a la VcM, se evidencian dos elementos clave

1) la necesidad de realizar un reajuste de los protocolos y mecanismos de atención a víctimas y sobrevivientes de VcM; 2) el fortalecimiento de las acciones de comunicación que permitan informar acerca de los servicios y sensibilizar a la población acerca del tema (Instituto Nacional de las Mujeres, 2020, p. 8; Ruiz-Pérez y Pastor-Moreno, 2021, p. 389; Gobierno de España MInisterio de Igualdad, 2020; Ayuntamiento de Sevilla, 2020).

En el caso costarricense, desde el INAMU se crearon distintas estrategias de comunicación cuya finalidad fue fortalecer los dos ejes de acción antes mencionados; acceso virtual a la atención y sensibilización mediante campañas informativas para mujeres víctimas de violencia (Instituto Nacional de las Mujeres, 2020a), así como de las medidas implementadas en el marco del confinamiento (Instituto Nacional de las Mujeres, 2020b), además de un texto que recoge las afectaciones de la pandemia a la vida de las mujeres (Instituto Nacional de las Mujeres, 2020c).

La metodología empleada fue un análisis documental oficial emitido por el Instituto Nacional de las Mujeres para garantizar la atención durante el año 2020. Además, se realizaron entrevistas a funcionarias de la institución vinculadas con los distintos niveles de atención en violencia.

En los documentos analizados se hace poca alusión al papel de la virtualidad o el trabajo remoto en los servicios de atención a mujeres, especialmente aquellos vinculados con la violencia.

1. Se refuerza una idea de manera permanente: los servicios no cesarán de ser ofrecidos, lo cual representa en sí mismo una fortaleza del INAMU como institución pública

2. No se evidencian directrices para la creación de protocolos para la atención remota. Aunque si se aprecia en las entrevistas. Falta hacer la conexión entre los documentos elaborados desde la jerarquía técnica y las acciones desarrolladas por las Oficinas Regionales y la Delegacióin de la Mujer (en la Delegación se generó un protocolo interno para dar continuidad a la atención en confinamiento).

3. No se evidencia en los documentos el proceso para la organización de los recursos necesarios para la virtualización.

4. Es importante contactar a la oficina encargada del diseño de la estrategia digital que tuvo como objetivo dar continuidad al trabajo del INAMU

5. En los documentos se hace referencia a los tipos de servicios: telefónico, vía correo electrónico, vía whatsapp pero no se evidencia un protocolo para el uso de los mismos: horarios de atención, procedencia del dispositivo electrónico, requerimientos técnicos para el desarrollo de teletrabajo, entre otros. Se ha recibido información al respecto vía las entrevistas.

Referencias

Ayuntamiento de Sevilla (2020) Covid-19 y los derechos de las mujeres víctimas / supervivientes de violencia de género. Disponible en https//violenciagenero.org/recurso/publicacion/covid-19-y-derechos-mujeres-victimas-supervivientes-violencia-genero

CEPAL (2020) Universalizar el acceso a las tecnologías digitales para enfrentar los efectos del COVID-19. Informe Especial No. 7, Recuperado de https//repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45938/4/S2000550_es.pdf

Castaño, C., Fernández, J. & Vázquez, S. (2008). La e-inclusión y el bienestar social una perspectiva de género. Economía Industrial, 367, 139-152.

Crenshaw, K. (1991). Maping the margins Intersectionality, Identity Politics, and Violence Against Women of Color. Stanford Law Review, 43, 1241-1299.

Frisancho, V. y Vera-Cossio, D. (2020) Brechas de género en tiempos de la COVID-19. Recuperado de https//blogs.iadb.org/ideas-que-cuentan/es/brechas-de-genero-en-tiempos-de-la-covid-19/

Ministerio de Igualdad de España (2020) Guía de actuación para mujeres que estén sufriendo violencia de género en situación de permanencia domiciliaria derivada del estado de alarma por COVID 19. Disponible en https//violenciagenero.igualdad.gob.es/informacionUtil/covid19/GuiaVictimasVGCovid19.pdf

Instituto Andaluz de la Mujer (2020) Guía de recursos para la atención a mujeres en situación de violencia de género durante el estado de alarma por el COVID-19. Disponible en https//violenciagenero.org/recurso/publicacion/guia-recursos-atencion-mujeres-situacion-violencia-genero-durante-estado-alarma

Instituto Nacional de las Mujeres, (2020) Lineamientos para redes locales de prevención y atención de la violencia contra las mujeres y la violencia intrafamiliar (Ley 8688) en el marco de la emergencia nacional por covid-19. Disponible en https//www.ccss.sa.cr/web/coronavirus/assets/materiales/personal/lineamientos/275.pdf

Instituto Nacional de las Mujeres, 2020a Campaña Seguimos pendientes de vos. http//seguimospendientesdevos.inamu.go.cr/

Instituto Nacional de las Mujeres,, 2020b Medidas ante la crisis COVID-19 Disponible https//www.inamu.go.cr/documents/10179/2067167/Manual+Crisis+COVID-2.pdf/a57358e2-e019-44ba-b971-b16c8e55e9fa

Instituto Nacional de las Mujeres,, 2020c Afectaciones del COVID-19 en la vida de las mujeres en Costa RIca Disponible https//www.inamu.go.cr/documents/10179/1385759/Afectaciones+del+COVID-19+en+la+vida+de+las+mujeres+en+Costa+Rica.pdf/34db9aa6-aec4-47f0-9349-db52860220e7?utm_source=inamu&utm_medium=pdf&utm_campaign=covid-19,+costa+rica

MICITT. (2017). Un acercamiento a la brecha digital de género en Costa Rica. San José, Ministerio de Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones. Disponible en www.micitt.go.cr/bdg

Navarrete, A. (2011) Diferentes, desiguales y desconectadas. ¿Quién es quién en las industrias tecnológicas? Asparkía Investigació Feminista, Universitat Jaume I 22, pp. 17-31

OIT (2021) Observatorio de la OIT La COVID-19 y el mundo del trabajo. Séptima edición. Recuperado d https//www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/briefingnote/wcms_767045.pdf

PROSIC (2017) Hacia una sociedad del conocimiento, PROSIC Universidad de Costa Rica San José

#AssédioZero: quais as ações de combate ao assédio nas universidades mobilizadas pela campanha no Brasil?

#ZeroHarassment: what actions to combat harassment in universities have been mobilized by the campaign in Brazil?

Nayara Nascimento de Sousa
Rede Brasileira de Mulheres Cientistas, Brasil
nayara.nascimento@discente.ufma.br

Proposta de trabalho ao GI 5 – Comunicación y Género en Democracias: activismos, ciudadanías, representación y derechos

Palavras-chave: Violência de gênero; Assédio; Universidades.
Keywords: Gender violence; Harassment; Universities.

Tema central

O trabalho trata da campanha nacional #AssédioZero, lançada pela Rede Brasileira de Mulheres Cientistas (RBMC) em junho de 2023, no Brasil, com a finalidade de combater a cultura do assédio que atinge, sobretudo, professoras, estudantes, técnicas administrativas e profissionais terceirizadas nos espaços acadêmicos.

Objetivo

Analisar as ações da Campanha #AssédioZero e as possíveis repercussões tanto nas plataformas digitais quanto em outros espaços.

Caracterização do estudo

As discussões sobre assédio nas universidades não são recentes, mas poucos avanços são observados no que se refere ao tratamento das denúncias e punição aos agressores. Em reportagem da CNN Brasil, publicada em julho de 2023, foi realizado um levantamento sobre o quadro de denúncias de assédio sexual nas universidades federais brasileiras. Segundo dados obtidos a partir da Lei de Acesso à Informação (LAI), das 279 denunciações registradas nos últimos dez anos, apenas 6% resultaram em demissões dos docentes acusados.

Não há uma estimativa nacional sobre a quantidade de vítimas de assédio

nos espaços acadêmicos e os casos são subnotificados. A principal referência é o relatório "Violência contra a mulher no ambiente universitário", produzido em 2015 pelo Instituto Avon em parceria com o Data Popular, no qual foram entrevistadas/os 1.823 estudantes universitárias/os de cursos de graduação e pós-graduação de todo o país. Entre as mulheres, 67% reconhecem que já foram submetidas a violências de gênero. Quanto ao assédio sexual, 56% relatam que já receberam comentários com apelos sexuais indesejados, cantada ofensiva e/ou abordagem agressiva, enquanto 73% conhecem casos desses tipos.

Em geral, tanto mulheres quanto homens têm percepções limitadas do que é considerado assédio. Almeida (2022) pontua que o termo possui muitos significados dispersos e usos variados. Para a autora (2022, p. 200), "o assédio se constitui a partir da não reciprocidade no interesse sexual entre professor e aluna", de modo que as hierarquias institucionais produzem desigualdades de poder nas relações e muitas vezes a vítima não possui capacidade de consentimento "livre" e "autônomo". Nas universidades, as ações costumam surgir de atitudes individuais ou de pequenos grupos de mulheres. Algumas instituições lançaram cartilhas com foco na prevenção, combate e denúncia ao assédio (por exemplo, o "Guia de enfrentamento ao assédio" da Universidade Estadual Paulista - Unesp). Também foram criadas ouvidorias próprias para o acolhimento das vítimas e, quando for o caso, o encaminhamento das denúncias em nível administrativo (a Ouvidoria Feminina da Universidade Federal de Ouro Preto - UFOP, por exemplo).

Em junho de 2023, a Rede Brasileira de Mulheres Cientistas (RBMC) lança a campanha nacional #AssédioZero, com a finalidade de combater a cultura do assédio nos espaços acadêmicos. A motivação advém dos relatos de pesquisadoras vítimas de assédio praticado pelo renomado sociólogo e professor português Boaventura de Sousa Santos.

A campanha é mobilizada principalmente pelo perfil da RBMC no Instagram (@redemulherescientistas), que possui mais de sete mil seguidoras/es, e YouTube (@redebrasileirademulheresci8820), com mais de um mil inscritas/os. Entre as atividades programadas, são realizadas lives mensais para discutir o assédio sob diferentes enfoques, com a participação de pesquisadoras de diversas áreas. Além disso, a Rede estabelece parcerias para levar os debates às universidades.

A Rede Brasileira de Mulheres Cientistas foi criada em 2021, a partir do lançamento da Carta Manifesto em Defesa da Vida das Mulheres na Pandemia, que já conta com mais de quatro mil assinaturas de cientistas do Brasil. Atualmente se

denomina como um movimento social em prol da equidade das mulheridades na ocupação dos espaços de poder e decisão, defendendo a ciência como pressuposto para alcance da cidadania plena.

Metodologia de abordagem

Este trabalho é uma pesquisa qualitativa exploratória com análise descritiva das ações da campanha #AssédioZero. Para tanto, utilizamos as publicações da RBMC no perfil no Instagram e os vídeos das lives disponíveis no canal da Rede no YouTube, além do mapeamento em canais de comunicação de universidades e portais da mídia que pautaram a campanha para verificarmos a repercussão.

A coleta das publicações foi iniciada em junho, desde o lançamento da campanha, e os dados tabulados em planilha do Excel. Para o referencial teórico, realizamos a revisão da bibliografia brasileira sobre assédio nas universidades e também exploramos a legislação para identificar as tipificações do assédio e possíveis punições.

Principais resultados

Este trabalho está em fase inicial e apresenta informações preliminares da repercussão da Campanha #AssédioZero, levando em conta as ações observadas nas plataformas digitais e nos canais institucionais de universidades. Como resultados, desde o lançamento, a #AssédioZero foi pautada na Agência Brasil e em mais de 30 portais online em variados estados, tais como CNN Brasil, Brasil de Fato, Geledés, entre outros. Algumas das coordenadoras da RBMC foram entrevistadas para falar sobre o assunto em telejornais, sendo Jornal de Rondônia (JRO 1ª Edição), da Rede Amazônica, afiliada da Rede Globo, e no Jornal da Tarde, da TV Cultura.

A primeira live da campanha "Pelo fim da cultura do assédio no ambiente acadêmico", que foi transmitida em junho, é o terceiro vídeo mais visualizado no canal da RBMC no YouTube, com mais de 500 views. A Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ) aderiu à campanha e vem proporcionando debates sobre o tema, e a Universidade Federal de Alagoas (UFAL) realizou a palestra "Segurança e enfrentamento ao assédio no campus", em alusão ao Agosto Lilás, em parceria com a RBMC.

Pretendemos analisar as discussões levantadas nas lives da campanha #AssédioZero, a repercussão nas redes sociais e nas universidades ao longo do tempo e se houve algum impacto efetivo no que diz respeito à prevenção, combate e

punição ao assédio nos ambientes acadêmicos.

Referências

Almeida, H. B. de (2022). A visibilidade da categoria assédio sexual nas universidades. In Almeida, T. M. C. de, & Zanello, V. (Org.), *Panoramas da violência contra mulheres nas universidades brasileiras e latino-americanas* (pp. 195-220). OAB Editora.

Hirabahasi, G. (2023, 24 julho). Exclusivo: universidades demitiram apenas 6% dos professores acusados de assédio sexual nos últimos 10 anos. *CNN Brasil*. https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/exclusivo-universidades-demitiram-apenas-6-d os-professores-acusados-de-assedio-sexual-nos-ultimos-10-anos/

Instituto Avon & Data Popular (2015). *Violência contra a mulher no ambiente universitário*. Instituto Avon.
https://institutoavon.org.br/conteudo-violencia-contra-as-mulheres/

Producción social de TICs para el cuidado: Una aproximación al campo de estudio

Produção social de TICs para atendimento: uma abordagem aocampo de estudo

Social production of ICTs for care: An approach to the field ofstudy.

Dra. Luisa Ochoa Chaves,
Centro de Investigación en Comunicación (CICOM), Universidad de Costa Rica
Costa Rica,
luisa.ochoa@ucr.ac.cr

Dra. Yanet Martínez Toledo.
Centro de Investigación en Estudiosde la Mujer (CIEM), Universidad de Costa Rica
Costa Rica
yanet.martinez_t@ucr.ac.cr

GI 5 – Comunicación y Género en Democracias: activismos,ciudadanías, representación y derechos

Políticas de los cuidados - Tecnologías de la información y la comunicación – Feminismo

Producción social de TICs para el cuidado: Una aproximación al campo de estudio

Los cuidados han venido ganando protagonismo en la agenda de investigación, producto de su estrecha vinculación con las desigualdades de género. En el marco de los debates sobre el cuidado como derecho y la responsabilidad que adquieren diversas instituciones públicas ante la ciudadanía, esta ponencia se pregunta por la existencia y el desarrollo de tecnologías de la información y la comunicación (TICs) que apoyen la respuesta estatal ante estas demandas de los cuidados desde una perspectiva feminista.

Para ello, se propone explorar, mediante revisión documental, el reconocimiento de TICs para el cuidado, como objeto de estudio.

Esta exploración se inserta en el análisis de la producción social de las TICs que es una propuesta conceptual del campo de estudios sobre las relaciones entre sociedad y TICs. Desde esta perspectiva, el desarrollo tecnológico es un proceso constituido por actores y objetos que se ubican en una estructura social y económica de producción, que en sus interacciones dan lugar a controversias y cierres discursivos; que atribuyen significados y formas de conciencias a las tecnologías, y cuyas bases se sustentan en infraestructuras, modos de financiamiento y de distribución de los productos tecnológicos.

Tecnologías de información y la comunicación (TICs) para el cuidado

Se definen tecnologías de la información y la comunicación (TICs) para el cuidado como aplicaciones para el procesamiento de la información, la comunicación y la toma de decisiones, compuestas por software y hardware, que se ocupan del almacenamiento, recuperación, intercambio y uso de información, datos y conocimientos sobre y para la atención de los cuidados.

El cuidado consiste en mantener la vida asegurando la satisfacción de un conjunto de necesidades para el individuo, familia, y comunidad, requiere conocimientos que lo singularizan

como cuidado humano y profesional, que depende de habilidades, experiencias y conocimientos específicos (Yáñez Flores et al., 2021).

> "El cuidado es una actividad [...], que comprende todo lo que hacemos para mantener, continuar y reparar nuestro «mundo», de manera que podamos vivir en él lo mejor posible. Ese mundo incluye nuestros cuerpos, nuestros seres, y nuestro entorno, todo lo cual buscamos entrelazarlo en una compleja red de sostenimiento de la vida". (Fisher et al., 1990)

La perspectiva de los cuidados reconoce las acciones requeridas para la reproducción y sostenimiento de la vida humana en diversos ámbitos sociales como la familia y la atención de pacientes, y para el cuidado de diferentes poblaciones como niños y niñas, personas adultas mayores, personas con discapacidad, entre otras.

De este modo, las TICs para el cuidado se definen como aplicaciones informáticas, para la información, comunicación y toma de decisiones, que dan soporte a la satisfacción de necesidades en los ámbitos de la salud, la educación y el bienestar salud. Y que prestan servicios para el cuidado de poblaciones como niños y niñas, personas adultas mayores, personas con discapacidad, entre otras.

Hallazgos de la revisión de literatura

Dado que este trabajo constituye un primer acercamiento al campo, y tiene como fin reconocer las TICs para el cuidado como objeto de investigación, se realizó revisión de literatura sobre el tema y estos son las principales preocupaciones:

1. TIC como recurso para mejorar el modo en el que profesionales de la salud se informan y se comunican. Desde la perspectiva de usos sociales y estudios culturales de la tecnología, se examinan cómo las TICs son apropiadas en el trabajo de las enfermeras de atención domiciliaria y en la vida cotidiana de las personas mayores. Relacionado con esto también son importantes las teorías que predicen y explican la aceptación y el uso de estas tecnologías, una de ellas es el Modelo de Aceptación de la Tecnología (TAM) aplicado a la atención en salud.

2. El reconocimiento de la existencia de tecnologías de asistencia para el cuidado (Technology Assessment in Health Care TAHC). Las tecnologías han contribuido a mejorar la prestación de asistencia de los pacientes. Es el caso de Assistive technology (AT) o tecnología de asistencia es aquella que ayuda, sin sustituir la atención y los cuidados personales. Desde esta perspectiva interesa conocer si la tecnología son un método que reduce los niveles de dependencia de las personas (Dewsbury, 2000), serían las personas con discapacidad serían las principales beneficiadas del uso de la tecnología al permitirles implicarse y participar de actividades que antes les habría resultado imposibles.

3. Se ha observado el incremento de las comunidades online que apoyan el intercambio de código abierto de diseños que pueden construirse utilizando la creación rápida de prototipos para construir objetos físicos (Buehler et al., 2015).

A partir de lo anterior, puede concluirse que las TICs para el cuidado como objeto de investigación han sido abordadas desde la perspectiva de los usos sociales, es el caso del personal del área de salud que las usan para la atención de diversas poblaciones, y los usos desde los y las pacientes, quienes gracias a la tecnología pueden disminuir sus niveles de dependencia.

Como puedo observarse, la mayoría de las investigaciones encontradas con relación al estudio de tecnologías para el cuidado, se concentran en el análisis del uso de las tecnologías y no así, en la producción o desarrollo tecnológico. En este sentido, lo que sigue a esta etapa de la investigación es desarrollar un marco teórico para conocer cuáles son y cómo se producen las TICs para el cuidado.

Producción social de TICs para el cuidado

La **producción social de las TICs para el cuidado** es una propuesta conceptual para estudiar los procesos de desarrollo tecnológico en un momento histórico específico, caracterizado por un capitalismo informacional, transnacional y organizado en red; este modelo de producción determina y es determinado por el desarrollo tecnológico, proceso que se construye a partir de la interacción entre actores sociales, cuyas relaciones están mediadas por el poder y el control que tienen sobre el proceso de producción en sí y los objetos tecnológicos que lo constituye como el software, el Internet, los servidores, los procedimientos, las normas, entre otros.

Además, incorpora una mirada específica sobre las tecnologías, al incluir la noción de cuidado, entendida como una característica fundamental en el desarrollo del potencial humano, sostén de la cooperación y del vivir en bienestar.

El concepto de producción social de las TICs recupera y articula tres tradiciones conceptuales que abordan las relaciones entre TIC y sociedad, a saber, la perspectiva cosmopolita sobre las tecnologías de medios (Boczkowski & Siles, 2012; Gillespie et al., 2014), la construcción social de las tecnologías (Pinch & Bijker, 1984) y la economía-política de las tecnologías (Fuchs, 2012; Mosco, 2006; Williams, 1980). Con el fin de aportar al conocimiento sobre las relaciones entre tecnologías y sociedad, en tiempos de experiencias cosmopolitas, y de capitalismos informacionales y transnacionales.

Desde esta perspectiva, el desarrollo tecnológico es un proceso constituido por actores y objetos que se ubican en una estructura social y económica de producción, que en sus interacciones dan lugar a controversias y cierres discursivos; que atribuyen significados y formas de conciencias a las tecnologías, y cuyas bases se sustentan en infraestructuras, modos de financiamiento y de distribución de los productos tecnológicos.

Referencias

Boczkowski, P., & Siles, I. (2012). At the Intersection of Content and Materiality: A Texto-Material Perspective on the Use of Media Technologies At the intersection of content and materiality: Atexto-material perspective on agency in the use of media technologies. *Communication Theory: CT: A Journal of the International Communication Association*, *22*(3), 227–249. https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2012.01408.x

Buehler, E., Branham, S., Ali, A., Chang, J. J., Hofmann, M. K., Hurst, A., & Kane, S. K. (2015). Sharing is Caring: Assistive Technology Designs on Thingiverse. *Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems*, 525–534. https://doi.org/10.1145/2702123.2702525

Dewsbury, G. (2000). *The social and Psychological aspectos of smart home technology within the care sector*. https://www.researchgate.net/publication/238353008

Fisher, B., Tronto, J., Abel, E. K., & Nelson, M. (1990). Toward a feminist theory of caring. *Circles of Care*, 29–42. https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=sAYy_oEw6NcC&oi=fnd&pg=PA29&dq=Fisher+Tronto+Theory+of+Caring&

ots=H8bgSMstzs&sig=aH-DZZxCcVvWNt6ySg6Krbp0KtY

Fuchs, C. (2012). Una contribución a la crítica de la economía política del capitalismo informacional transnacional*. *Nómadas*, *36*(36), 27–41. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0121-75502012000100003&script=sci_arttext

Gillespie, T., Boczkowski, P. J., & Foot, K. A. (2014). *Media Technologies: Essays on Communication, Materiality, and Society*. MIT Press. https://play.google.com/store/books/details?id=3w23AgAAQBAJ

Mosco, V. (2006). La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez añosdespués. *Cuadernos de Información Y Comunicación*, *11*, 57–79. http://www.chairs.gc.ca/web/program/index_e.asp

Pinch, T. J., & Bijker, W. E. (1984). The social construction of facts and artifacts. In *Social Studies Of Science* (Vol. 14, pp. 399–441). The MIT Press. https://doi.org/10.1177/030631284014003004

Williams, R. (1980). Teoría Cultural. *Marxismo Y Literatura*, 1–26.

Yáñez Flores, K., Rivas Riveros, E., & Campillay Campillay, M. (2021). Ética del cuidado y cuidado de enfermería. *Enfermería: Cuidados Humanizados*, *10*(1), 3–17. https://doi.org/10.22235/ech.v10i1.2124

Experiencias de (trans)formación: entre la producción cultural y la militanciacontra las violencias

Experiences of (trans)formation: between cultural production and activism against violence.

Pineda, Andrea Evelin
Centro de Estudios Avanzados / Universidad Nacional de Córdoba
Argentina
evelin.pineda@mi.unc.edu.ar
Yeremian, Ana Gabriela
Centro de Estudios Avanzados / Universidad Nacional de Córdoba
Argentina
gabriela.yeremian@mi.unc.edu.ar

Grupo de interés: GI5- Comunicación y Género en Democracias: activismos, ciudadanías, representación y derechos

Palabras clave: enfoque de derechos - tecnologías digitales - género
Rights-based approach - digital technologies - gender

Experiencias de (trans)formación: entre la producción cultural y la militancia contra las violencias

Coordenadas teórico-metodológicas

El presente trabajo busca aportar a la reflexión a partir de algunas conclusiones alcanzadas en la investigación colectiva[1] que abordó experiencias de jóvenes de sectores populares cuya participación en espacios socioeducativos (escolares y no- escolares) involucra prácticas de producción cultural. En nuestro caso, trabajamos con el grupo feminista de Rap "Flores del Desierto" como caso de estudio en el que se cruzan y potencian no sólo la producción musical sino también la participación sociocomunitaria y política del grupo en sus propios contextos.

La investigación parte de una perspectiva sociocultural de la comunicación y asume a nivel metodológico un enfoque sociodiscursivo y cualitativo en la perspectiva de las historias de vida. La reconstrucción de la experiencia de este grupo y su trayectoria nos permitió indagar no sólo en la condición juvenil y la experiencia formativa que se constituye en prácticas y espacio de producción cultural, sino también dar cuenta de la dimensión tecnocomunicacional de estas prácticas desde un enfoque de derechos y como estrategia de posicionamiento político para dar voz y visibilizar temáticas y problemáticas de los sectores populares en el espacio público mediatizado.

Tres claves de entrada para dialogar sobre comunicación y género endemocracias

La experiencia de producción cultural y experiencia formativa de la banda "Flores del desierto" se amplía y expande. Es por ello que proponemos 3 puertas de entrada para explorar otras transformaciones de esta experiencia en función de los ejes propuestos en el grupo de interés:

Por un lado, en relación a la apropiación política de las TIC, el corrimiento del lugar de enunciación se expresa musicalmente a través de las letras de rap sobre *lo que pasa* y *les pasa.* Se encuentra atravesada por la dimensión técnica y comunicacional del lenguaje sonoro y audiovisual. El acercamiento a las *bases* de rap y la producción musical propiamente dicha, en un primer momento, se fue modelando desde la curiosidad, exploración e intuición. Además, se mencionan los encuentros con otras bandas como instancias de puesta en común y aprendizaje colectivo en torno a "formas de hacer" rap, qué cosas les funcionaron y cuáles no. La dimensión comunicacional del lenguaje adquiere un protagonismo inicial mayor por sobre la dimensión técnica, que muchas veces puede ser limitante. La apropiación política de dispositivos, tecnologías y lenguajes nos permite estudiar una dimensión de la transformación subjetiva y social de estas jóvenes, como creadoras de cultura "con capacidades productivas en términos comunicacionales, artísticos y creativos" (Da Porta, 2023:1).Como señalan en su red social: "Como músicas también, en nuestro rol, generamos, deseamos, proyectamos y estamos convencidas que somos sujetas políticas que militamos por una construcción más igualitaria" (M.)[2]

Otra entrada para explorar la experiencia de transformación subjetiva y social de "Flores del desierto", es el trabajo en torno al derecho a la comunicación, ligado al trabajo territorial y el enfoque educativo, ya que apuestan a la realización de talleres en escuelas de la ciudad de Córdoba sobre escritura creativa y musical. El trabajo territorial, educativo y desde un enfoque de derechos se teje en una red constante y sostenida con otras instituciones educativas (como la Secretaría de Extensión Universitaria y Facultad de Ciencias Sociales de la UNC, Universidad Provincial de Córdoba), culturales (como el Centro Cultural España Córdoba) y otras (como Fondo de Mujeres del Sur, Red Barrial de Organizaciones e Instituciones). En este sentido:

> nuestras dimensiones de análisis, son las condiciones, entendidas desde una perspectiva interseccional, las que van a incidir y favorecer o imposibilitar estos procesos de subjetivación. Entre esas condiciones la escolaridad y la contención que brindan organizaciones sociales orientadas a la promoción de derechos, aparecen como mediaciones fundamentales para que jóvenes de sectores populares puedan participar de este tipo de experiencias y atravesar estos procesos formativos (Da Porta, 2023:1)

Por último, el trabajo del grupo implica diferentes prácticas contra la violencia a las mujeres desde "Mujeres activando", organización localizada al sur de la ciudad de Córdoba que nace a partir de la iniciativa de la banda original de rap, como herramienta para combatir la violencia desde el arte y el encuentro: "*Nos llamamos Mujeres*

Activando porque estamos activando todo el tiempo a través del arte, de la música y de música, reciclaje, fútbol femenino, taller textil, por nombrar algunos. Muchas son las iniciativas y trabajos que se organizan, tejiendo redes y espacios de contención y refugio: "Nosotras tenemos el mensaje de que estas mujeres que pasan por estas situaciones no están solas. Creemos que es muy importante compartir estos saberes y enseñanzas, de crear ese mensaje"[4]. Es a partir de esa posibilidad de compartir dichos saberes y enseñanzas donde se constituyen "los aprendizajes significativos que se elaboran a partir de la reflexión de lo vivido" (Duarte Quapper, 2018, citado por Da Porta, *s.f.*)

A modo de cierre

A través de los aspectos planteados sucintamente, intentamos dar cuenta de tres grandes conclusiones a las que arribamos a partir de este estudio de caso: 1) El uso y la apropiación que los/las jóvenes realizan de tecnologías digitales se observa tanto a nivel instrumental como también en su dimensión sociocultural como espacios de enunciación en la arena pública amplificada por esos mismos dispositivos y lenguajes,
2) El derecho a la comunicación aparece como marco o enfoque y también se traduce en posicionamientos y ejercicio del grupo en lo social y lo cultural. 3) La intervención como práctica política que nace desde las propias demandas, necesidades y problemáticas de la comunidad y que se vale de la producción cultural y el trabajo en red como mecanismos de transformación social.

Referencias bibliográficas

- DA PORTA, E. (2023) INFORME FINAL: Proyecto CONSOLIDAR (2018-2022).
  SECyT - UNC.
- DA PORTA, E. (*s.f.*). Condición juvenil y producción cultural: un estudio de las transformaciones en la experiencia subjetiva y social de los/las jóvenes en escenarios socioeducativos de la ciudad de Córdoba. Algunas consideraciones teóricas para trabajar las categorías de análisis (documento de trabajo)
- TAMAGNO, F. (2023, 27 de julio). "Mujeres Activando": herramientas para combatir la violencia desde el arte y el encuentro. *Enfant Terrible*. Recuperado de:https://enfantterrible.com.ar/transfeminismos/mujeres-activando-combatir-violencia-arte-encuentro/?fbclid=PAAaagKHE9EtW5q5en_AJQ6_2P4PLCdZq_www5UpECU2EmdZUtop4_HXBdpNk

Mulheres RedPill: Análise de narrativas divulgadas no *Instagram*[1]

RedPill Women: Analysis of narratives disseminated on *Instagram*

Isadora da Silva Prestes[2]
Francisco Arrais Nascimento[3]

Palavras-Chave: Comunicação; Contramovimento RedPill; Narrativas de Gênero.
Keywords: Communication; RedPill Countermovement; Genre Narratives.

Ao imergir no domínio dos estudos culturais, sob a óptica dos estudos de gênero e seus desdobramentos, se pode vislumbrar em tempos hodiernos que, os ganhos auferidos pelos movimentos sociais no decorrer da construção histórica, revelam camadas discursivas, compostas por narrativas e contranarrativas, que empreendem uma dinâmica produtora de "verdades". Ressalta-se que, "[...] não existe verdade sem convencimento. Essa é a lógica interna de todo discurso que ganha vida e disputa uma posição de verdade no mundo" (Colling, 2011, p. 84).

Neste contexto, ressalta-se que, um contramovimento[4] que tem auferido vulto em tempos hodiernos, é o RedPill[5], o qual caracteriza-se por proliferar mensagens de ódio contra mulheres e se opor às agendas do movimento feminista. Adeptos deste contramovimento "[...] pregam que é necessário se aproveitar das mulheres e torná-las submissas para recuperar a virilidade perdida" (G1, 2023, *online*). Tal contramobilização levanta questões relacionadas aos "[...] estereótipos e preconceitos dirigidos às mulheres por conta de sua condição de gênero, isto é, o sexismo, manifesto em representações e atitudes negativas, bem como em práticas discriminatórias contra as mulheres" (Assmar & Ferreira, p. 90). No entanto, cabe destacar que os homens não são os únicos adeptos a essa corrente ideológica. Mulheres tem se posicionado

[1] Trabalho submetido ao GI5 - Comunicação e Gênero nas Democracias: ativismo, cidadania, representação e direitos apresentado no XI Seminário ALAIC.

[2]Graduada em Comunicação social – habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Estadual do Centro-Oeste (UNICENTRO). Mestranda em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (Unesp). Membro do Grupo de Pesquisa ComMov. E-mail: isadora.prestes@unesp.br.

[3] Doutor em Ciência da Informação pela Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (Unesp).). Membro do Grupo de Pesquisa ComMov. E-mail: francisco.arrais.nascimento@gmail.com.

[4] Tratamos o movimento RedPill como um contramovimento, por se opor ao movimento feminista e as conquistas adquiridas pelas mulheres ao longo dos anos. Entendemos contramovimentos como ações coletivas formadas pela sociedade civil ou por organizações sociopolíticas as quais "conjugam das mesmas opiniões e que, em geral, defendem a manutenção do *status quo* ou a estabilidade de determinado grupo social, e pautas contrárias às pautas dos movimentos sociais, disputando espaço e visibilidade na esfera pública" (LUVIZOTTO, 2022, p.68)

[5] O termo faz alusão ao filme "Matrix" de 1999. Nele, o protagonista interpretado por Keanu Reeves consome uma pílula vermelha (conhecida em inglês como "red pill") a fim de adquirir a percepção de que o mundo ao seu redor é uma simulação.

no *ciberespaço* favoráveis a esses preceitos, faturando com livros, cursos, palestras e materiais *online* sobre como conquistar um relacionamento com um "parceiro de valor".

É o que acontece com as *coachs* de relacionamento e influenciadoras digitais Ingrid Santiago, Carol Abelha e Mari Vabo no *Instagram*. As influenciadoras, carregam consigo ideais e preceitos do contramovimento RedPill, disseminando em seus perfis noções de como homens e mulheres devem se portar para conquistar um parceiro que siga os mesmos preceitos e ideais alinhados do contramovimento. Para elas, bem como para o movimento, "[...] a submissão é prescrita como o comportamento normal, moral e natural das mulheres" (Garcia, 2018, p. 13). Nesse sentido, tal frente "[...] produz, significa, hierarquiza e trata o 'masculino' como valor fundamente da moral e, em consequência disso, o 'feminino' como inferior ao 'masculino' (em seus desdobramentos mais evidentes: a mulher como inferior ao homem, os demais gêneros como aberrações ou invisíveis" (Hintze, 2020, n.p), naturalizando preceitos conservadores que permeiam nossa sociedade e estabelecem padrões de gênero para as construções sociais e culturais do que é ser homem e do que é ser mulher (Louro, 2003).

Dessa forma, ao adentrar o domínio dos estudos culturais, empregando a comunicação como instrumento e fundamentando-se nos princípios dos estudos de gênero, este trabalho objetivou identificar as principais temáticas oriundas de narrativas de mulheres RedPill divulgadas no ciberespaço, de modo específico no *Instagram* destas influenciadoras, buscando compreender quais são os principais argumentos por elas levantados visando difundir ideais de cunho conservadores, apregoados aos preceitos da corrente RedPill. Compreende-se "[...] a estrutura patriarcal se sustenta por meio da fraternidade entre homens, que se encontram em uma relação de hierarquia entre eles, mas se tornam coletivamente opressores no sentido de que cada um deles é capaz de exercer poder sob ao menos uma mulher" (Nunes, 2016, p. 22). Não obstante, pode-se aprofundar esse discernimento ao reconhecer que o sistema patriarcal, o qual serve como base para a sociedade ocidental, emprega o sexismo como uma tática de controle, fomentando a adoção de comportamentos machistas. (Saffioti, 2015; Oliveira & Maio, 2016), os quais possuem comportamentos que ainda hoje são fortemente produzidos, reproduzidos e naturalizados pela sociedade (Hintze, 2020).

O presente estudo possui cunho documental, apoiando-se em pesquisa bibliográfica sob a cartografia para a composição do material. Para a análise do *corpus* selecionado, utilizaremos do método arbóreo de Pinto Molina (1992) para a mineração dos textos, bem como da Análise de Conteúdo proposta por Laurence Bardin (2011). O *corpus* da pesquisa foi coletado por meio dos conteúdos em formato de *reels* publicados nos perfis de *Instagram* de *coachs* de relacionamento, as quais seguem preceitos RedPill, sendo elas: Ingrid Santiago

(*@ingridsantiagoc*), Carol Abelha (*@carolabelha*) e Mari Vabo (*@marirvabo*). Os materiais de análise foram coletados durante 02 meses, os quais compreendem o período de 1º de junho a 31 de julho de 2023. Para isso, foi utilizada a técnica de Mineração de Textos, por meio dos *softwares Voyant Tools (https://voyant-tools.org/)* e *Wordcounter (https://wordcounter.net/)*, com o objetivo de visualizar as principais temáticas dos conteúdos produzidos pelas *influencers*. A ferramenta utilizada será a nuvem de *tags*, buscando identificar as palavras de maior ocorrência nos conteúdos. Vale destacar que os termos (microestruturas) escolhidas para alimentar os *softwares* são provenientes de três fontes, a saber: os títulos, as legendas dos conteúdos e as narrativas utilizadas pelas influenciadoras. Cabe ainda afirmar que a escolha destes *softawares* justifica-se por sua gratuidade para registrar a ocorrência de termos, gerando assim a nuvem de palavras.

Por fim, será utilizada a técnica de Análise de Conteúdo (Bardin, 2011) para a identificação dos principais assuntos do *corpus* de pesquisa visando identificar as principais temáticas oriundas de narrativas de mulheres *RedPill* divulgadas no ciberespaço, entendendo os argumentos e as narrativas construídas para a divulgação desses ideais. Nesse sentido, este trabalho compreenderá a influência do machismo nas narrativas de influenciadoras mulheres adeptas do movimento RedPill em rede.

Referências

Assmar, E. M. L.; & Ferreira, M. C. (2004). Estereótipos e preconceitos de gênero, liderança e justiça organizacional: controvérsias e sugestões para uma agenda de pesquisa. *Estereótipos, preconceito e discriminação: perspectivas teóricas e metodológicas.* EDUFBA, 89-116.

Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo.* Edições 70.

Colling, L. (2011). *Stonewall 40 + o que no Brasil?* EDUFBA.

Garcia, M. (2018). *Não nascemos submissas, nos tornamos.* Subta.

Hintze, H. (2020). *Desnaturalização do machismo estrutural na sociedade brasileira.* Paco Editorial.

Louro, G. L. (2003). *O corpo Educado. Pedagogias da Sexualidade.* Autêntica.

Luvizotto, C. K. (2022). Comunicação Digital e Cidadania: A Atuação de Movimentos Sociais e Contramovimentos Durante a Pandemia de Covid-19. *Revista Comunicação Midiática*, 17(1) 61–72.

Oliveira, M. D.; & Maio, E. R. (2016). "Você tentou fechar as pernas?" A cultura machista impregnada nas práticas sociais. *Revista Polêmica*, 16(3), 1-18.

Pinto Molina, M. (1992). *El resumen documental: principios e métodos.* Pirâmide.

G1. (2023, 3 de março). REDPILL, Incel, MGTOW: entenda o que acontece em grupos masculinos que pregam ódio às mulheres. [Notícia]. Acesso em https://g1.globo.com/podcast/o-assunto/noticia/2023/03/03/redpill-incel-mgtow-entenda-o-que-acontece-em-grupos-masculinos-que-pregam-odio-as-mulheres.ghtml. 20 de agosto de 2023.

Saffioti, H. (2015). *Gênero, Patriarcado, Violência.* Expressão Popular, Fundação Perseu Abramo.

TORCEDORAS E CIDADANIA COMUNICATIVA:
OS MOVIMENTOS FEMININOS NOS ESTÁDIOS DE FUTEBOL

Fans and communicative citizenship: Female movements in football stadiums

direitos

Jaqueline Puntel dos Santos
Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação
Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos
Rio Grande do Sul/ Brasil

GI 5 – Comunicação e Gênero nas Democracias: ativismo, cidadania, representação e

PALAVRAS-CHAVE: Mulheres, Representatividade, Comunicação
KEY WORDS: Woman, Representation, Communication

Por experienciar a importância da sensação de pertencimento que o futebol me proporciona e, como torcedora fanática desse esporte, reconectar essas sensações com as demais mulheres torcedoras me coloca como parte desse contexto de afeto, inquieto e crítico. Estudar sobre a representatividade das torcedoras nos estádios é uma forma de responder a muitas perguntas que fizeram e ainda fazem parte da minha trajetória *"Você gosta de futebol? Então me explica qual a regra do impedimento!"*

Esta é uma pesquisa a respeito das torcidas organizadas femininas do Rio Grande do Sul. E o ponto de partida é a cidade de Porto Alegre com especial ênfase sobre os coletivos vinculados aos Sport Club Internacional e Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense que assim como outros grandes clubes brasileiros têm em sua composição milhares de torcedores e torcedoras que manifestam seu afeto e identificação com o clube de diferentes formas. Definem-se como colorados e gremistas de forma geral, mas há, nesse universo que por muitos foi selado como ambiente masculino. Destaco aqui, os coletivos de mulheres que tem voz, paixão e sensação de pertencimento com o clube. Com uma concepção mais alargada a respeito das torcidas organizadas femininas, espero trazer ao debate a voz dessas mulheres torcedoras que por muitas vezes é silenciada. Na tentativa de observar e compreender a configuração dos processos midiáticos e as táticas comunicacionais é fundamental destacar as inter-relações entre sujeitos e mídias. E com uma observação inicial dentro e fora do campo, do contexto das torcidas organizadas femininas, tem-se uma lacuna de pesquisas sobre tais coletivos.

Atualmente, a partir de um levantamento realizado por meio de observação em campo, pesquisa nas redes sociais e contatos com informantes-chaves identificamos dois principais coletivos de mulheres torcedoras dos clubes Grêmio e Internacional considerando todo o estado do Rio Grande do Sul.

Um dos coletivos é a FFC - Força Feminina Colorada, a primeira torcida organizada exclusivamente composta por mulheres do Rio Grande do Sul. completar 14 anos recentemente, ainda não há um reconhecimento expressivo e merecido. O mesmo acontece com o coletivo de torcedoras gremistas, Elis Vive, em homenagem a Gremista e grande artista Elis Regina que representa além da pauta torcedoras, mas também é símbolo de liberdade sobre o corpo e combate a violência de qualquer tipo conforme comenta Patrícia Ferreira, integrante do coletivo (CANOFRE, 2022).

Percebe-se tanto o coletivo Força Feminina Colorada quanto o Elis Vive que ambos lutam pela igualdade de direitos e pelo empoderamento feminino nas arquibancadas, mas é relevante destacar que são constituições distintas conforme ressalta Patrícia:

"Mas importante frisar: o Elis Vive não é uma torcida organizada, à exemplo da FFC que se constitui numa Torcida organizada. Nós somos um coletivo"(PATRÍCIA, 2023).

Dito isto, saliento que, o olhar aqui se distancia da concepção do futebol como o ópio do povo para encará-lo como fenômeno complexo, diverso, que envolve dimensões políticas, econômicas, sociais e culturais. As indagações que movem essa investigação emergiram do desejo de analisar questões referentes aos movimentos dos coletivos femininos dentro e fora das arquibancadas dos estádios de futebol e nas redes digitais.

E para dar conta do movimento exploratório, é necessário observar a configuração das táticas comunicacionais que destacam as inter-relações entre os sujeitos e as estratégias das mídias contempladas em diferentes cenários. Para isso, é preciso compreender o sujeito em diferentes esferas. O autor Stuart Hall (1990) nos coloca que: "o sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um "eu" coerente. Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal modo que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas", ou seja, os sujeitos que transitam nesse ambiente futebolístico, estão expostos a realidades híbridas, que circularam, hora num espaço físico concreto, hora num espaço digital.

Importante salientar que, historicamente, no Brasil, desde a abertura democrática, tem sido cada vez mais construída a necessidade de ampliação e ratificação do direito de espaços para as mulheres em todos os ambientes, entre eles, os estádios de futebol.

A luta pelo espaço e respeito no âmbito futebolístico vai das arquibancadas até as quatro linhas, envolvendo além das torcedoras, jogadoras, jornalistas e comissão técnica. Afinal, o futebol e outros esportes, por muitos, é visto como esporte de homens, onde "a exaltação dos valores masculinos tem sua contrapartida tenebrosa nos medos e nas angústias que a feminilidade suscita" (BOURDIEU, 2002, p. 64), corroborando com isso, (CAUDURO, 2017, p.13) complementa que, o futebol é visto como um esporte de "valores masculinos de confronto, violência, competição, virilidade, força e

coragem, diferente da imagem de frágil e delicada que é construída para a mulher." (CAUDURO, 2017, p.13).

É importante lembrar também que a luta por espaço no ambiente futebolístico ultrapassa o limite Rio Grande do Sul. O movimento ocorre em outros estados com o mesmo intuito e força. Mas, apesar de todas essas nuances sobre o esporte vinculado a masculinidade, com a força dos coletivos femininos que se unem, cada vez mais, para juntas promoverem ações a fim de impactar a sociedade, dando visibilidade à luta das mulheres por espaço e respeito, esse cenário está mudando. Como argumenta Leda Costa (2006, p. 3), as torcedoras precisam "ir contra uma série de representações que fomentaram a ideia de que as mulheres e o futebol atuam em campos opostos, já que tantos anos de predomínio masculino deixaram suas marcas no imaginário futebolístico nacional".

Por fim, o trabalho completo busca compreender as táticas comunicacionais produzidas por torcedoras dos clubes de futebol Grêmio e Internacional do Rio Grande do Sul para ocupar espaços e construir cidadania comunicativa vinculada ao gênero no ambiente futebolístico.

REFERÊNCIAS:

BOURDIEU, Pierre; CHAMBOREDON, Jean-Claude. Epistemología y metodología; La ruptura; la construcción del objeto. In: BOURDIEU, Pierre et al. El oficio del sociólogo/presupuestos epistemológicos. 5ª ed. Madrid: Siglo XXI, 2003.

CANOFRE Fernanda. Uol - Elis Regina ainda vive em marcos de porto alegre e batiza até torcida do Grêmio. Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2022/01/elis-regina-ainda-vive-em-marcos-de-porto-alegre-e-batiza-ate-torcida-do-gremio.shtml Acessado em 29.05.2023

CAUDURO, Luiza Conceição. Uma crescente paixão: o comportamento de consumo feminino nos jogos de futebol da dupla GreNal. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação - Departamento de Ciências Administrativas, na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

COSTA, Leda Maria da. Maria-chuteiras x torcedoras "autênticas". Identidade feminina e futebol. 'Usos do Passado'. XII Encontro Regional de História, 2006, ANPUH-RJ

As disputas por Representatividade LGBT na Produção Criativa: Brasil e Irlanda
Disputes for LGBT Representation in Creative Production: Brazil and Ireland

Anderson Alves Scherer
Doutorando em Comunicação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil
andersonascherer@gmail.com

Comunicação e Gênero nas Democracias: ativismo, cidadania, representação e direitos

Palavras-Chaves: Práticas de Produção - Campo Publicitário - Publicitário LGBT
Keywords: Production Studies - Advertising - Queer productive practices

:

Introdução:

Este estudo tem como foco principal a análise dos processos de incorporação de profissionais LGBTI+ na indústria da produção criativa, examinando os cenários e características desse movimento tanto no Brasil quanto na Irlanda. A motivação para esta pesquisa reside na importância de compreender as complexidades e desafios subjacentes a esse processo, considerando os contextos culturais e políticos singulares de cada país. A comparação das abordagens políticas adotadas para a inclusão de sujeitos LGBTI+ nessas duas nações permite identificar semelhanças e disparidades, o que, por sua vez, contribui para o desenvolvimento de políticas e práticas mais eficazes que promovam a representatividade LGBT+.

Metodologia:

Nossa abordagem metodológica adota uma perspectiva qualitativa e utiliza a técnica de pesquisa bibliográfica Essa técnica nos permitiu explorar investigações recentes relacionadas à nossa temática nos contextos brasileiro e irlandês. Inicialmente, seguindo as diretrizes de Stumpf (2005), identificamos o tema de estudo e definimos palavras-chave que orientaram nossa busca por publicações que se alinhassem ao escopo da pesquisa. Além disso, consideramos a delimitação geográfica, levando em conta que a circulação de textos entre países europeus é mais comum. Portanto, abrangemos revistas europeias de forma mais ampla, enquanto nos limitamos a revistas brasileiras. O recorte temporal foi estabelecido em três anos, dado o escopo deste trabalho. Isso significa que não temos a intenção de esgotar o tema, mas sim de oferecer insights para futuras investigações

As pesquisas foram descritas seguindo os protocolos delineados visando proporcionar uma visão abrangente do corpus por meio dos seguintes elementos: autor, objetivos da pesquisa, referências a autores e teorias explorados, delineamento metodológico, resultados alcançados, relevância para a pesquisa atual e lacunas identificadas.

Quadro 1 Instrumento de coleta de dados para etapa teórica

Revista	Título	Sobrenome	Ano	Universidade
Media, Culture & Society	"Gay the right way? Roles and routines of Irish media production among gay and lesbian workers,	Anne O'Brien e Páraic Kerrigan	2020	Maynooth e University College Dublin,
"Media, Culture & Society,"	Camping it up and toning it down: Gay and lesbian sexual identity in media work	Anne O'Brien e Páraic Kerrigan	2020	Maynooth e University College Dublin,
Media, Culture & Society	Tools and measures for diversity and inclusion in media industries: International best practice and informing policy change in the Irish film and television sector	Páraic Kerrigan, Susan Liddy e Anne O'Brien	2021	Broadcasting Authority of Ireland
Revista Alceu	Desafios contemporâneos para profissionais de publicidade: Transformações econômicas, profissionais, tecnológicas e sociais,"	Lucas Schuch e Juliana Petermann	2020	UFSM
Novos Olhares	Transformações na publicidade: novas articulações entre o público e os produtores no campo publicitário	Brum, E .Piedras E	2021	UFRGS
Mídia E Cotidiano,	"Iniciativas Coletivas Pró-diversidade e o potencial de transformação nas identidades representadas pela publicidade brasileira,	Cristiane Mafacioli Carvalho e Enéias Brum	2022	PUC-RS
Comunicação Pública	Novas formas de atuação profissional e iniciativas emergentes na publicidade brasileira contemporânea	Elisa Reinhardt Piedras e Anderson Alves Scherer Romulo Tondo Rafaela Thomaz	2022	UFRGS

Fonte: Elaborado pelo autor

Discussão dos Resultados:

No contexto brasileiro, pesquisas sobre os profissionais LGBT não apresentam um vasto conjunto. é em contexto recente que surge o interesse em priorizar como os marcadores sociais da diferença atravessam a atuação desses profissionais na publicidade, afetando suas relações de poder e as hierarquias das agências.

Destacam-se dois caminhos promissores nas análises do fenômeno publicitário contemporâneo no Brasil: o primeiro é centrado no campo publicitário, representado em nosso corpus por autores como Juliana Petermann e Lucas Schuch. Eles exploram as dinâmicas internas das agências e como as identidades LGBT se manifestam nesse contexto.

O segundo caminho teórico está relacionado aos Estudos Culturais e compreende a publicidade como um processo comunicativo intimamente ligado a contextos econômicos, culturais e políticos que influenciam as práticas de produção e recepção, moldando o significado dos textos em circulação. No entanto, é importante notar que a questão LGBT ainda é tratada como uma subtemática dentro de programas de pesquisa mais amplos. Isso cria um espaço fértil para futuras pesquisas e uma abertura significativa para repensar a posição dos profissionais LGBT na publicidade.

Na Irlanda, por outro lado, as pesquisas voltadas especificamente para os produtores LGBT da mídia já estabeleceram um diálogo mais independente. A edição de 2018 do Journal of Film & Video reuniu investigações sobre o tema em uma edição especial. A introdução, assinada por Alfred L. Martin, Jr., argumenta que esse campo emergente pode ser nomeado como "Queer Production Studies", e que se concentra na importância da identidade queer para os produtores de mídia, especialmente na criação de conteúdo LGBTQ+. As investigações englobam contextos europeus e norte-americanos.

Configuração dos Campos e Movimentos de Diversidade:

Tanto no Brasil quanto na Irlanda, houve um aumento na diversificação dos conteúdos midiáticos e na força de trabalho da indústria da mídia. Entretanto as circunstâncias e disputas são específicas.

No Brasil, as relações econômicas que estruturam a mídia são baseadas em um tripé composto por anunciante, veículo e agência de publicidade realizando esse intermediário. Desde a introdução da televisão no país, esses três agentes têm convergido em seus interesses e propriedades, mas ao longo do tempo, desenvolveram uma relação complexa. Essa relação é influenciada por mudanças culturais e sociais, e a pressão por maior inclusão e diversidade tornou-se uma força motriz significativa no cenário midiático brasileiro.

Nesse contexto, a sociedade passou a demandar representatividade, forçando marcas e veículos de comunicação a se adaptarem às mudanças culturais e sociais em curso. A pressão por inclusão e diversidade tornou-se uma força motriz significativa no cenário midiático brasileiro. Essa pressão por mudanças culturais também se traduziu em um impacto econômico, à medida que as marcas buscaram se adaptar às demandas crescentes por representatividade. Como resultado, surgiram modelos de negócios, projetos e movimentos que se baseiam nessas demandas, incluindo consultorias feministas, LGBTQIA+ e voltadas

para questões raciais. Essas iniciativas têm sido descritas nas pesquisas como movimentos de resistência à dominação de gênero e identidade nos ambientes de trabalho da publicidade.

Por outro lado, na Irlanda, a televisão pública exerce considerável influência na indústria da mídia[1], e o governo desempenha um papel importante na promoção da diversidade na produção de conteúdo. A indústria de mídia irlandesa está buscando seguir o exemplo de medidas internacionais de diversidade e inclusão (EDI) em territórios de língua inglesa, adaptando essas medidas ao contexto local. Dentro do setor de cinema e televisão, há uma disposição e capacidade de promover mudanças sustentáveis em relação ao EDI. No entanto, surgem preocupações sobre a eficácia na gestão de fundos públicos e a necessidade de conciliar interesses, seja competindo internacionalmente ou representando minorias locais.

Conclusão:

As pesquisas na Irlanda observam que a agenda de Equidade, Diversidade e Inclusão (EDI) pode ficar estagnada quando os acordos de poder estão excessivamente centralizados no governo central. Por outro lado, no Brasil, as pesquisas questionam o impacto que ações promovidas por profissionais de níveis de base podem gerar em uma transformação estrutural mais ampla. Em resumo, é crucial enxergar a melhoria da EDI como uma transformação sistêmica, que não depende de uma única estratégia, imposta de cima para baixo ou de baixo para cima, mas sim como um processo intrinsecamente social e multifacetado.

Referências

Martin Jr., A. L. (2018). Introduction: What Is Queer Production Studies/Why Is Queer Production Studies? Journal of Film and Video, 70(3-4), 3–7. DOI: 10.5406/jfilmvideo.70.3-4.0003.

O'Brien, A., & Kerrigan, P. (2020). Camping it up and toning it down: Gay and lesbian sexual identity in media work. Media, Culture & Society.

O'Brien, A., & Kerrigan, P. (2020). Gay the right way? Roles and routines of Irish media production among gay and lesbian workers. Media, Culture & Society.

[1] Devido à estrutura midiática, as emissoras e produtoras são menos dependentes do financiamento de anunciantes. Assim, as agências de publicidade acabam se preocupando mais com aspectos estéticos e criativos das peças

Schuch, L., & Petermann, J. (2020). Desafios contemporâneos para profissionais de publicidade: Transformações econômicas, profissionais, tecnológicas e sociais. Revista Alceu.

Brum, E. Piedras E. (2021). Transformações na publicidade: novas articulações entre o público e os produtores no campo publicitário. Novos Olhares.

Carvalho, C. M., & Brum, E. (2022). Iniciativas Coletivas Pró-diversidade e o potencial de transformação nas identidades representadas pela publicidade brasileira. Comunicação Pública.

Kerrigan, P., Liddy, S., & O'Brien, A. (2021). Tools and measures for diversity and inclusion in media industries: International best practice and informing policy change in the Irish film and television sector. Broadcasting Authority of Ireland.

Petermann, J. (2017). Cartografia da criação publicitária. FACOS – UFSM, Santa Maria.

Piedras, E. R. (2009). Fluxo publicitário: anúncios, produtores e receptores. Porto Alegre: Sulina.

Piedras, E. R., Scherer, A. A., Tondo, R., & Thomaz, R. (2022). Novas formas de atuação profissional e iniciativas emergentes na publicidade brasileira contemporânea. UFFRS.

Stumpf, I. R. C. (200). Pesquisa bibliográfica. In: Duarte, J., & Barros, A. (orgs.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas.

Pensando a formação em comunicação digital para a promoção de Territórios Saudáveis e Sustentáveis: uma experiência introdutória com as mulheres do campo e/ou em situação de vulnerabilidade do Distrito Federal

Thinking about formation in digital communication to promote Healthy and Sustainable Territories: an introductory experience with rural women and/or women in vulnerable situations in the Federal District

Gabriel Cunha Maia Silva,
Universidade de Brasília, Brasil.
gcunhamaia@gmail.com
Mariana Ferreira Lopes
Universidade de Brasília, Brasil.
lopes.mariana@unb.br
Fernando Oliveira Paulino,
Universidade de Brasília, Brasil.
paulino@unb.br

GI 5 – Comunicação e Gênero nas Democracias: ativismo, cidadania, representação e direitos

Palavras-chave: Inclusão digital, Redes digitais, Territórios Saudáveis e Sustentáveis, Comunicação digital. Mulheres.

A influência das redes digitais de internet na produção do território tem sido tema de reflexões e debates na medida em que sua presença se intensifica e acompanha novas relações sociais, culturais, políticas e econômicas em escalas local e planetária. Comunidades e territórios, que outrora estiverem a parte desta rede, passam a entrar em contato com os seus fluxos, ressignificando-os conforme as suas experiências subjetivas e locais, exercitando a apropriação da técnica e a envolvendo com novas possibilidades de uso.

Como objeto técnico, qual homem realiza sua vida, produz, e ao mesmo tempo, cria o espaço por meio de meios instrumentais e sociais (Santos, 1996, p. 209), as redes são observadas como transporte para regras e normas utilitárias, parciais, parcializadas, egoístas (do ponto de vista dos atores hegemônicos)" (Santos, 2004, p. 259).

Em um contexto dividido historicamente e geograficamente entre grupos de "dominantes" e "dominados", as redes "são, de fato, instrumentos de poder e de rivalidades para seu controle. Elas são suscetíveis (...) de funcionar como instrumentos de integração e de exclusão, na linha direta dos processos de diferenciação" (Santos, 1994, p. 263). Sendo, desta forma, contradições entre o fazer técnico hegemônico, conotado da experiência social dos seus criadores, e a experiência dos territórios, especialmente tradicionais e/ou em vulnerabilidades, que passam a se apropriar de tais ferramentas para suas inúmeras finalidades.

Essa discussão se intensificou a partir da experiência com o Curso de Formação-Ação em Saúde Integral das Mulheres, realizado pelo Programa de Promoção da Saúde, Ambiente e

Trabalho da Fundação Oswaldo Cruz Brasília entre os anos de 2021 e 2022 em seis estados nacionais, sendo um deles o Distrito Federal, onde as mulheres passaram a demandar por formação em comunicação digital para sanar lacunas causadas pela centralidade do uso das redes virtuais. Isto porque a internet passou a ser essencial não só na situação do curso, que teve de ser adaptar ao formato híbrido em decorrência da pandemia de Covid-19, mas também para acesso às informações de saúde e apropriação de ferramentas para geração de renda.

É importante destacar que o curso teve como objetivo a promoção de Territórios Saudáveis e Sustentáveis, "espaços relacionais e de pertencimento onde a vida saudável é viabilizada, por meio de ações comunitárias e de políticas públicas" (Machado et al., 2017, p. 246), buscando pensar e estimular soluções locais para problemas encontrados pelas mulheres em suas comunidades na premissa de que saúde e sustentabilidade são dois conceitos correspondentes. Afinal, para as comunidades tradicionais, um está atravessado profundamente pelo outro.

Para a reflexão deste trabalho, temas como técnica, rede e território tomam uma abordagem envolta às contradições materialmente produzidas e nos engajam ao questionamento: Como pensar formação em comunicação digital para a apropriação das redes virtuais de internet por mulheres do campo e/ou em situação de vulnerabilidade a partir do território, visando, sobretudo, a promoção da saúde e da sustentabilidade?

Desta forma, esse trabalho tem como objetivo geral levantar as principais demandas e interesses de formação e inclusão digital pelas mulheres do DF e, a partir da relação entre rede, técnica e território, pensar em recursos pedagógicos para inclusão digital que tenham como objetivo a promoção de Territórios Saudáveis e Sustentáveis, no qual um guia piloto foi produzido.

A nível específico, buscamos: (i.) investigar o papel da comunicação digital e das redes virtuais na promoção de TSS, tendo como referência o Curso de Formação-Ação em Saúde Integral para as Mulheres pelo PSAT/Fiocruz Brasília; (ii.) alinhar as demandas de acesso e uso à internet pelas mulheres com as tecnologias disponíveis, pensando os obstáculos e desafios para inclusão digital a partir do território; e (iii.) propor um primeiro guia para uso híbrido, on-line e impresso, a servir de exemplo para os demais a serem construídos.

Rogério Haesbaert (2004) critica a ideia de que a globalização está eliminando as fronteiras territoriais e as identidades locais. Ele destaca a importância de entender as complexas dinâmicas territoriais, que incluem fluxos de dominação e resistência, e vê a "desterritorialização", como a incidência de fluxos orientados ao território, materiais ou informacionais, como parte de um processo que tem como resposta a "reterritorialização", onde a experiência dos sujeitos com o espaço constrói novas perspectivas para estes fluxos.

Este último processo é caracterizado, conforme Claude Raffestin (1993, p. 143-144) nos indica, como produzido e transformado "pelas redes, circuitos e fluxos que aí se instalam", sendo o território, nessa perspectiva, "um espaço onde se projetou um trabalho, seja energia e informação, e que, por consequência, revela relações marcadas pelo poder".

Para ilustrar, é o que evidencia a professora Paola Ricaurte (2019), ao apontar as redes como objetos técnicos operados, em forma e, na maioria das vezes, em substância, para o extrativismo digital, tendo este o poder de afetar corpos e territórios, transformando a vida em um fluxo constante de dados.

Contudo, buscamos sobrepor a visão que enxerga a internet como determinante da construção subjetiva, coletiva e territorial, mas acentuando a capacidade de apropriação para ressignificação e construção de sentidos outros, apontando que o está "em jogo nessa guerra de fronteiras são os territórios da produção, da reprodução e da imaginação" (Haraway, 2000, p. 37) e, portanto, propor ações de formação de inclusão digital denotam uma superação da apropriação técnica por ela própria, mas a pensar alternativas que promovam saúde e sustentabilidade e fortaleçam a produção territorial a partir da apropriação das técnicas dispostas.

Desta forma, buscamos dialogar com as mulheres do campo e/ou em situação de vulnerabilidade do Distrito Federal que participaram do Curso de Formação em Saúde Integral para as Mulheres para compreender as necessidades e demandas, buscando, junto ao referencial bibliográfico e experiências anteriores, propor tópicos de abordagem às demandas e necessidades das mulheres, que tenham como centralidade a apropriação da técnica a partir do fortalecimento da saúde e sustentabilidade nos territórios.

Por fim, foi produzido um guia piloto para introduzir e melhor conduzir as experiências de formação em comunicação digital, utilizando-se da contação de história (Torres & Tettamanzy, 2008), história em quadrinhos e da leitura-mundo (Freire & Betto, 1998).

Se valendo de uma abordagem qualitativa (Yin, 2017), incluiu observação participante durante o período de realização do Curso de Formação em Saúde Integral para as Mulheres, entre 2021 e 2022, e entrevistas semi-estruturadas, entre maio e junho de 2023, com 11 educandas, educadoras e coordenadora, contando, ainda, com pesquisa bibliográfica e documental.

Para traçarmos uma reflexão, o roteiro de perguntas trouxe consigo tópicos gerais e anteriormente mencionados e/ou apreendidos para compreensão do nível de inclusão digital e das demandas em comunicação digital que as mulheres possuíam.

Acerca, destacou-se:

Quadro 1. Síntese dos tópicos abordados e noções apresentadas pelas mulheres a partir das entrevistas

Tópico abordado	**Noções apresentadas pelas mulheres a partir das entrevistas**
a. O que é a internet;	● Otimização da comunicação; ● Campo de possibilidades; ● Meio utilitário para geração de renda; ● Objeto desregrado que gera o vício.
b. Qualidade e tipo de acesso pessoal à internet;	● Acesso garantido, mas instável; ● Em áreas remotas, uso Wi-Fi, quando disponível; ● Em áreas urbanas, uso de dados móveis, quando disponível; ● O alto custo é o maior obstáculo.
c. Aparelho utilizado para acesso à internet;	● Dispositivo móvel android utilizado por todas; ● Na maioria dos casos, uso exclusivo do celular móvel; ● Quem utiliza computador são aquelas que trabalham remotamente.
d. Frequência do uso de aparelho celular	● Uso frequente durante o dia, todos os dias; ● Relatos de costume excessivo no uso; ● Duas das entrevistadas afirmam utilizar apenas fora do horário de serviço.
e. Relação com as aplicações de celular	● A grande maioria utiliza WhatsApp; ● Algumas utilizam apenas o WhatsApp; ● Facebook e Youtube estão em segundo lugar como as aplicações de celular mais acessadas; ● O Instagram é mais utilizado para aquelas que

	empreendem ou geram renda on-line.
f. Uso da internet para geração de renda ou empreendimento on-line	● A maioria abordou interesse em utilizar a internet para geração de renda de produtos ou serviços que já produzem ou oferecem; ● Algumas reforçaram que ainda não empreenderam por não possuírem conhecimento das tecnologias; ● Produção de conteúdo é importante para divulgação de produtos; ● O Canva é o aplicativo mais recorrente para criação de conteúdos para empreendimentos on-line.
g. A produção de conteúdo na internet	● Produção de conteúdo é associado a geração de renda; ● O canva é o principal aplicativo a ser abordado; ● Algumas tratam a produção de conteúdo como ferramenta de mobilização e manifestação política.
h. Letramento e Alfabetização	● A maioria das mulheres conseguem ler; ● No entanto, possuem dificuldade de leitura; ● Em um caso, a analfabetização é levantada.
i. Os riscos na internet	● Pouco conhecimento dos riscos e do que fazer; ● Algumas vítimas de golpe virtual; ● Atenção ao uso excessivo do celular; ● Consciência de informações falsas, mas faltam noções para identificação.
j. Uso da internet para empregabilidade	● Formação digital para empregabilidade; ● Uso da internet para produção e envio de currículo.
k. Sugestões de formato para os guias	● A formação deve ser feita presencialmente por oficinas, o uso individual dos guias não apresenta a mesma potência de transformação; ● Formato audiovisual indicado em decorrência da dificuldade de leitura;

	● Interesse por livro físico;

Fonte: Elaboração do autor (2023)

A partir desses primeiros levantamentos, promovemos os conteúdos a serem trabalhados e, para melhor organização, o dividimos em três guias. A saber, compreendem:

Quadro 2. Síntese dos tópicos abordados e principais demandas levantadas pelas entrevistadas

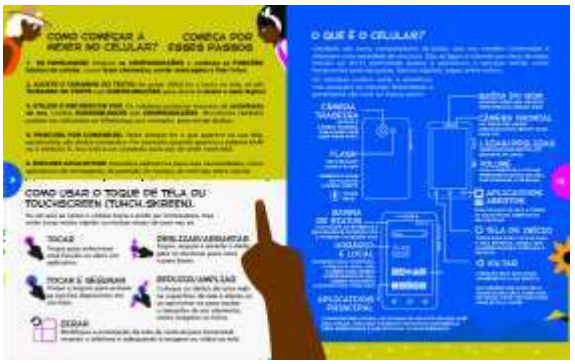
INCLUSÃO DIGITAL (MORI, 2011)		**GUIAS**	**TÓPICOS ABORDADOS PELAS ENTREVISTADAS E PROPOSTAS DE INSERÇÃO VISANDO A SAÚDE E SUSTENTABILIDADE DOS TERRITÓRIOS**
Alfabetização e leitura crítica;	Acesso à internet;	I. Celular, Internet, Riscos e Alternativas Comunitárias de Internet	● Reconhecimento da interface do celular; ● Primeiros passos para aprender a utilizar o celular e internet; ● Toque de tela ou touchscreen; ● Como utilizar o teclado; ● Como fazer ligação ou chamada de texto; ● Como tirar fotos ou gravar vídeos; ● Como acessar a internet; ● Como fazer uma busca na internet; ● Identificação e prevenção de riscos; ● Redes comunitárias de internet; ● Alternativas comunitárias de intranet;

			● Introdução ao conceito de tecnologias livres.
	Manuseio das ferramentas;	II. Aplicativos e Geração de Renda	● Redes de Economia Solidárias; ● Construção de redes solidárias; ● Aplicativos mencionados nas entrevistas e úteis para geração de renda; ○ WhatsApp; ○ Instagram; ○ Google; ○ Canva. ● Marketing digital. ○ Planejamento; ○ Tráfego; ○ Engajamento; ○ Identidade Visual; ○ Produção de Conteúdo.
	Apropriação de ferramentas para criação;	III. Autonomia para Produção de Conteúdo	● A autonomia na produção de conteúdo; ● Desenho gráfico ou design gráfico; ○ Princípios do desenho gráfico ou design gráfico; ○ Uso do canva. ● Produção audiovisual; ● Programa de rádio gravado ou podcast.

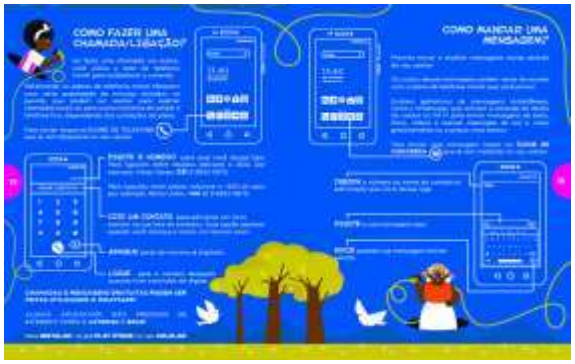
Fonte: Elaboração do autor (2023)

Por fim, inserimos as temáticas a partir da contação de histórias que, com estímulo à imaginação e busca pela representação da relação com o território, trouxe a jornada da heroína (Vogler, 1995; Campbell, 1997) como alternativa para engajar o processo de aprendizagem.

Quadro 2. Guia piloto de comunicação digital


COMO COMEÇAR A MEXER NO CELULAR? COMEÇA POR ESSES PASSOS
O QUE É O CELULAR?
COMO USAR O TOQUE DE TELA OU TOUCHSCREEN (TUNCH-SKRIIN).

COMO EU USO O TECLADO?
COMO CONFIGURAR/AJUSTAR MEU CELULAR?


COMO FAZER UMA CHAMADA/LIGAÇÃO?
COMO MANDAR UMA MENSAGEM?

COMO FAÇO PARA TIRAR FOTOS E GRAVAR VÍDEOS?

O QUE É A INTERNET?

O QUE SÃO ÍCONES?

COMO ME CONECTO À INTERNET?
DADOS MÓVEIS:
WI-FI:

ATENÇÃO AOS RISCOS NA INTERNET!

VOCÊ ESTÁ SEGURA NA INTERNET?

O QUE SÃO REDES COMUNITÁRIAS DE INTERNET?

REDES COMUNITÁRIAS DE INTERNET

HORA DE CRIAR A SUA REDE COMUNITÁRIA DE INTERNET

Referências bibliográficas

Freire, P. (1996). *Pedagogia da Autonomia* (25ª ed.). São Paulo: Paz e Terra.

Freire, P., & Betto, F. (1998). *Essa escola chamada Vida: Depoimentos ao repórter Ricardo Kotscho* (9ª ed.). São Paulo: Ática.

Haesbaert, R. (2004). *O mito da desterritorialização: do "fim dos territórios" à multiterritorialidade.* Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.

Haraway, D. (2000). *Manifesto ciborgue.* In Antropologia do ciborgue (pp. 33-118). Belo Horizonte: Autêntica.

Machado, J. M. H., [et al.]. (2017). *Territórios saudáveis e sustentáveis: contribuição para saúde coletiva, desenvolvimento sustentável e governança territorial.* Brasília: Comunicação em Ciências da Saúde, 28(2), 243-249.

Raffestin, C. (1993). *Por uma geografia do poder.* São Paulo: Ed. Ática.

RICAURTE, Paola. *Data Epistemologias, Coloniality of Power, and Resistance.* Television & New Media, v. 0,n. 0, 2019.

Santos, M. (2004). *A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção* (4ª ed., 2ª reimpressão). São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo.

Santos, M. (1994). *Técnica, Espaço, Tempo – Globalização e meio técnico-científico informacional.* São Paulo: Ed. Hucitec, SP.

Torres, S. M., & Tettamanzy, A. L. L. (2008). *Contação de histórias: resgate da memória e estímulo à imaginação.* Porto Alegre: Revista Eletrônica de Crítica e Teoria de Literaturas, 4(1), 1-8.

Yin, R. K. (2017). *Pesquisa Qualitativa: do Início ao Fim.* Porto Alegre: Penso.

GI 6 - “Comunicación Intercultural y Pluralidad

Autorizadas e desdenhadas: mulheres brasileiras residentes na Grande Boston pelo olhar da Comunicação[1]

Authorized and disdained: Brazilian women living in Greater Boston under Communication´s perspective

Maria Amélia Paiva Abrão[2]
CETVN ECA-USP/ FAC UnB

Palavras-chave: Comunicação e Recepção; Imigrantes brasileiras, Imigração

Keywords: Reception and Communication; Brazilian immigrants, Immigration

RESUMO EXPANDIDO

O presente artigo apresenta parte dos resultados de uma pesquisa com imigrantes brasileiras residentes na grande Boston, estado de Massachusetts, no ano de 2019.

A empiria parte da análise de cinco telenovelas escritas por Gloria Perez entre 1990 e 2017 Campo da Comunicação e da interrelação entre Comunicação, Consumo e Linguagem. Dessa forma, pelos estudos de recepção observamos a comunicação enquanto um processo (HALL, 2013) que engloba a dimensão cultural na qual se insere o receptor - sujeito ativo. Ao todo, entrevistamos 25 brasileiras com idade entre 20 e 55 anos e oriundas dos mais diversos estados do Brasil.

A mobilidade está intrínseca ao modelo capitalista atual, ou seja, a locomoção entre fronteiras está presente no mundo globalizado, as pessoas transitam dentro/ por/ para países (MARTÍN-BARBERO, 2004; BAUMAN 1999). Entretanto este ir e vir não se faz da mesma maneira por diferentes grupos sociais, há o *turista*, reconhecido como um "cidadão", e os transeuntes, que se de (re)construírem a vida - denominados vagabundos (MARTÍN-BARBERO, 2004; BAUMAN 1999). Fazendo uma analogia aos termos usados por Martín-Barbeiro e Bauman, denomino as imigrantes brasileiras residentes em Boston de *autorizadas* – aquelas que possuem o visto para morarem seja estudando ou trabalhando legalmente – e de *desdenhadas*[3] – as imigrantes brasileiras não-documentadas ou que trabalham com serviços domésticos e não possuem o mesmo respeito e reconhecimento que as autorizadas.

[1] Trabalho apresentado no Grupo de Interesse Comunicação Intercultural e Pluralidade, do XI Seminário da Associação Latino-Americana de Pesquisadores em Comunicação (Seminário ALAIC 2023), realizado de 05 a 06 de outubro de 2023.

[2] Doutora e Mestre em Comunicação e Práticas de Consumo pelo PPGCOM ESPM-SP. Doutorado Sanduíche no Boston College. Pesquisadora do CETVN ECA-USP. Professora substituta no dept. Comunicação Organizacional da FAC UnB. E-mail: amelia.abrao@gmail.com.

[3] Desdenhada cuja etimologia vem do latim dedignare – rejeitar, achar que alguém não é digno de respeito ou inferior.

Pelos depoimentos das entrevistadas, vemos que a dificuldade de se adaptarem à nova cultura é inerente a todas, as *autorizadas* citam a dificuldade de interagirem com os norte-americanos, por serem "mais frios", enquanto entre as *desdenhadas* percebe-se que a língua, a dificuldade de se comunicarem é a maior barreira. Não há relatos de preconceito em relação às *autorizadas*, mas este encontra-se presente na vida das *desdenhadas*, que ressaltam que nos EUA existe emprego para todas, mas que se a mulher desejar ascender socialmente é necessário trabalho árduo, e, que por estarem fora de sua terra natal, não podem contar com a ajuda de ninguém, só lhes restam o trabalho.

Entrevistamos mulheres de raça/ etnia, classes sociais, crenças, faixa etária, regiões e escolaridade distintas. Casadas, mães solos, solteiras, divorciadas, migrantes, que (re)significam as telenovelas a partir de sua vivência e memória coletiva, que constatam as transformações dos discursos sobre mulheres distintivamente nas telenovelas e em suas vidas. Questionam, aceitam e/ ou renegam tais discursos, que gostam e/ ou desaprovam as polemicas trazidas por Gloria Perez em suas obras.

Referências Bibliográficas

Bauman, Zygmund (1999). *La globalización***.** Consecuencias humanas. Buenos Aires, F.C.E.

Hall, Stuart (2013). *Da diáspora:* identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG.

Martín-Barbero, Jesús (2004). Viagens da telenovela dos muitos modos de viajar em, por, desde e com a telenovela. Em: Lopes, Maria Immacolata Vassalo de Lopes. *Telenovela:* Internacionalização e Interculturalidade. São Paulo: Loyola.

Renda-se "A consciência do vestir-se de consciência – poéticas sustentáveis"

Prof.ª M.ª Tássia Murad Abreu – UFSJ – Brasil – sinhamurad@gmail.com
Prof.ª Dr.ª Zandra Coelho de Miranda – UFSJ – Brasil – zandra.coelho@gmail.com
Prof.ª Dr.ª Filomena Maria Avelina Bomfim – UFSJ – Brasil – myosha@gmail.com

GI 5 – Comunicação e Gênero nas Democracias: ativismos, cidadanias, representação e direitos

Palavras-chaves: educomunicação, consciência reticular, corpo-vestimenta-ambiente

O tema deste artigo refere-se ao potencial das artes como estratégia de valorização da identidade local considerada como forma de exercício da cidadania em regiões periféricas da cidade de São João del-Rei, no estado de Minas Gerais, no Brasil. Assim sendo, o objetivo desta iniciativa é mostrar como este estudo pode contribuir para o exercício da cidadania pelo reconhecimento da identidade local, para além de estigmas, por meio da valorização do espaço, da história coletiva e da consolidação de formas de empoderamento da comunidade local.

Essa proposta de artigo científico nasceu da dissertação intitulada "*Renda-se: A consciência do vestir-se de consciência – poéticas sustentáveis"*, desenvolvida no Programa Interdepartamental de Pós-graduação Interdisciplinar em Artes, Urbanidades e Sustentabilidade (PIPAUS), da Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ). Destaca-se, em especial, os desenvolvimentos desta pesquisadora no âmbito de discussões e pesquisas em Moda, Artes Visuais e Educação, colocando em foco a capacidade comunicativa nessa interrelação. Essa pesquisa foi orientada pela Prof.ª Dr.ª Zandra Coelho de Miranda (Departamento de Artes Aplicadas-DAUAP, da UFSJ) e co-orientada pela Prof.ª Drª. Filomena Maria Avelina Bomfim (Departamento de Comunicação Social, da UFSJ).

Durante a pesquisa foi co-criado um produto simbólico que servisse como meio para dar voz a uma parcela da sociedade necessitada de visibilidade, espaço e de atenção. Uma parcela da sociedade que se vê negado o direito à cidade (LEFEBVRE,

1968) – a periférica e marginalizada comunidade Alto das Mercês e o patrimônio histórico "Fortim dos Emboabas" ainda pouco frequentado pela comunidade e que faz divisa entre centro histórico de São João del-Rei e comunidade.

Pretendeu-se como desfecho primário e secundário: a realização da intervenção urbana e artística "Renda-se" no Fortim dos Emboabas – que trouxe maior visibilidade e protagonismo das pessoas que compõem a comunidade do Alto das Mercês através da arte; e a transformação social através da arte, da pesquisa-ação e da educomunicação, envolvendo pesquisadores/comunidade/universidade, visando eximir a separação baixo (Rua do Ouro) e alto (Alto da Serra) no bairro; o desmanche da fronteira invisível entre comunidade-centro histórico, comunidade-universidade; e a valorização e o reconhecimento enquanto bairro digno de merecimento e atenção do poder público.

A proposta era: apropriar dessa materialidade têxtil trazida pelo cartógrafo Almirante Max Justo Guedes em seu acervo de rendas; apropriar do seu desejo para a comunidade com a doação do seu patrimônio; rememorar a história carregada pelo corpo-estendido Fortim dos Emboabas no episódio de rendição conhecido como Capão da Traição; comunicar e criar o pertencimento da comunidade Alto das Mercês com o espaço público; construir coletivamente um produto simbólico para esse corpo-coletivo; cruzar as fronteiras invisíveis entre centro-comunidade-universidade durante o processo de co-criação da vestimenta; desenhar no território urbano uma renda de deslocamentos, vínculos e relações; e vivenciar no fazer artístico da renda a consciência reticular como um *modus* faciendi e vivendi.

Através da criação de rendas manuais e de interações humano-computador pretendíamos cobrir a fachada do casarão Fortim dos Emboabas, localizado na fronteira centro histórico-bairro Alto das Mercês, e se apropriar criativamente do entorno utilizando tecnologias digitais. A ideia principal da intervenção era tornar a comunidade do Alto das Mercês reconhecida pelo seu valor histórico e cultural que muito contribuiu para a formação da cidade de São João del-Rei. E, com algumas atividades práticas possibilitar que os participantes da intervenção, de todas as esferas territoriais da cidade, pudessem refletir sobre as complexidades do seu cotidiano e suas manifestaçõesculturais - promovendo o despertar para a cidadania plena e a transformação social.

Levando em conta as características de expressão e comunicação do ato de vestir – cobrir o corpo de significados e comunicá-los ao outro – pensamos em um corpo coletivo que representasse a comunidade do Alto das Mercês e o seu valor enquanto memória e espaço.

A edificação do Fortim dos Emboabas representou esse corpo-história enquanto localidade e representatividade sócio-histórico-cultural de resistência da cidade. Além de chamar a atenção para o patrimônio histórico ainda não descoberto pelos visitantes, esse espaço vestido se tornou fundamental para a conexão centro-comunidade.

Por meio de encontros semanais para atividades práticas artísticas e educomunicativas fundamentadas nos métodos Pesquisa-ação, Pesquisa em Artes e Research by Design, a participação da comunidade se deu no desenvolvimento de rendas têxteis, rendas digitais, mapas, fotografias, vídeos, áudios e protótipos que juntos direcionaram a concepção final da intervenção, tanto fisicamente quanto digitalmente, possibilitando o contato dos participantes com a obra desde a sua concepção até a própria vestimenta do local.

Ao analisar os dados da pesquisa queremos colocar alguns pontos de reflexão.

Partimos dos problemas levantados pelos representantes da comunidade para que a vestimenta cumprisse com seu ideal de transformação social em pequeno grupo. Buscamos uma possível solução do problema atráves da criação coletiva de uma vestimenta para aquele território, Alto das Mercês, representado pelo espaço público Fortim dos Emboabas. O problema mais apontado foi a SEPARAÇÃO entre alto e baixo dentro do próprio bairro e entre centro-comunidade.

A nossa vestimenta ampliada pela interface digital *Renda-se* materializou, em um tecido colorido de muitos desejos para a comunidade, a expressão do que representa a *vestimenta-ação* para aquele lugar.

Como produto simbólico, poderia a vestimenta contribuir para a expressão e consequente ampliação das potências da relação corpo-vestimenta-ambiente?

A análise das rendas digitais com os desejos enviados através da propriedade interativa da vestimenta digital demonstrou o maior desejo para a comunidade, gerado pelos espectadores participantes da obra aberta, que é a UNIÃO.

Rememorando pela ideia e pela materialidade da renda, do render, de render-se à essa história e à nova história, existe a possibilidade de - através deste dispositivo

educomunicativo, no caso o rendar - promover encontros dentro da lógica do urbano que nos permite não só a apropriação de um território, mas também da realidade num momento único - a brecha de que fala Barbero. (SOARES, 2000) Ou seja, a possibilidade de derrubar por alguns momentos, pela brecha que enxergamos, o muro invisível que separa centro-comunidade-universidade.

Com isso, conseguimos a apropriação do território pela comunidade, a criação de pertencimento, e a possibilidade de comunicação efetiva entre territórios antes ensurdecidos um para com o outro.

Referencial bibliográfico

ECO, Umberto. **Obra aberta** – Forma e indeterminação nas poéticas contemporâneas. Editora Perspectiva, v. 4, 1976. (288 p.)

LEFEBVRE, Henri. **O Direito à Cidade.** São Paulo: Centauro, 2001.

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem** (Understanding media). 4ª ed. São Paulo: Cultrix, 1974.

MENTGES, Gabriele. Cold, Coldness, Coolness: Observações sobre a relação entre traje, corpo e tecnologia. **Fashion Theory** – A revista de Moda, Corpo e Cultura, edição brasileira, número 1, março 2002, p. 27-47.

OSTROWER, F. **Criatividade e processos de criação**. Petrópolis: Editora Vozes, 2010.

RESTANY, P. **O poder da arte – Hundertwasser o pintor-rei das cinco peles.** São Paulo:Taschen, 2003.

ROMEIRO, A. **Guerra dos Emboabas: balanço histórico.** IN: Revista do Arquivo PúblicoMineiro. Ensaio. Ano 45, n.1. Belo Horizonte, 2009, p. 110.

SANTOS, Milton. **A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção** / MiltonSantos. - 4. ed. - São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006.

SOARES, I. O. **Educomunicação, um campo de mediações**. Comunicação & Educação,São Paulo, v. VII, n.19, p. 12-24, 2000.

A busca por informações em saúde nos meios digitais por uma comunidade tradicional quilombola em Sergipe

The search for health information in digital media by a traditionalquilombola community in Sergipe

Raquel Marques Carriço Ferreira
UFS, Brasil
raquelcarrico@gmail.com
Roselí Pereira Nunes Bastos
UFS, Brasil
roseli.aju@gmail.com
Dhione Oliveira Santana
UFS, Brasil
odhione@gmail.com

GI 6 – Comunicación Intercultural y Pluralidad (Presencial y Remoto)

Palavras-chave: Plataformas Digitais; Comunidade Quilombola; Grounded Theory.Keywords: Digital Platforms; Quilombola Community; Grounded Theory.

As comunidades quilombolas, situadas à margem dos centros urbanos, enfrentam desafios no acesso à saúde no Brasil, resultado da falta de acesso adequado aos serviços de saúde, saneamento básico, alimentação balanceada, espaços esportivos, educação, cultura, entre outros. De outro lado, as tecnologias digitais têm o potencial de os auxiliar no acesso à informação sobre saúde para o autocuidado. Neste trabalho, buscamos compreender os mecanismos de consumo de informações em saúde por parte de uma comunidade quilombola tradicional em Sergipe, o Quilombo Porto D'Areia, seus motivos e modos de operação dos nexos das informações obtidas. Para alcançar esse objetivo, realizamos 12 entrevistas em profundidade por meio do método da pesquisa qualitativo-interpretativa da Grounded Theory.

O cenário de oferta de informação em saúde tem figurado de forma jamais vista, como observamos nos últimos anos mediante a expansão da Internet. Da mesma forma, nunca vimos tantos usuários empenhados no comportamento de busca de informação em saúde. Em média, das 278 milhões de buscas diárias realizadas na Internet no mundo, mais de 12 milhões se relacionam à saúde (PLYMOUTH, 2013). No Brasil, estima-

se que mais de 30 milhões de pessoas utilizem informações digitais sobre saúde regularmente (GIANOTTI; PELLEGRINO; WADA, 2009). Uma pesquisa realizada pelo Instituto Datafolha constata que 47% dos brasileiros utilizam o buscador Google para ter informações sobre saúde, enquanto que apenas 42% dos entrevistados buscam um médico de confiança (ARTHUR, 2023).

Como um dos processos básicos para o fomento e a efetivação do autocuidado[1], o acesso à informação é destacado como fundamental. Para a promoção e preservação da saúde essa estratégia na redes digitais suscinta a imprescindível exposição seletiva da informação, compreensão da informação acessada, adesão à informação de melhor qualidade e mais adequada para cada indivíduo – paciente, e nesse ambiente formado por um 'quase sem fim' de informação, não há garantias de que o conteúdo consumido seja credível, confiável ou adequado para quem o procura.

Se por um lado o acesso à informação pode resultar em benefícios para promoção da saúde, de outro, quando o conteúdo é aportado de má informação e seu público é desprovido das condições basilares para a sua seleção, compreensão, reflexão e uso, podemos ter como resultante, consequências que põem em risco a vida do próprio usuário.

Em uma breve revisão de literatura, encontramos algumas suposições para busca informações em saúde na Internet. Em seu estudo Ferreira e Silva (Sd), associa a diversidade de razões identificadas em dois grupos: 1) interesse por conhecimentos gerais sobre saúde, doenças, efeitos de medicamentos ou práticas para melhora do estado de saúde; e 2) necessidade de complementar informação obtida junto ao médico, por considerá-la insuficiente ou não totalmente compreensível. Mesmo com a pertinência das razões supracitadas, é possível acrescentar tantas outras, tais como os referentes às dificuldades de acesso aos serviços de saúde pelo cidadão comum.

[1] "capacidade de indivíduos, famílias e comunidades para promover a saúde, prevenir as doenças e se manter saudável e cooperar com a doença e incapacidades com ou sem o apoio do prestador de cuidados de saúde" (OMS, 2003).

Comunidades quilombolas, em especial, nos chama a atenção por serem agrupamentos populacionais geralmente às margens de grandes centros urbano, constituídos em espaços que estão particularmente suscetíveis à indisponibilidade de serviços de saúde. A presente pesquisa, neste contexto, com um estudo inicial que constata o consumo de informações digitais em saúde pelos membros da comunidade do Quilombo Porto D'Areia, da cidade de Estância (Sergipe, Brasil), buscou analisar os motivos e o modos como essa prática ocorre.

O bairro Porto D'Areia, oficialmente certificado como Comunidade Remanescente de Quilombolas em 2012, representa a segunda comunidade urbana em Sergipe a ser reconhecida como quilombola. É composta por três tipos de moradores: os auto reconhecidos e cadastrados na Fundação Palmares, os auto reconhecidos não cadastrados e os parentes de outras origens. A comunidade possui características tanto urbanas, quanto rurais e ribeirinhas, devido às práticas de subsistência e pesca. A fim de obter uma compreensão mais aprofundada, foram entrevistados doze moradores da comunidade

A Teoria Fundamentada em Dados (TFD) ou Grounded Theory, foi nosso método adotado para formular os descritores que dão conta das nossas indagações formuladas: quais os motivos e os modos de busca e consumo das informações digitais de saúde por essa comunidade. Nossa escolha recai por esse método porque a TFD nos permite com suas técnicas gerar construtos teóricos capazes de explicar as práticas sociais eleitas em estudo.

O estudo adota uma abordagem qualitativa no qual, segundo Minayo (1996), possui aspectos referentes ao mundo subjetivo, de significados, intencionalidades, motivações, aspirações, crenças, valores e atitudes entendidos como intrínsecos aos atos e às estruturas sociais do fenômeno investigado. A abordagem qualitativa nos possibilitou desvelar processos sociais pouco conhecidos e referentes um grupo particular, propiciando assim, o surgimento de novas concepções sobre nosso fenômeno social estudado.

Fizeram parte da amostra para coleta de dados por meio de entrevistas em profundidade, doze moradores da comunidade Quilombo Porto D'Areia, residente na cidade de Estância (Sergipe, Brasil). Estes moradores 50% são mulheres e 50% homens, a mesma proporção possuía, no momento da pesquisa, idades entre 31-46 e 47-62. A técnica da entrevista em profundidade foi guiada por um roteiro pré-determinado com a gravação em meio digital para posterior decofificação e análise das informações. Os dados foram codificados e classificados com ajuda do software alemão Maxqda, um software de análise de conteúdo pertinentemente usado para o tratamento dos dados.

As categorias que dizem respeito às motivações dos remanescentes quilombolas para a busca e o consumo de informação digital em saúde diretamente relacionadas às necessidades ao acesso dos serviços tradicionais de saúde, são: 1. Não acessando adequadamente a saúde formal; 2.Não estabelecendo diálogo com o profissional da saúde; 3.Não entendendo o profissional da saúde; 4. Acessando facilmente e entendendo o conteúdo da Internet.

Considerações gerais (sem a descrição das categorias que são os resultados de fato da pesqusia)

Vivenciando realidades marcadas por condições inadequadas de acesso à saúde formal, nossos respondentes, apesar de serem assistidos pelo Sistema Único de Saúde, têm seus motivos para a busca e consumo de informação digital em saúde, que por fim os auxiliam na tomada de decisões referentes ao autocuidado e ao cuidado de seus pares. Acontece que ao acessarem conteúdos em saúde na Internet, além de terem mais facilmente contato com diversas temáticas da área, em diferentes linguagens e formatos, essas pessoas também atenuam condições específicas do contato com o profissional, especificamente o não entendimento e o não estabelecimento de diálogo.

A respeito destes achados acerca dos motivos, o que observamos é que apesar da existência de programas e projetos em saúde que contemplam as comunidades quilombolas, a efetivação se mostra ineficiente diante das reais necessidades dos sujeitos que as compõem. E tal condição, por sua vez, acaba não contribuindo para que haja a adoção do autocuidado, por meio desta forma de contato com a informação. A

esta motivação se soma a assimetria da relação estabelecida na comunicação entre profissionais e pacientes, percebida pela dificuldade, ou mesmo inexistência de diálogo e de entendimento entre eles. Realidade que vem sendo contraposta pela facilidade que têm quanto ao acesso e compreensão das informações digitais sobre saúde que consomem.

Contudo, ainda que haja para os remanescentes quilombolas a favorável percepção de facilidade de acesso, simetria de relações de poder e fala, e compreensão na busca e consumo de informações digitais em saúde examinados, esta é uma seara na qual permanecem obstáculos para a efetivação de uma prática segura de consulta de informações na área da saúde. O fato é que, o consumo das informações em saúde pode de fato resultar tanto em efeitos positivos para a saúde do usuário, quanto em consequências negativas, e esta resultante está diretamente relacionada a duas variáveis assim identificadas: 1) a qualidade da informação consumida, e 2) a capacidade de compreensão e julgamento das informações por parte do usuário, mediante um "conjunto de competências cognitivas e sociais relativos à capacidade dos indivíduos para acederem à compreensão e ao uso da informação, de forma a promover e manter uma boa saúde" (NUTBEAM, 1998).

Se por um lado o acesso à informação pode resultar em benefícios para promoção da saúde, de outro, quando o conteúdo é aportado de má informação e seu público é desprovido das condições basilares para a sua seleção, compreensão, reflexão e uso, podemos ter como resultante, consequências que põem em risco a vida do próprio usuário. Desta feita, embora haja motivo o suficiente para que os membros dessa comunidade busque informação em Saúde na Internet, não há de outro lado, a garantia de que as consequências dessa prática possam ser necessariamente positivas para a saúde dessa população.

Referências

ARTHUR, F. (2022). Google é o principal meio para tirar dúvidas sobre saúde no Brasil.Disponível: www.em.com.br/app/noticia/saude-e-bem-viver/2023/05/31/interna_bem_viver,1501038/google-e-o-principal-meio-para-tirar-duvidas-sobre-saude-no-brasil.shtml. Acesso em: 20 jun. 2023.

FERREIRA, P. M; SILVA, P. A. (2019) Internet: uma fonte privilegiada no acesso a informação sobre saúde. Informação sobre saúde dos portugueses. https://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/31945/1/ICS_PMFerreira,%20PASilva_ntern et%20uma%20fonte_CLI.pdf Acesso em: 12 jul. 2023.

GIANOTTI, P. S. P., Pellegrino, H. P., & Wada, E. (2009). Globalização e serviços médicos:impulsionando o turismo de saúde. *Turydes [Internet]*, *4*(2).

MINAYO, M. C., Deslandes, S. F., & Gomes, R. (2011). *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. Editora Vozes Limitada.

NUTBEAM, D. (1998). World Health Organization Health Promotion Glossary. *WHO, Geneva: WHO*, (1), 4.

OMS, Organização Mundial da Saúde. (2003). Cuidados inovadores para condições crônicas: componentes estruturais de ação: relatório mundial. *Brasília*.

PLYMOUTH, (2013). De olho na qualidade dos portais de saúde. https://cienciahoje.org.br/de-olho-na-qualidade-dos-portais-de-saude. Acesso em: 20 jun. 2023.

COMUNICAÇÃO, CIÊNCIA E PODER

Circulação do Saber Farmacêutico produzido nas Boticas dos Colégios daCompanhia de Jesus no Brasil (1640-1759)

Gobbi, Maria Cristina

UNESP/Bauru, Brasil

cristina.gobbi@unesp.br

Silva, João Paulo de Campos

UNESP/Bauru, Brasil

joao.campos@unesp.br

GI 6 – Comunicação Intercultural e Pluralidade (Presencial e Remoto)

Palavras-chave: Produção de Conhecimento; Circulação; Missionários Jesuítas

RESUMO

A história dos missionários pertencentes à Companhia de Jesus na América portuguesa, bem como seu papel e impacto na vida diária da sociedade durante a era colonial, nos permite compreender que sua atuação foi muito além de simplesmente cuidar das almas cristãs e converter novos seguidores. Na verdade, eles introduziram uma série de práticas e tradições que tiveram uma influência duradoura na sociedade brasileira. Neste contexto, o presente trabalho se debruça sobre um aspecto particular desse amplo processo de estabelecimento e consolidação da Ordem, a saber: a produção, circulação e comunicação de novos ingredientes, procedimentos e saberes acerca do fabrico de fármacos em terras luso-brasileiras. Para tanto, como objeto de investigação, fazemos uso de uma *coleção de receitas*, datada de 1766 – originalmente manuscrita –, publicada pela primeira vez em 2019, que reúne um total de duzentas e quarenta e oito receitas, das quais cinquenta são creditadas à Colégios do Brasil – nosso foco principal.

Dado a especificidade deste projeto, que se insere na intersecção dos campos da pesquisa comunicacional e histórica, acreditamos que a contribuição que este trabalho projeta, seria a de demonstrar possibilidades de compreensão de atores e ações históricas, sob a ótica da comunicação empregada por eles. A Ordem da Companhia de Jesus, dentro de seu período de existência, teve como uma de suas características mais marcantes a sua hierarquia e estrutura burocrática. Um sem-número de cartas e de documentos oficiais foram construídas ao longo dos anos em que estes homens da fé permaneceram em missão, e no Brasil não fora diferente. Dessa forma, é importante salientar que mesmo não se constituindo como a única fonte nesta

modalidade, a obra *Coleção de várias Receitas...*, é um exemplar da cultura material que torna possível a análise de, dentre outras coisas, alguns aspectos do funcionamento da própria circulação de informações, principalmente sobre elementos naturais (símplices) das regiões nas quais se encontravam.

A primeira metade do século XVIII, que faz parte do período aqui selecionado para estudos, era caracterizada por um momento de intensa atividade intelectual na Europa Moderna. As esferas política e administrativa passavam por transformações, permitindo à Comunicação, uma perspectiva singular sobre as interações sociais que orbitavam esses campos de atuação. Nesse contexto, a Companhia de Jesus já se constituía como uma instituição de bases sólidas, tendo estendido sua influência para as várias regiões do

domínio ibérico ao redor do mundo e na América portuguesa não era diferente. A partir, então, da consolidação do encargo de 'boticário' e de seu espaço próprio para a produção

– e venda – de medicamentos junto aos Colégios aqui analisados (do Rio de Janeiro, da Bahia e do Recife) a partir de 1670, acreditamos que é possível argumentar a respeito, não somente da produção de conhecimento efetuado pelos missionários, mas da própria circulação que estes homens faziam deste conhecimento novo, no âmbito interno da Ordem, por meio da produção de, entre outros elementos, os receituários manuscritos. Acreditamos, também, que este conhecimento acumulado em terras luso-americanas, poderia ter funcionado como um mecanismo de proteção em relação à continuidade da Ordem nas terras coloniais portuguesas frente às reformas administrativas levadas no Reino.

Apoiada no método da Hermenêutica de Profundidade (HP), a pesquisa é dividida em três etapas. Primeiro, realizamos a investigação bibliográfica do objeto e dos atores sociais, além da contextualização sócio-histórica do período; depois, se pretende pôr em prática a análise formal, a fim de que seja possível apontar características estruturais internas e elementos constitutivos das formas simbólicas presentes, interligando-as aos sistemas e códigos onde se encontram inseridos. Com isso, se estabelece a última etapa, onde se busca reinterpretar as informações extraídas e dispô-las em um novo quadro, com o intuito de evidenciar o papel da comunicação e da circulação do conhecimento missionário, no procedimento de disputas pela configuração do poder no cotidiano colonial. Para o aporte teórico, lançamos mãos das colocações dispostas por Pierre Bourdieu (1989; 2015) sobre as disputas simbólicas existentes em campos sociais onde diferentes atores se congregam, com o intuito de delinear os mecanismos de disputas existentes no momento.

Na primeira metade do século XVIII, a Ordem da Companhia de Jesus e seus integrantes, encontravam-se em uma encruzilhada entre sua própria tradição filosófica, a escolástica aquiniana (ABREU, 2006), e a nova forma de significar o mundo Moderno, que vindo na esteira do Renascimento, seria conhecido como Humanismo (BURKE, 2003). Esse período foi marcado por uma mudança na maneira de observar e compreender a natureza circundante, impulsionada pela redescoberta de textos clássicos sobre medicina (Hipócrates e Galeno), e descobertas das Grandes Navegações (LEITE, 2012). Diferente dos cuidados ligados a práticas médicas, que têm início desde a chegada dos primeiros missionários, a prática de elaboração de medicamentos, de maneira institucionalizada, segundo Leite (2022), se dá apenas em 1670, quando se tem registrado o primeiro padre referido como boticário responsável,

na botica do Colégio do Rio de Janeiro, seguida pela da Bahia em 1679, e a de Recife em 1732. A importância da circulação do conhecimento produzido, no contexto da virada do século XVII para o XVIII encontra-se em um dos eixos de atuação que as boticas passaram a ter: provisão econômica para as atividades e estruturas da Ordem. Para produzir medicamentos, os missionários passaram a explorar a natureza circundante, e de forma que se tornassem próximos da prática empírica da construção de conhecimento, mas não sem total amparo do conhecimento douto que se constituía no período. Neste sentido, a comunicação efetuada através da correspondência interna dos jesuítas, seria um *locus* da circulação do conhecimento produzido e utilizado entre os Colégios e a sociedade colonial em desenvolvimento na colônia portuguesa, do século XVIII.

Bibliografia

ABREU, Jean Luiz Neves. **O corpo, a doença e a saúde**: o saber médico luso-brasileiro no século XVIII. 2006. Tese (Doutorado em história). Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte. 2006.

BOURDIEU, Pierre. O Poder Simbólico. Lisboa/Rio de Janeiro: DIFEL/Bertrand, 1989.

_____. A economia das trocas simbólicas. Introdução, organização e seleção Sergio Miceli. 8ª Ed. São Paulo: Perspectiva, 2015 (Coleção estudos; 20/ dirigida por J. Guinsburg).

BURKE, Peter. Uma história social do conhecimento I - de Gutenberg a Diderot. Rio deJaneiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

LEITE, Bruno Martins Boto. Mezinhas antigas e modernas: A invenção da Triaga Brasílica pelos jesuítas do Colégio da Bahia no período colonial. **13º Seminário Nacionalde História da Ciência e da Tecnologia**, 2012.

_____. Boticas, boticários e cultura farmacêutica nos estabelecimentos da Companhia de Jesus no 'Estado do Brasil', 1670-1759. **Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi**.Ciências Humanas, v. 17, 2022.

Comunicação e Design como Prática de Inclusão na Universidade.

Joukhadar, Daniele Cristine de Carvalho

Paiero, Denise Cristine

Universidade Presbiteriana Mackenzie

Daniele.joukhadar@mackenzie.br

Denise.paiero@mackenzie.br

GI6 – Comunicação Intercultural e PluralidadeComunicação, design, inclusão

Tema Central:

Através de uma parceria entre a Universidade Presbiteriana Mackenzie e o Instituto Chefs Especiais (que ensina gastronomia para jovens com síndrome de down) os alunos do 6 semestre de criação do curso de Publicidade e Propaganda puderam se aproximar da comunidade e vivenciar uma experiencia de inclusão tendo como clientes reais os jovens com síndrome de down empreendedores do Instituto, bem como aplicar o conteúdo desenvolvido em sala em cases reais trazidos pelas necessidades de cada um dos chefs empreendedores atendidos.

Objetivo:

Sensibilizar os alunos para o entendimento da importância social da comunicação e do design aplicado no desenvolvimento de soluções para empreendedores à margem do mercado, especificamente neste projeto, os jovens empreendedores downs do Instituto Chefs Especiais.

Promover uma vivencia de inclusão dentro do ambiente universitário e sensibilizar os alunos para o exercício da profissão de forma mais empática e acolhedora diante da neurodiversidade entendendo seu universo, potenciais e limitações.

Para tanto, foi proposto o desenvolvimento de identidade visual para cada chef especial, também foram ministradas oficinas temáticas sobre fotografia, captação e edição de vídeo para redes sociais e canvas, com objetivo de organizar e potencializar a comunicação dos jovens chefs empreendedores, que poderão desbravar outros caminhos a partir das oportunidades proporcionadas pela parceria.

Caracterização do estudo

O presente estudo foi realizado durante o primeiro semestre de 2023 no decorrer da disciplina Design e Identidade de Marca do 6 semestre de Publicidade e

Propaganda, contando com 12 alunos divididos em duplas ou trios para desenvolver identidade visual e manual de identidade visual para quatro empreendedores previamente selecionados pelo Instituto.

A seleção teve como critério jovens ativamente participantes do Instituto que desenvolveram seus próprios produtos para venda e necessitam de apoio para impulsionar suas vendas. A produção e venda dos produtos representa a possibilidade de uma certa autonomia, elevação de auto estima e sociabilização.

Paralelamente ao desenvolvimento da identidade visual durante as aulas, em um segundo momento alguns alunos se voluntariaram para formar novas equipes para ministrar pequenas oficinas de comunicação de acordo com as necessidades detectadas durante o primeiro encontro de briefing. Assim foram realizadas oficinas de Instagram, Tiktok, captação e edição de vídeos e fotografias pelo celular, Canvas.

Os alunos ministraram as oficinas presencialmente. Os empreendedores do ICE compareceram acompanhados das mães, que em sua maioria são efetivamente as responsáveis por produzir, embalar, divulgar e comercializar os produtos juntamente com seus filhos, logo, demonstraram grande interesse e rapidamente pudemos acompanhar nas redes sociais a evolução das postagens com a aplicação dos conteúdos apresentados nas oficinas.

A primeira etapa do projeto foi encerrada no fim do semestre com a apresentação do manual de identidade visual para os chefs e suas famílias, entrega dos certificados aos participantes das oficinas e apresentação da aluna Livia Leão, também do 6 semestre de criação do curso de Publicidade e Propaganda. Lívia é surda, faz parte do PROATO, Programa de Atenção e Orientação aos Alunos da UPM, e após estudar cuidadosamente cada chef e o propósito do Instituto Chefs Especiais, presenteou cada um deles com sinal pessoal em libras, mostrando a todos que fizeram parte do projeto a importância e o potencial transformador das práticas inclusivas na universidade e na comunidade.

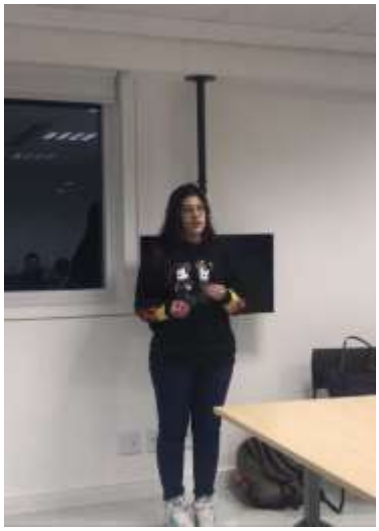
A seguir, registro da apresentação dos trabalhos e entrega dos certificados.

Aluno Pedro Marberger - Chef Especial: Danielle Contijo e mãe Edna Oliveira

Aluna Mariana Chamie - Chef Especial Uriel Del Valle e mãe Christian Carli

Alunas Nicole Namie Ito e Kauane Moreira - Chef Especial Laura Basilio

Alunas Maria Eduarda Santos e Mayara Silva - Chef Especial Nathalia Oliveirae a mãe Marisa Evangelista



Apresentação do sinal pessoal em Libras - Aluna surda Livia Leão do 6 semestre do curso de Publicidade e Propaganda

Encerramento com a presença da diretora do Instituto Chefs Especiais, Simone Berti (ao centro, primeira fileira) e assistente social do Programa de Orientação e Atenção da UPM, Ivaneide Guedes (à esquerda, primeira fileira)

Abordagem

Por se tratar de uma experiência em sala de aula, a abordagem utilizada compreende um relato experimental. Foram registrados e colhidos depoimentos desde o primeiro encontro entre os alunos da UPM e os empreendedores do ICE até a apresentação final dos trabalhos.

Principais resultados

Através da divulgação dos trabalhos nas redes sociais, aplicação da identidade visual nos produtos, produção e edição dos vídeos postados, podemos aferir que o projeto atendeu plenamente as necessidades dos jovens empreendedores do

ICE, trazendo um caráter mais profissional às embalagens e à comunicação de seus produtos de uma forma geral.

Os jovens empreendedores do ICE tiveram oportunidade de conhecer o ambiente universitário, vivenciar as oficinas e acessar um trabalho de design desenvolvido de forma particular e cuidadosa.

Reflexões

A partir dos depoimentos dos alunos da UPM, consideramos que a oportunidade de trabalhar com clientes reais sendo eles neurodivergentes, foi um enorme desafio que promoveu uma experiência intensa cercada de sensibilidade e empatia proporcionando o entendimento do grande potencial da comunicação para além das margens conhecidas do mercado de trabalho, sensibilizando-os e ampliando o olhar para outras frentes de atuação profissional menos considerada e atendida.

Conclusões

Para o próximo semestre está previsto outras frentes do projeto com o curso de jornalismo envolvendo a produção de podcasts e reportagem no Jornal local Maria Antonia, e também uma outra frente junto ao curso de nutrição com proposta de projeto de extensão envolvendo os alunos para o desenvolvimento de tabela nutricional dos produtos oferecidos pelos empreendedores para profissionalizar o rótulo.

Referência

BONSIEPE, Gui. **Design, cultura e sociedade.** São Paulo, SP: Blücher, 2011

CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo.** São Paulo, SP: Cosac & Naify, 2012

CECILIA CONSOLO. **Maícas: design estíatégico. Do símbolo fi gestão da identidade coípoíativa.** Editoía Blucheí, 2015

LUPĽON, Ellen; PHILLIPS, Jennifeí C.; BORGES, Cíistian tíadutoí. **Novos fundamentos do design.** São Paulo, SP: Cosac & Naify, 2008

PAPANEK, Vitoí. **Design foí the íeal woíd: human ecology and social chances.** Pantheon Books, 1972.

Accesibilidad y comunicación audiovisual: estudio exploratorio de la caracterizacióny aplicación práctica en Uruguay

Leticia Lorier
Universidad de la República, Uruguay
leticia.lorier@fic.edu.uy
Ignacio Bruné
Universidad de la República, Uruguay
ignacio.brune@fic.edu.uy
Lucía Jimena González Martirena,
Universidad de la República, Uruguay.
luciajgonzalezz@gmail.com

Grupo de Interés: GI6 - Comunicación Intercultural y Pluralidad

Palabras clave: Accesibilidad a los medios, Derechos humanos, Inclusión

Tema:

La accesibilidad ha tenido un auge reciente dentro de la agenda de derechos. Uruguay posee normativas para la protección de derechos humanos, como la Ley no.18.418 en la que el Estado uruguayo subscribe a la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad (Uruguay, 2008) o la Ley de medios no. 19.307 (Uruguay, 2014) que introduce la interpretación en lengua de señas uruguaya (LSU) en televisión abierta. También existen fondos de fomento audiovisual que incluyen la accesibilidad. Así, el campo profesional de la comunicación ha visto un incremento en la demanda de producción de accesibilidad audiovisual. Al mismo tiempo, una serie de transformaciones dentro del campo de la accesibilidad a los medios nos permiten reflexionar desde qué perspectiva pensar y problematizar algunos fenómenos asociados a su mayor desarrollo.

En la actualidad, grupos vulnerados continúan encontrando barreras de acceso que impiden el ejercicio de sus derechos. La accesibilidad es un concepto que comprende el cumplimiento del goce de los mismos y la dignidad humana (Greco, 2019), y en particular el acceso a la comunicación resulta en la puerta de entrada no solo al derecho a la comunicación sino a la salud, el trabajo o la educación. Así, la accesibilidad a los medios abarca la comprensión, participación y disfrute de contenidos por parte de todas las personas de forma equitativa y autónoma.

A través de un enfoque interdisciplinario que combina los estudios de accesibilidad, la comunicación y una perspectiva de derechos esta investigación presenta un estudio descriptivo de las características técnicas de los servicios de subtitulado interlingüístico y traducción e interpretación en lengua de señas uruguaya en contenidos comunicación audiovisual uruguayos, a la luz de las guías y normas técnicas de circulación nacional (UNIT, 2016; RECAM, 2017).

Se trata de un estudio en construcción del cual se presentan resultados parciales.

Caracterización / discusión teórica:

Greco (2018) denomina como los tres giros de la accesibilidad a las transformaciones

epistemológicas y metodológicas en este campo. Estos referencian los pasajes de los enfoques centrados en los creadores/expertos a enfoques centrados en las personas usuarias, de los enfoques particularistas a enfoques universalistas y enfoques reactivos a enfoques proactivos.

El primer giro, el pasaje de enfoques centrados en los creadores/expertos a centrados en las personas usuarias, desplaza a los creadores como los únicos poseedores del saber e introduce el protagonismo de las personas usuarias finales como portadoras de conocimientos valiosos para los procesos de producción de accesibilidad (Greco, 2018; Romero-Fresco, 2019; Pelta, 2010).

A partir del segundo giro de Greco (2018), a diferencia de limitarse a poblaciones específicas que, tradicionalmente, han sido las personas en situación de discapacidad que encuentran barreras sensoriales, la accesibilidad comienza a ser considerada desde un enfoque universalista, es decir, como beneficiosa para todas las personas (Greco, 2018).

Este giro se ve reflejado, por ejemplo, en la definición de diseño universal presente en la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad (ONU, 2006) que lo define como «el diseño de productos, entornos, programas y servicios que puedan utilizar todas las personas, en la mayor medida posible, sin necesidad de adaptación ni diseño especializado» (ONU, 2006: 5).

El tercer giro de la accesibilidad, es el pasaje de enfoques reactivos a proactivos, implica que la accesibilidad debe ser tenida en cuenta desde etapas tempranas delos desarrollos, introduciendola, por ejemplo, cómo un elemento más de la producción audiovisual (Romero-Fresco, 2019).

Considerando la creciente producción y circulación de contenidos con accesibilidad audiovisual y que por lo tanto las prácticas y servicios que se generen pueden promover el ejercicio de derechos, es relevante investigar los enfoques metodológicos y epistemológicos
de las prácticas de accesibilidad en Uruguay.

Observar cómo se aplican las técnicas en relación a las guías y normas es una contribución, entre otras necesarias, para comprender el fenómeno.

Metodología:

Se trata de una investigación de corte cualitativo y carácter exploratorio, en la que se realiza una observación de un corpus de audiovisuales y análisis de los parámetros técnicos del subtitulado interlingüístico y traducción o interpretación en lengua de señas uruguaya descritos en las guías y normas de circulación nacional (UNIT, 2016; RECAM, 2017).

El corpus agrupa publicidades pautadas en horario de noticieros de canales de tv abiertos y contenidos digitales de comunicación institucional de entidades estatal es que integran subtitulado y LSU.

Resultados y reflexiones finales:

Sobre las características técnicas de los contenidos se puede observar que, con respecto a la presencia de la LSU, se utiliza un único señante, de género femenino, con vestimenta tradicional (camisa o camiseta negra), que seña de pie, con una iluminación fría de distribución pareja, presentada en forma de silueta sobre el audiovisual, en donde el tamaño es menor a ⅛ de la pantalla, ubicado en la esquina inferior derecha, sin fondo, en un plano medio largo y con un espacio de señado reducido en donde algunas señas quedan cortadas, ya que hay por momentos manos o codos que quedan por fuera de

encuadre.
Por otro lado, los subtítulos fueron sincrónicos al discurso oral, cumplen con el mínimo y máximo de tiempo de exposición, no cumplen con el tiempo mínimo de pausa entre subtítulos, no cumplen con el máximo de caracteres por segundo, cumplen con el máximo de líneas por subtítulo, se encuentran en la parte inferior central de la pantalla, no cumplen con el máximo de caracteres por línea, utilizan tipografías sans serif, son de color blanco, con un tamaño promedio de 48px y son intermitentes y en bloques.
Estos resultados en construcción, sumados a antecedentes que dejan otras investigaciones (Lorier et al., 2020; Bruné I. y Carro, F., 2022), indican que las metodologías y características técnicas de las producciones que integran LSU y subtitulado en Uruguay son diversas, generalmente siguen un enfoque reactivo en lógica de adaptación a posteriori y no cumplen con las recomendaciones de guías y normas técnicas de circulación nacional.

Referencias

Bahiense Neves, S., Mauch, C., Ferreira, S. y Santiago, V. (Orgs.). (2017). Guía para producciones audiovisuales accesibles. Montevideo: Intendencia de Montevideo y RECAM.

Brune.I y Carro F (29 de noviembre de 2022). Profesionales y prácticas de la Comunicación y Accesibilidad en Uruguay, estudio exploratorio. [Ponencia]. IV Jornadas de Investigación de la FIC 2022, Montevideo, Uruguay.

Greco, G.M. (2018). The nature of accessibility studies. Journal of Audiovisual Translation, 1(1), 205-232.

Instituto Uruguayo de Normas Técnicas. (2016). Tecnología de la información – Accesibilidad – Subtitulado de contenido audiovisual para personas sordas e hipoacúsicas – Requisitos y recomendaciones (NORMA UNIT 1229:2016). https:/ www.unit.org.uy/

Lorier, L., Fascioli, F., Tancredi, M., Boria, Y. (9-13 de noviembre de 2020) Accesibilidad audiovisual: derechos, políticas y regulación en Uruguay [Resumen de presentación de la conferencia]. XV Congreso de la Asociación Latinoamericana deInvestigadores de la Comunicación, Medellín, Colombia. Recuperado de: https:/ repository.upb.edu.co/handle/20.500.11912/8688.

Ley No 18.418 (2008). Convención de Naciones Unidas sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad. Montevideo: Centro de Información Oficial (IMPO). Disponible en http:/ www.impo.com.uy/bases/leyes/18418-2008

Ley No 19.307 (2015). Ley de Medios. Regulación de la prestación de servicios de radio, televisión y otros servicios de comunicación audiovisual. Montevideo: Centro de Información Oficial (IMPO). Disponible en https:/ www.impo.com.uy/bases/leyes/19307-2014

Organización de las Naciones Unidas (ONU). (2006). Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad [en línea]. Disponible en: https:/ www.un.org/esa/socdev/enable/documents/tccconvs.pdf

Romero-Fresco, P. (2019). Accessible Filmmaking: Integrating translation and accessibility into the filmmaking process. Routledge.

Newsgame e interculturalidade: acolhendo e inserindo a criança migrante na escola[1]

Newsgame and interculturality: welcoming and inserting the migrant child in school

Helena Schiavoni Sylvestre[2]
Universidade Metodista de São Paulo (Umesp)
helenassylvestre@hotmail.com
Brasil

Palavras-chave: jogos jornalísticos; interculturalidade; migração.

Keywords: journalistic games; interculturality; migration.

Resumo

O presente artigo tem como objetivo relatar os resultados de uma pesquisa-ação sobre a temática da acolhida e inserção de alunos migrantes na escola Ciep Profa. "Philomena Magaly Makluf Rosseti", do bairro Jardim São Vito, em Americana/SP, a partir do desenvolvimento de um projeto intercultural que tem como foco a aplicação de *newsgames* com os alunos do colégio em questão.

A interculturalidade no ambiente escolar é fundamental, uma vez que a sociedade contemporânea é pluralista, caracterizada pela presença de múltiplas culturas. O reconhecimento e valorização dessa diversidade cultural no ambiente escolar contribuem para a formação de cidadãos mais conscientes e respeitosos.

A questão intercultural desempenha um papel fundamental na criação de ambientes acolhedores e inclusivos para crianças migrantes. Canclini destaca a importância do diálogo e do intercâmbio simbólico entre diferentes culturas como forma de construir sociedades mais igualitárias e respeitosas.

Segundo o autor, a interculturalidade propõe que as diferenças culturais, mais do que serem algo a ser respeitado e tolerado, "são necessárias para gerar as combinações que nos possibilitam, ao mesmo tempo, sermos diferentes e viver juntos" (CANCLINI,

[1] Trabalho apresentado no GI 6 - Comunicação Intercultural e Pluralidade do XI Seminário ALAIC.
[2] Doutoranda pela Universidade Metodista de São Paulo (Umesp). Bolsista pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). E-mail: helenassylvestre@hotmail.com

2005, p. 62). Isso significa que, ao valorizar e respeitar as diferenças culturais das crianças migrantes, os ambientes escolares podem se tornar acolhedores e inclusivos.

Crianças migrantes trazem consigo vivências e perspectivas únicas. Sua presença permite que as escolas se tornem espaços ricos de troca e aprendizado mútuo. Eles oferecem uma oportunidade autêntica para os alunos locais aprenderem sobre outras culturas. Ademais, crianças migrantes muitas vezes enfrentam desafios específicos, como a adaptação a uma nova cultura, a aprendizagem de um novo idioma e a superação de traumas relacionados à migração. Reconhecer e abordar esses desafios é fundamental para criar um ambiente escolar inclusivo.

Na escola em que foi realizada a pesquisa, foram selecionados, ao todo, em torno de 40 alunos migrantes (bolivianos e haitianos) e não migrantes do 1º ao 5º ano do Ensino Fundamental. Foram aplicados, então, dois *newsgames* sobre as culturas boliviana e haitiana para esses alunos. A partir dessa aplicação, observamos como se deu a questão intercultural com base em cinco categorias: envolvimento e engajamento, interação entre as crianças, compreensão cultural, atitudes e empatia, e reações emocionais.

- Envolvimento e engajamento: visa observar o nível de envolvimento das crianças durante a atividade do *newsgame* e registrar o engajamento das crianças migrantes e não migrantes, levando em consideração a participação ativa, o interesse demonstrado e a persistência no jogo.

- Interação entre as crianças: tem o objetivo de analisar a interação entre as crianças migrantes e não migrantes durante o jogo, observar se há cooperação, colaboração ou competição entre elas e verificar se há trocas de conhecimento e experiências culturais entre os grupos.

- Compreensão cultural: visa avaliar o nível de compreensão das crianças sobre a cultura da Bolívia e do Haiti após a interação com o *newsgame*, registrar se houve aumento do conhecimento sobre os aspectos culturais dos países e observar se as crianças migrantes e não migrantes têm um melhor entendimento e conexão com as culturas representadas no jogo.

- Atitudes e empatia: tem por objetivo analisar as atitudes das crianças em relação às culturas representadas no jogo e observar se houve desenvolvimento de empatia em relação aos migrantes, considerando possíveis mudanças nas atitudes das crianças não migrantes.

- Reações emocionais: visa registrar as reações emocionais das crianças durante o jogo, como alegria, surpresa, frustração, curiosidade, entre outras, e analisar se essas reações emocionais são influenciadas pela temática migratória abordada no *newsgame*.

A pesquisa-ação, proposta pela autora deste artigo, implicou, conforme recomenda Tripp (2005), na dedicação e participação ativa do pesquisador no ambiente em que está conduzindo a pesquisa, assim como o comprometimento do grupo em colaborar para resolver um problema ou desafio específico, como é o caso da recepção, adaptação e inclusão das crianças estrangeiras no ambiente escolar.

Como recurso teórico-metodológico, usamos os autores Burton (2005), Sicart (2009) e Bogost et al (2010) para falar sobre *newsgames*; e Canclini (1998; 2005) para falar sobre interculturalidade.

Com base nos *newsgames* aplicados com os alunos, pudemos concluir que tais jogos permitiram que as crianças migrantes compartilhassem seus conhecimentos e experiências culturais específicas com seus colegas não migrantes.

Através das respostas às questões, as crianças migrantes tiveram a oportunidade de demonstrar sua compreensão e conhecimento das tradições, costumes, histórias e valores de suas respectivas culturas. Isso lhes permitiu se sentirem valorizadas e reconhecidas pelo conhecimento que têm sobre suas próprias culturas.

Ao fornecer informações sobre as culturas boliviana e haitiana, o jogo também educou as crianças não migrantes sobre essas culturas, promovendo a compreensão, o respeito e a empatia pelos colegas migrantes. Isso ajudou a criar um ambiente inclusivo e acolhedor, onde as crianças migrantes se sentiram orgulhosas de compartilhar sua herança cultural.

No geral, os *newsgames* parecem ter sido eficazes em promover a interação intercultural, aumentar a compreensão cultural, desenvolver atitudes positivas e

despertar emoções nas crianças migrantes e não migrantes envolvidas. Essas conclusões indicam que os *newsgames* podem ser uma ferramenta valiosa para fortalecer as identidades culturais, fomentar a diversidade e promover um ambiente inclusivo nas escolas.

Referências

BOGOST, Ian; FERRARI, Simon; SCHWEIZER, Bobby. ***Newsgames*:** journalism at play. Massachussets: MIT, 2010.

CANCLINI, Néstor. **Consumidores e cidadãos:** conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1998.

CANCLINI, Néstor. **Diferentes, Desiguais e Desconectados.** Rio de Janeiro: UFRJ, 2005.

CANDAU, Vera Maria (Org.). **Diferenças culturais e educação:** construindo caminhos. Rio de Janeiro: 7 Letras , 2011.

São Paulo (SP). Secretaria Municipal de Educação. Coordenadoria Pedagógica. Currículo da cidade: povos migrantes: orientações pedagógicas. São Paulo: SME / COPED, 2021.

SICART, Miguel. ***Newsgames*:** theory and design. Entertainment Computing – ICEC 2008: Lecture Notes in Computer Science, v. 5309/2009, p. 27-33, nov. 2008.

TRIPP, David. Pesquisa-ação: uma introdução metodológica . Educação e Pesquisa, [S. l.], v. 31, n. 3, p. 443-466, 2005. DOI: 10.1590/S1517-97022005000300009. Disponível em: https://www.revistas.usp.br/ep/article/view/27989. Acesso em: 17 jul. 2023.

WEISSMANN, Lisette. Multiculturalidade, transculturalidade, interculturalidade. **Revista Construção Psicopedagógica,** v. 26, n. 27, p. 21-36, 2018.

GI 7 - “Economía política y regulación de plataformas”

Estado, Indústria Cultural e as discussões sobre regulação: algumas considerações teóricas

Guilherme Bernardi[1]
Manoel Dourado Bastos[2]
Universidade Estadual de Londrina (UEL)

PALAVRAS-CHAVE: regulação; trabalho; crise.

GI 7 – Economia política e regulação das plataformas (Remoto)

O objetivo deste trabalho é apresentar algumas considerações para os debates sobre a regulação, particularmente aos que estão inscritos na EPC. Estas se fazem necessárias a fim de enquadrar a questão num quadro analítico e teórico adequado ao atual estado do modo de produção capitalista.

Tomaremos como base o apêndice metodológico de César Bolaño (2015), em que o autor faz considerações teóricas sobre a forma-Estado, partindo do debate derivacionista e de Ruy Fausto (1987) que também trata da temática, para, após teorizar sobre o caráter necessário da existência de uma forma política adequada às determinações do modo de produção capitalista, apontar a possibilidade de uma abordagem regulacionista. Esta forma-Estado seria capaz e necessária para não só mediar o potencial explosivo entre os conflitos capital-trabalho, mas também, por intermédio da força, garantir os contratos e a lei mesmo nos momentos em que sua transgressão pareça ser necessária para sua própria. Além disso, a atuação do Estado é funcional à acumulação capitalista por garantir a compra e venda da força de trabalho e estabelecer as regras do jogo para a atuação dos diversos capitais em concorrência.

A derivação do Estado foi seguida da adoção de uma estratégia regulacionista, visando a possibilidade do estabelecimento de um modelo para estudo e abordagem da Indústria Cultural, a forma social da comunicação adequada àquele momento do desenvolvimento capitalista (regime de acumulação fordista e modo de regulação keynesiano). Teoricamente, a adoção destas duas estratégias permitiu ao autor apontar a possibilidade de uma "regulação do conjunto", ou seja, perceber que o próprio desenvolvimento e a expansão da relação social capitalista para outros setores, bem como a incorporação da classe trabalhadora via consumo, tornava necessária a existência de uma forma social da comunicação como a Indústria Cultural, a qual, por um lado, por meio da subsunção do trabalho cultural, moldava um tipo de cultura e consumo adequados ao modo de produção capitalista, e, por outro, regulava o caráter contraditório da relação

[1] Mestre em Comunicação pela Universidade Estadual de Londrina (UEL). Jornalista do Sindiprol/Aduel – seção sindical do Andes-SN. E-mail: guilherme.bernardi1995@gmail.com.
[2] Professor associado da Universidade Estadual de Londrina. Coordenador do PPGCOM-UEL. e-mail: manoel.bastos@uel.br

economia-cultura, ou seja, da constituição de uma cultura especificamente capitalista a partir da subsunção da cultura popular por meio do trabalho cultural (Bolaño, 2015).

Sendo assim, podemos pensar no Estado e na Indústria Cultural como, em um certo sentido, formas regulativas adequadas ao modo de produção capitalista, sendo o assalariamento ou a lei modos de realização delas.

Não nos parece, entretanto, que a estratégia regulacionista persista no atual estado do desenvolvimento capitalista. Portanto, antes de retomar a algumas questões sobre a regulação, apresentaremos brevemente o contexto de surgimento e ascensão das plataformas e o porquê dessas formas particularmente nacionais, como Estado e Indústria Cultural, carecerem de condições efetivas para a regulação, seja para estabelecer as regras do jogo e a concorrência entre capitais nacionais e internacionais, como é o caso das plataformas, ou da legislação trabalhista em um momento do desenvolvimento capitalista no qual a regra é a desregulamentação.

Muitas abordagens críticas sobre o chamado "capitalismo de plataformas" partem do livro homônimo de Nick Srnicek (2016). O que poucas delas levam em consideração é a perspectiva teórica adotada pelo autor e a referência sobre a qual ele está assentado: o historiador Robert Brenner (2005) e seu trabalho a respeito da longa estagnação vivida pelos países avançados desde os anos 1970.

Isto se faz necessário pois o argumento resumido de Robert Brenner (2006) é que, desde as crises dos anos 1970 - desencadeadas pela superprodução e supercapacidade no setor manufatureiro, base sobre a qual toda a economia capitalista está assentada - enquanto as empresas incumbentes lutam para manter suas posições e novas entrantes seguem disputando o mercado existente, a superprodução e a capacidade provocaram uma queda da taxa de lucro, seguida da de investimento e, consequentemente, da de crescimento econômico em geral. Por isso, uma longa estagnação vivida nos últimos cinquenta anos. Como a economia não cresce como nos anos do *boom* do pós-guerra, a disputa se voltou para a conquista do mercado já existente e por uma disputa entre empresas, o que piorou ainda mais os fundamentos da crise.

Partindo deste argumento, Srnicek (2016) analisa que as plataformas surgem na esteira de três "respostas" das economias centrais e das empresas à crise teorizada por Robert Brenner: 1) a partir da crise de superprodução e supercapacidade, as empresas mais antigas, custosas e menos eficientes não saíram do mercado para dar lugar às novas, mais enxutas e com técnicas mais avançadas, mas mantiveram suas posições e adotaram estratégias para baratear os custos, como transferir ou terceirizar partes da estrutura produtiva (o que, vale mencionar, depende de sistemas de informação e comunicação cada vez mais sofisticados); 2) com o surgimento da então chamada "nova economia", baseada na internet, e a perspectiva de que ela pudesse retirar os países centrais do atoleiro, os altos investimentos feitos em empresas do ramo, os quais levaram à formação e explosão da bolha do "pontocom", foram responsáveis pela instalação de toda a infraestrutura básica fundamental para o funcionamento das plataformas; 3) após a crise de 2008, as medidas adotadas por vários bancos centrais foram no sentido de flexibilizar ainda mais as políticas monetárias e injetar dinheiro para prevenir a quebra generalizada, com isso e taxas de juro baixas ou próximo a zero, permanecendo a crise de supercapacidade e

superprodução industrial, investidores buscaram cada vez mais arriscadas tentativas de retornos lucrativos, injetando muito dinheiro em *startups* e empresas que prometem em algum momento apresentar lucros.

Assim, algumas questões emergem:

1) Em um cenário de superprodução e supercapacidade industrial, teria um país dependente condições de, por meio da atuação estatal, concorrer com as plataformas digitais de capital internacional?
2) Se não, seria a regulação uma forma de possibilitar a concorrência entre a tradicional Indústria Cultural nacional, particularmente a Rede Globo, e os monopólios transnacionais? Se esta resposta for afirmativa, tal projeto atende ou está em consonância com um projeto (de desenvolvimento, de superação da dependência) advindo da classe trabalhadora?
3) E se as perspectivas de regulação que balizam a maioria das abordagens forem hoje somente algo como resquícios do momento anterior do desenvolvimento capitalista?

REFERÊNCIAS

Bolaño, C. (2000). *Indústria cultural: informação e capitalismo*. São Paulo: Hucitec/Pólis.

Bolaño, C. (2015). *Campo aberto: para a crítica da epistemologia da comunicação*. Aracaju: Edise.

Brenner, R. (2006). *The Economics of Global Turbulence: The Advanced Capitalist Economies from Long Boom to Long Downturn, 1945-2005*. Londres: Verso Books.

Fausto, R. (1987). Sobre o Estado. In: Fausto, R. *Marx: Lógica e Política: Investigações para uma reconstituição do sentido da dialética* (Tomo II). São Paulo: Brasiliense.

Srnicek, N. (2016) *Platform capitalism*. Cambridge: Polity Press.

As plataformas digitais e a subsunção do trabalho no capital

Digital platforms and the subsumption of labor to capital

César Bolaño[1]
Fabrício Zanghelini[2]

Grupo de Interesse 7: Economia Política e Regulação de Plataformas

Palavras-chave: subsunção do trabalho no capital; plataformas digitais; trabalho "uberizado".

A categoria de subsunção do trabalho no capital revela-se fundamental para a compreensão dos fenômenos relacionados ao chamado capitalismo de plataformas (Srnicek, 2018). Tal categoria foi recentemente abordada por dois autores marxistas: Joyce (2020) e Oppergaard (2023), ao tratarem da temática das plataformas digitais. Embora a contribuição dos autores represente um importante avanço em relação à bibliografia corrente, é possível afirmar que existem algumas deficiências em suas argumentações. A rigor, isso ocorre porque eles tendem a ver o conceito de subsunção basicamente no sentido de subordinação, submissão e controle do trabalho pelo capital, seguindo em parte uma interpretação de Vrousalis (2017), que adota uma perspectiva mais estruturalista do que materialista-histórica, deixando de lado o aspecto central da inclusão, ou incorporação, que é o que diferencia efetivamente a exploração capitalista das formas históricas anteriores de exploração do trabalho.

Na boa interpretação de Dussel (1990), a compreensão do problema exige a articulação de dois conceitos: subsunção e exterioridade, pois, se o fundamento do capital é a autovalorização do valor, a fonte única da criatividade é sempre o trabalho vivo, uma exterioridade que precisa ser subsumida, isto é, incorporada de forma subordinada no capital. Todavia, para que aconteça o processo de reprodução do capital, é preciso preservar a sua identidade de origem, que a diferencia, no interior da totalidade constituída pelo capital, das condições objetivas do processo de trabalho, das quais o próprio trabalhador foi historicamente separado, confrontando-as como elemento estranho que o submete, controla e domina.

A subsunção formal corresponde, a um só tempo, a uma forma geral e a uma forma específica da subsunção do trabalho no capital, anterior à constituição do modo de produção especificamente capitalista. Ou seja, representa uma forma de exploração do trabalho pelo capital no interior das formações econômicas pré-capitalistas, nomeadamente no setor manufatureiro no período de transição do modo de produção feudal para o capitalista. Em poucas palavras, a subsunção formal significa uma alteração na forma de apropriação do trabalho excedente, pois, em essência, altera-se a forma de dominação do trabalho, passando de determinantes extraeconômicos, o que era característicos do regime feudal, para determinantes estritamente econômicos.

Do ponto de vista da exposição de *O capital*, em todo caso, a subsunção formal representa uma situação em que a subsunção real ainda não está posta, mas está pressuposta, desdobrando-se como potência. Ou seja, a apresentação da subsunçãoformal, na ordem da exposição, não poderia ser senão como momento de transição paraa situação em que o trabalho se encontra realmente subsumido, condição que se apresentava já plenamente constituída na realidade e, vividamente, na consciência de

[1] Professor titular aposentado da Universidade Federal de Sergipe (UFS), diretor da Revista EPTIC e coordenador do grupo de pesquisa Obscom/Cepos, do CNPq, e do projeto "Governança econômica das redes digitais", que conta com o apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP - projeto nº 2021/06992-1).

[2] Doutorando em economia pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Membro dos grupos de pesquisa Obscom/Cepos, NIEP-Marx e EPICC/CLACSO e bolsista CAPES.

Marx. O fato de que a subsunção formal leva necessariamente à real fica patente quando Marx explica que, de acordo com a própria lógica auto expansiva do capital, em algum momento o progresso técnico se apresentará como meio de superação das limitações que a pura extração da mais-valor absoluto – forma dominante no período manufatureiro – impõe à acumulação do capital.

Outro problema que se constata nas argumentações de Vrousalis (2017), Joyce (2020) e Oppergaard (2023) e é a existência de formas transitórias de subsunção. Os autores apresentam uma taxonomia de formas de subsunção do trabalho que inclui, além da formal e da real, o aparecimento desse processo desde o período transitório de organização social em que os produtores independentes trabalhavam de suas próprias casas, sem estarem ainda separados dos meios de produção. No caso do antigo sistema doméstico, é importante notar que a força de trabalho ainda não tinha se transformado em mercadoria, mesmo que houvesse a exploração ou, melhor dizendo, a espoliação do trabalho. Ou seja, nessa forma transitória "o trabalho excedente não é extorquido por coação direta ao produtor, ainda não estando este formalmente sujeito [subsumido] ao capital. Nessas formas, o capital ainda não se apossou diretamente do processo de trabalho" (Marx, 2011: 579).

Feitas essas considerações, temos como objetivo analisar o caso do trabalho mediado pela plataforma Uber. Nesse caso, não se pode falar em subsunção formal nem real do trabalho no capital, pois falta o seu fundamento, a relação salarial, e o processo de trabalho não é submetido internamente ao controle de nenhum capital. A maior parte da literatura marxista sobre o tema tem buscado definir a situação sob o conceito de salário por peça, mas o fato é que a relação de trabalho permanece sendo a simples oferta individual de serviço pessoal, de uma massa de motoristas espalhados ao redor do mundo, que é pago em dinheiro (enquanto dinheiro) pelo consumidor, e não em dinheiro (enquanto capital variável) pelo capitalista. Os ganhos da plataforma Uber, por sua vez, resultam de uma apropriação parasitária de parte do rendimento dos motoristas autônomos.

A argumentação de Oppergaard (2023) de que ocorre a subsunção formal do trabalho "uberizado", ainda que sem a subsunção real, visto que os motoristas mantêm uma autonomia substancial – embora, segundo o autor, uma vez que "as plataformas se apropriam das condições sociais e tecnológicas das produções", possa ocorrer "uma subsunção real no futuro" (Oppergaard, 2023: 3) –, é equivocada. Classificar a situação dos motoristas de aplicativo como uma forma de "subsunção de transição" seria mais adequado, mas, neste caso, uma nova dificuldade se apresenta, pois, não se tratando da transição ao capitalismo a que Marx se referia quando utilizou a expressão, não se pode tampouco definir como uma transição para qualquer tipo superior de organização social.

Por fim, é importante dizer que a apropriação parasitária realizada pela plataforma Uber representa uma forma regressiva de apropriação do trabalho excedente, mas isso não significa que o capitalismo não esteja se desenvolvendo. Pelo contrário, numa situação de crise geral, um específico tipo de capital consegue controlar o processo de trabalho externamente, obtendo a partir disso mais dinheiro na esfera da circulação, o que representa uma espécie de acumulação por despossessão ou, mais especificamente, acumulação predatória, para usar as expressões de Harvey (2004), à base do que podemos chamar, portanto, de subsunção material do trabalho "uberizado", a qual é possibilitada pela posse de um meio técnico, como é a plataforma digital.

Referências

DUSSEL, E. (1990). *El último Marx (1863-1882) y la liberación latinoamericana*. México: Siglo XXI.

HARVEY, D. (2004). *O novo imperialismo*. São Paulo: Loyola.

JOYCE, S. (2020). Rediscovering the cash nexus, again: subsumption and the labour–capital relation in platform work. *Capital & Class*, v. 44, n. 4, pp. 541–522.

MARX, K. (2011). *O capital: crítica da economia política*. Livro I. Vol. II. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

OPPERGAARD, S. M. N. (2023). Platformization as subsumption? A case study of taxi platforms in Oslo, Norway. *Capital & Class*, v. 0, n. 0, pp. 1-19.

SRNICEK, N. (2018). *Capitalismo de plataformas*. Buenos Aires: Caja Negra.

VROUSALIS, N. (2017). Capital without wage-labour: Marx's modes of subsumption revisited. *Economics & Philosophy*, v. 34, n. 3, pp. 411–438.

As nTICs e o streaming: a nova televisão e a velha mídia juntos[1] nTICs and streaming: new television and old media together

Cintia Augustinha dos Santos Freire[2]
Adilson Vaz Cabral Filho[3]

Resumo
O objetivo da pesquisa é mostrar como as emissoras de TV aberta vêm se adaptando às mudanças tecnológicas e analisar suas estratégias frente ao Streaming. São utilizados os métodos Qualitativo e Quantitativo, a partir da pesquisa bibliográfica em obras sobre Economia Política da Comunicação; além de pesquisa documental, verificando decretos, leis etc., sobre a mídia no Brasil. Verificou-se uma nova era da multiplicidade de oferta, onde cinco conglomerados privados controlam a maioria das emissoras televisivas do país; com o avanço das plataformas de streaming, a mídia televisiva migrou para a internet e criou suas próprias plataformas, estão investindo na convergência midiática e na relação do espectador/usuário com a programação de forma interativa para manter seu público no ambiente digital; a mídia tradicional apropria-se da nova televisão, onde a segmentação e a pluralidade de conteúdos vêm substituindo o modelo de uma "grade" de programação estática e homogeneizada, frente às modificações impostas pela internet e pelas nTICs.

Palavras-chave: TV aberta; audiências; algoritmos.

Abstract
The objective of the research is to show how open TV stations are positioning themselves in the face of the new television demand imposed by streaming platforms. The aim is to verify how companies have been adapting to technological changes and analyze open TV strategies in the face of new entrants. Qualitative and Quantitative methods are used, based on bibliographic research in works on the Political Economy of Communication; in addition to documentary research, checking decrees, laws, etc., about the media in Brazil. There was a new era of multiplicity of supply, where five private conglomerates controlled the majority of television stations in the country; with the advancement of streaming platforms, television media migrated to the internet and created their own platforms, they are investing in media convergence and in the viewer/user relationship with programming in an interactive way to maintain their audience in the digital environment; the traditional media typical of the new television, where segmentation and plurality of content bring the model of a "degree" of static and homogenized programming, in the face of the changes imposed by the internet and nTICs.

Key words: Open TV; audiences; algorithms**.**

[1] Trabalho enviado para o GI 7 – Economia política e regulação de plataformas, integrante do XI Seminário da Associação Latino-Americana de Pesquisadores em Comunicação – (Seminário ALAIC 2023)

[2] Mestra em Mídia e Cotidiano pelo Programa de Pós-graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC), membro do grupo de pesquisa EMERGE (CNPq/UFF), membro do grupo de pesquisa EPCC (CNPq/FCRB) e bolsista do Programa de Incentivo à Produção do Conhecimento Técnico e Científico na Área da Cultura (PIPC) da FCRB. Email: cintiaaugustinhafreire@id.uff.br

[3] Doutor e Mestre em Comunicação Social (UMESP) com Pós-doutorado em Comunicação pela Universidade Carlos III de Madrid. Professor titular do departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC) e líder do grupo de pesquisa EMERGE (CNPq/UFF) da Universidade Federal Fluminense (UFF). Cientista do Nosso Estado pela Faperj e Bolsista Produtividade de Pesquisa do CNPq (nível 2). Email: acabral@comunicacao.pro.br

Tema central

O Brasil, um país multicultural com dimensões continentais, onde mais de 90% dos lares brasileiros têm TV aberta e 70% acesso à Internet (CABRAL, 2022), cabe compreender as mudanças operadas na radiodifusão com a disrupção digital. O imbricamento radiodifusão / Internet aproxima e possibilita a mídia televisiva se expandir com a interatividade e convergência.

A priori, vem sendo o caminho assertivo para vencer os desafios impostos às emissoras pelas nTICs, que não tinham outros agentes concorrenciais. O cenário operou grandes mudanças nos próprios grupos de mídia no Brasil em toda sua cadeia produtiva. Com os diferentes serviços de plataforma disponíveis para o consumidor em formato AVOD, SVOD ou TVOD, os grupos de mídia enfrentam também um número crescente de concorrentes. De um pequeno número de canais de televisão ao significativo aumento de produtores e distribuidores com a Internet e as plataformas, estamos vivenciando uma nova era da multiplicidade de oferta (BRITTOS, 1999).

Assim, as emissoras de TV Aberta migraram para a Internet e se fazem presentes nesse novo ambiente, ampliando ainda mais a sua abrangência e influência. Para tanto, foi necessário parcerias com a indústria para a criação de novos aparelhos de televisão capazes de suportar a operacionalização dos serviços de streaming dos grupos de mídia, ou seja a nova tele(visão),

Com o surgimento das Smart TVs, há um funcionamento de forma híbrida, como uma ponte entre a transmissão da emissora aberta para a Internet. O GloboPlay, por exemplo, já sai de fábrica inserido no televisor, uma forma de derrubar a barreira existente entre o consumo linear de TV aberta e seu próprio streaming. Uma estratégia de mercado relativa ao poder concentrador entre os grupos de mídia brasileiros, que agora ocupam espaços na Internet e enfrentam oponentes, principalmente a Netflix.

Segundo Castells (1999), pode-se compreender aqui um novo paradigma econômico e tecnológico, constituído por uma tendência dominante que ocasiona uma mudança cultural, já que os efeitos das novas tecnologias têm alta penetrabilidade ao usar e tratar a informação, matéria prima das nTICs.

Shoshana Zuboff (2019, ix), aponta um cotidiano em que se há "nova ordem econômica que reivindica a experiência humana como matéria-prima gratuita para práticas comerciais de extração, previsão e vendas". Algo desejado pelas empresas, retornando ao indivíduo como informações de fins mercadológicos.

A vigilância das plataformas força uma tradução do fluxo da vida cotidiana, com suas especificidades, tudo com o que interagimos, torna-se algo que precisa ser processado. Esse cenário, de acordo com a autora, mostra a nova face do capitalismo.

Busca-se compreender as transformações que estão ocorrendo no mercado audiovisual e as estratégias que as emissoras abertas estão tomando para continuar relevante, frente ao modelo de multiplataformas, proporcionado por novos agentes no setor com o advento dos serviços streaming via Internet.

2. Objetivos

O objetivo geral da pesquisa é mostrar as mudanças que estão ocorrendo no mercado audiovisual, principalmente no que se refere ao papel que a mídia televisiva vem tomando para se manter competitivos no novo modelo de negócio, com multiplicidade de oferta em multiplataformas de streaming via Internet.

3. Discussão teórica

O problema que se coloca diz respeito às mudanças no espectro dos meios de comunicação com a disrupção digital, que possibilitou a atuação das emissoras aberta atuarem também no ambiente da internet, disputando a imersão dos usuários com

diversos concorrentes através do agendamento das audiências a partir dos dados coletados dos mesmo.

De acordo com Michel Wolff (2015) a mídia televisiva não se baseia apenas na audiência, mas também na agregação de produtos culturais que geram um outro tipo de valor para o setor. O autor afirma que a Netflix não está rompendo com a televisão, está trazendo o comportamento da televisão como forma de observação passiva para dentro das telas interativas.

A revolução da Netflix não é mudar a televisão e sim consolidar seu lugar dentro dela. Ou seja, "o desafio para a televisão não é o modelo da Netflix; pelo contrário, o desafio da Netflix é descobrir como adotar um modelo mais televisivo". (WOLFF, 2015, p.94)

Assim, as nTICs, com a emergência do streaming, não vieram para destruir a TV, mas contribuem para sua revitalização. A nova mídia é um espelho da velha mídia que trafega em um novo ambiente, um novo espaço de comunicação já capitaneado pelos grupos tradicionais de mídia, uma vantagem para eles que podem operar e monetizar nos dois mercados**.**

4. Metodologia

Nesta pesquisa são utilizados os métodos Qualitativo e Quantitativo, a partir da pesquisa bibliográfica em obras sobre Economia Política da Comunicação, além de pesquisa documental, verificando decretos, leis etc., sobre a mídia no Brasil.

5. Principais resultados

Verifica-se que no Brasil, as cinco maiores emissoras abertas do país são a Rede Globo, a Record Tv, a Rede Bandeirantes, a Rede TV! e o SBT, também se fazem presentes na Internet com
seus respectivos streamings, aprimorando um modelo de captura das atenções pelas mídias sociais desde a afirmação da Web 2.0, que "vem sendo concebida pelos grupos midiáticos contemporâneos como solução estratégica de atuação junto ao público em geral e, em especial, os usuários da Internet, mediante o agenciamento de audiências" e "potencialmente produtoras de conteúdo, que são estimulados em torno das plataformas que geram valor aos seus mantenedores de modos bastante abrangentes" (CABRAL, 2011, 154).

Os modelos de negócio na televisão sofreram mudanças de uma grade de programação estática para uma programação personalizada e individual. Entretanto, independentemente da plataforma ou formato, o fato é que a TV ainda continua tendo lugar de destaque na vida cotidiana, mesmo que esteja tudo conectado, com o novo modelo de negócio, a televisão tem papel central nos planos de comunicação das marcas e nas residências, onde estão cada vez mais sofisticados para atender à demanda do consumidor.

Cabe investigar como essa nova cultura forçou a reestruturação dos grupos de mídia televisiva para se manter competitivos no novo modelo de negócio com a presença de novos agentes depois da disrupção digital e ao mesmo a compreender como a nova tele(visão) pode ser a velha mídia.

Referências bibliográficas

BRITTOS, Valério. Cruz. (1999). A televisão no Brasil, hoje: a multiplicidade da oferta. Comunicação & Sociedade, São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, ano 20, n. 31, p. 9-34, 1999.

CABRAL FILHO, Adilson Vaz. (2011) A Web 2.0 como agenciamento de audiências pelos grupos midiáticos contemporâneos. Logos, [S.l.], v. 18, n. 1, nov. 2011. ISSN 1982-2391.

CABRAL, Eula D.T. (2022). Comunicação e cultura na era digital: entre concentração e democratização midiática. Estudios de la Paz y el Conflicto, Revista Latinoamericana, Volumen 3, Número 6, 46-57. https://doi.org/10.5377/rlpc.v3i6.13639.

CASTELLS, M. (1999) A sociedade em rede. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

WOLFF, Michael.(2015) A televisão é a nova televisão: o triunfo da velha mídia na era digital. 1a ed. Globo Livros, Rio de Janeiro, 2015.

ZUBOFF, Shoshana. (2015) Big other: surveillance capitalism and the prospects of an information civilization. Journal of Information Technology (2015) 30, pp.75-89. Palgrave Macmillan.

_____. (2019) The age of surveillance capitalism. The fight for a human future at the new frontier of power. London: Profile Books, 2019

Análise da concorrência do audiovisual, à luz da EPC brasileira, aplicada ao sistema de mídia da Alemanha[1]

Lemos da Costa, Ana Beatriz;

Laboratório de Políticas de Comunicação/Universidade de Brasília,

Pós-doutoranda no Erich Brost Institute, Technische Universität Dortmund/Alemanha,

bolsista Probral-Capes, Brasil,

anabialemos@gmail.com.

GI 7 – Economia política e regulação das plataformas

Palavras-chave: Economia Política da Comunicação; Sistema de Radiodifusão Alemão; Regulação de Plataformas digitais.

Key Words: Political Economy of Communication; German Broadcasting System; Regulation of Digital Platforms.

O artigo busca analisar a concorrência do audiovisual alemão, a partir do modelo proposto por Bolaño (2000) e dos seus desdobramentos (Costa, 2022), (Costa; Paulino, 2022), dentre os quais, o desenvolvido para explicar a articulação das plataformas digitais (Bolaño; Barreto; Valente, 2022).

Entre os objetivos principais está discutir de que maneira a contribuição teórica da EPC brasileira pode ser aplicada à Alemanha, de modo a estimular o uso dessa chave de análise teórica-metodológica a outras experiências empíricas. A partir da análise da concorrência no audiovisual, dos múltiplos atores, interesses e funções que as formas de mediação social tradicionais (rádio, TV, cinema e imprensa), juntamente com as novas formas distribuídas por meio da internet realizam, buscar-se-á contribuir com o debate sobre a necessidade de regulação desse ambiente convergente, em que as plataformas digitais ocupam papel central. Espera-se contribuir com debates sobre a democratização das comunicações e a construção de projetos nacionais e/ou regionais autônomos e soberanos econômico-político-cultural-comunicacional.

A metodologia utilizada será por meio do referencial do marco teórico desenvolvido no Brasil desde a segunda metade dos anos oitenta do século XX, no âmbito da chamada Economia Política da Comunicação e da Cultura (EPC), seguido do quadro de análise para o estudo das plataformas digitais de conteúdo para, então, aplicá-lo à realidade alemã.

Para tanto, serão utilizadas técnicas de revisão de literatura do marco da EPC brasileira, de análise de documentos oficiais como diretrizes da União Europeia (União Europeia, 2018), legislação alemã (Member States Germany, 2020), reportagens e dados oficiais sobre o sistema de mídia da Alemanha (Estatista, 2023), (Medialandscapes, 2023) e (AreaCore, 2023). Também intenta-se analisar resultados constantes do relatório da Comissão do Futuro (*Zukunftsrat*), a qual discute, dentre outros temas correlatos, a necessidade de reforma do sistema de radiodifusão pública alemã, para se posicionar no ambiente de plataformização do audiovisual.

[1] Esse artigo tem apoio e é financiado pela Capes, compondo pesquisa de pós-doutorado, desenvolvido no Erich Brost Institute, Technische Universität Dortmund/Alemanha, entre julho e dezembro de 2023, dentro do escopo do projeto "Comunicação e Democracia: Responsabilidade da Mídia, Mídia de Serviço Público, Acesso à Internet e o Direito à Informação na Alemanha e no Brasil", apoiado por Probral, programa de cooperação acadêmica Brasil-Alemanha CAPES/DAAD (Processo 88881.371423/2019-01).

Para tanto, o artigo se divide em três partes, além da introdução e considerações finais. Na primeira, será mostrado o quadro de análise do audiovisual proposto por Bolaño e seus desdobramentos para tentar explicar as alterações na configuração da estrutura de mediação social na contemporaneidade. Depois, analisaremos a estruturação do sistema de mídia alemão, contextualizando como se deu a quebra do monopólio privado do setor em 1984, a entrada de atores privados e internacionais, até apresentar o cenário atual. Na sequência, será feito um esboço do sistema de mídia alemão à luz do modelo de análise da EPC brasileira, para ajudar a visualizar os principais atores envolvidos, a articulação entre o sistema de radiodifusão pública e depois concorrentes, bem como as funções que desempenham no sistema capitalista (propaganda, publicidade e programa).

A Alemanha tem um modelo de serviço público e de usuários de TV considerado mais consolidado e com uma audiência percentualmente mais elevada que a vista no Brasil nos últimos anos, especialmente em relação a usuários de serviços de vídeos por *streaming* e de visualizações de vídeos pela internet.

Em relação à forma de estruturação, a radiodifusão alemã consiste em um sistema dual, em que coexistem os serviços prestados no regime público e no regime privado. O primeiro, consiste em um consórcio de empresas públicas regionais, financiados, majoritariamente, por meio da cobrança de taxa mensal de cada domicílio para financiamento do serviço público – além da possibilidade de obterem verbas com publicidade e, mais recentemente, verbas derivadas de assinaturas de serviços via plataformas de *streaming* e uso de dados dos usuários gerados a partir desses serviços, com uso de algoritmos, Big Data e inteligência artificial, dentre outros recursos.

Porém, esse modelo de regulação não isentou o sistema de radiodifusão alemão de enfrentar desafios comuns na contemporaneidade, como por exemplo, a concorrência com atores internacionais, a presença das plataformas digitais e da oferta crescente de serviços pela internet. Esses desafios, como apontam os estudos que priorizam a análise do contexto histórico e das mudanças no sistema capitalista nos últimos 50 anos, remontam à financeirização e à mundialização do capital, à quebra do monopólio da radiodifusão e das telecomunicações, nos anos 1980, à entrada do setor privado, nos países em que predominava o serviço público, e de atores internacionais e às mudanças no modo de regulação para mediar os interesses público, privado e estatal presentes.

Analisar o sistema de mídia alemão, à luz da EPC, acompanhar como se articulam atores tradicionais com os serviços digitais, bem como compreender como estão as discussões sobre a necessidade de regulação de plataformas e as estratégias do serviço público de radiodifusão para se posicionar nesse ambiente, podem ajudar a entender diferentes formas de regulação. Intenta-se também pensar em alternativas para além do estabelecimento de agências reguladoras, ou da adoção de um sistema de autorregulação, de cotas de conteúdo nacional, regional e local e de medidas de fomento a produções nacionais e independentes. Estes mecanismos, que no caso do audiovisual brasileiro, foram adotados no contexto de reposicionar o audiovisual no ambiente de concorrência com radiodifusão e empresas de telecomunicações (TV a Cabo e via satélite, por exemplo), apesar de algumas conquistas, não se mostraram suficientes para regionalizar, diversificar a estrutura de mercado, nem ter um servico público consolidado, tampouco são suficientes para dar conta da necessidade de re-regulamentação do sistema de mídia inserido na concorrência com as plataformas digitais.

Entre as conclusões mais importantes é que o estudo possibilitará mostrar que a Alemanha, apesar das diferenças em relação ao Brasil e a outros países latino-americanos, especialmente no que diz respeito à radiodifusão pública, apresenta problemas comuns, acerca da necessidade de regulação das plataformas digitais de audiovisual, da defesa da soberania e da cultura nacional, da pluralidade de opiniões, de valores democráticos, da literacia midiática e outros temas afetos às formas de mediação social na contemporaneidade.

Entender semelhanças e diferenças entre múltiplas realidades, podem ajudar a compreender o cenário de concorrência e a pensar em alternativas de mediação de interesses, tendo em vista que, diante do cenário de oligopólio de empresas *Big Techs*, países do Norte e Sul também se encontram em posição não privilegiada na atual disputa, liderada por EUA e China.

Referências

AreaCore. Org (2023). Disponível em: https://www.areacore.org/germany-the-german-media-system-script-en/. Acesso em 28 ago 2023.

Bolaño, C. (2000). Industria Cultural, informaçao e capitalismo. Ed. Hucitec.

Bolaño, C.; Barreto, H.; Valente, J.(2022). Para a análise teórico-metodológica das plataformas digitais como estruturas de mediação a partir da Economia Política da Comunicação. Revista Avatares de la comunicación y la cultura.

Costa, A. B. L. (2022). Velhas e novas barreiras, novos e velhos atores: descompasso entre tecnologias e regulação das comunicações no Brasil. Universidade de Brasília.

Costa, A. B. L.; Paulino, F. O. (2022). Modelo de análise do audiovisual: uma releitura de Bolaño aplicada aos serviços de streaming de audiovisual. Revista Avatares de la comunicación y la cultura.

Estatista.de (2023). Disponível em: https://de.statista.com/themen/2033/internetnutzung-in-deutschland/#topicOverview. Acesso em 28 ago 2023.

Groebel *et. al.* (1995). Bericht zur Lage des Fernsehens. Verlag Bertelsmann Stiftung.

Member States Germany (2020). Die medienanstalten - Medienstaatsvertrag (MStV). Disponível em: https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/Rechtsgrundlagen/Gesetze_Staatsvertraege/Medienstaatsvertrag_MStV.pdf.

Medialandscapes.org (2023). Disponível em: https://medialandscapes.org/country/germany. Acesso em 28 ago 2023.

União Europeia (2018). Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual (DSCSA) 2018/1808. Jornal Oficial da União Europeia.

Comunicação e eleições: uma cartografia das decisões julgadas pelo TSE na campanha presidencial de 2022

Communication and Elections:
a cartography of decisions judged by the TSE in the 2022 presidential campaign

Carlos Locatelli[1]
Renatha Giordani[2]

GI 7 – Economia política e regulação das plataformas

Palavras-chave: Eleições 2022; Comunicação; Campanha Eleitoral; TSE.

Keywords: Elections 2022; Communication; Electoral Campaign; TSE

O presente estudo apresenta as características dos processos apresentados por coligações e/ou candidaturas à presidência da república ao Tribunal Superior Eleitoral (TSE) no primeiro e segundo turno da eleição de 2022.

Parte de uma perspectiva teórica que considera o período eleitoral como um ambiente propício à controvérsia e judicialização da política (TATE; VALLINDER, 1995; MORAES, ANDION e PINHO, 2017), às estratégias de *veto points* dos candidatos *(*TAYLOR; DA ROS, 2008), ao papel "esclarecedor" do judiciário em eleições (MARCHETTI, 2008), especialmente em um momento de metamorfose da esfera pública (MENDONÇA; AGGIO, 2021).

As transformações informacionais da sociedade contemporânea deram um novo lugar para a comunicação na política, especialmente na fase das campanhas eleitorais: A comunicação é agora protagonista do processo político (ITUASSÚ et. al., 2022). Nesse novo ambiente, o foco de candidatos e partidos é induzir e atingir a opinião pública dos eleitores, altamente conectada por arenas de conversação, com métodos que vão da argumentação racional à produção e disseminação de fake news e a construção de um império de desinformação digital (GOMES, 2014).

Neste ringue de disputas, as instituições e os atores políticos buscam apoio da opinião pública por meio dos assuntos que os sujeitos acreditam ter impacto nas eleições.

[1] Professor do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, Posjor/UFSC. Email: locatelli.jor@gmail.com.
[2] Jornalista, mestre e doutoranda em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Bacharel em Jornalismo (UNICENTRO). renathagiordani@gmail.com

Nas disputas, uma das estratégias dos candidatos é buscar no judiciário respaldo para atuar e deslegitimar os adversários na esfera pública, não demanda sequer uma expectativa de vitória judicial uma vez que os atores políticos fazem uso dos tribunais como *veto points*.

Com este cenário em vista, o presente estudo se concentra na catalogação de todas as 1.764 ações impetradas no Tribunal Superior Eleitoral (TSE) durante o primeiro e o segundo turno das eleições de 2022. Os procedimentos metodológicos contemplam a catalogação quantitativa e descritiva das ações com as mesmas variáveis para se obter uma compreensão ampla das disputas judiciais, identificar e isolar dados relevantes.

Principais resultados, reflexões e conclusões

- ➔ As disputas em torno da comunicação foram elevadas nos dois turnos em relação ao total de ações e cresceram do primeiro turno (42,1%) para o segundo turno (59,6%).
- ➔ Os processos por cargo mostraram a centralidade da disputa nos cargos para presidência, sendo 202 no primeiro turno e 402 no segundo turno.
- ➔ A natureza das ações que envolvem comunicação esteve centrada em Propaganda Política - Propaganda Eleitoral, correspondendo a 73,7% dos casos no primeiro turno e 49,38% no segundo turno.
- ➔ Notou-se uma relevância da categoria Direito de Resposta no segundo turno (48,14%), isso porque em determinado momento da campanha, quando o TSE pediu para que ambos os lados encerrarem a briga por direito de respostas em inserções de televisão[3]. As ações podem ser vistas como estratégia de campanha tanto para compor o *veto point* como para retirar o foco de campanhas virais de desinformação.
- ➔ Em relação às subcategorias das Naturezas das ações, no primeiro turno, a maior parte dos casos (29,3%) dizem respeito a propagandas realizadas antes do início do período eleitoral, seguidas de divulgação de notícias sabidamente falsas (25,3%). Já no segundo turno, para além do direito de resposta, as subcategorias com maior número de ações são Internet (13,4%); Televisão (8,7%) e Divulgação de Notícias Sabidamente Falsa (8,4%).
- ➔ Percebeu-se ampla variedade de tipos de infrações eleitorais. Entre as mais comuns estão a propaganda eleitoral antecipada, a divulgação de informações falsas ou

[3]https://oglobo.globo.com/politica/eleicoes-2022/noticia/2022/10/tse-busca-acordo-entre-campanhas-de-lula-e-b olsonaro-para-encerrar-guerra-por-direito-de-resposta-em-insercoes-na-tv.ghtml

enganosas, a disseminação de fake news, a utilização indevida dos meios de comunicação, a compra de votos e a prática de abuso de poder econômico oupolítico.

- ➔ No primeiro turno foi possível catalogar o tempo entre a data do acontecimento e a publicação da decisão, superior a 10 dias na maioria dos casos, implicando em dano significativo caso a ação tenha sido julgada procedente. No segundo turno não foi possível obter esta informação nas argumentações dos autores. A falta dessa informação demonstra que a internet possui uma difícil identificação da cronologia de um fenômeno, ainda mais quando se trata de ações que precisam ser instantâneas.
- ➔ Quanto à titularidade dos autores e réus, no primeiro turno percebeu-se uma concentração nos candidatos Luiz Inácio Lula da Silva e sua coligação e Jair Messias Bolsonaro e sua coligação (80% dos processos). Nos dois turnos, Bolsonaro e a Coligação Pelo Bem do Brasil aparecem como réus em mais ações do que Lula e a Coligação Brasil da Esperança.
- ➔ Do total de ações,67,32% têm como autores os candidatos Jair Bolsonaro e Luiz Inácio Lula da Silva, seus partidos, coligações e atores políticos vinculados a eles. Esses atores também figuram como réus em 56,93% dos casos.
- ➔ Em relação aos processos relacionados à comunicação ligados às estratégias políticas, com destaque para a propaganda eleitoral e a disseminação de notícias falsas. Os candidatos e coligações de Lula e Bolsonaro foram os principais envolvidos nas ações, e houve uma presença significativa de empresas de comunicação tradicionais e plataformas digitais nos processos.
- ➔ As empresas de comunicação tradicionais foram diretamente citadas apenas em 39 ações no primeiro turno e em 22 no segundo, geralmente relacionadas a danos à honra e imagem dos candidatos. As plataformas digitais estiveram envolvidas em mais processos, 39 ações no primeiro turno e 29 ações, principalmente relacionados à disseminação de notícias sabidamente falsas.
- ➔ As redes são mais processadas que as empresas de jornalismo. Entre as empresas de jornalismo mais processadas estão a Jovem Pan e outros alinhados à campanha de Jair Bolsonaro. As emissoras que compõem o que se convencionou chamar de

"jornalismo hegemônico" (Globo, Folha de São Paulo, Estado de São Paulo etc) forammenos processadas.

➔ As redes sociais e empresas de comunicação estiveram envolvidas em 81,25% dos processos analisados, seja como réus ou como depositários de conteúdo de terceiros.

Percebe-se do primeiro para o segundo turno a ampliação de questões como a divulgação de notícias falsas, propaganda extemporânea e desinformação. Isso reflete a crescente importância das redes sociais e da internet como plataformas de disseminação de informações durante as eleições, bem como a necessidade de combater práticas que possam comprometer a integridade do processo eleitoral.

Referências

GOMES, Wilson. (2014). Dinâmicas e estruturas da esfera pública contemporânea: a esfera pública além da deliberação pública. Mutações no espaço público contemporâneo. São Paulo: Paulus, p. 177-214.

ITUASSU, Arthur; PECORARO, Caroline; CAPONE, Leticia; LEO, Luiz; MANNHEIMER, Vivian. (2022) Mídias Digitais, Eleições e Democracia no Brasil: Uma Abordagem Qualitativa para o Estudo de Percepções de Profissionais de Campanha. Dados, v. 66.

MARCHETTI, Vitor. (2008). Governança eleitoral: o modelo brasileiro de justiça eleitoral. Dados, – Revista de Ciências Sociais, Rio de Janeiro, Vol. 51, no 4, pp. 865 a 893.

MENDONÇA, Ricardo Fabrino; AGGIO, Camilo de Oliveira. (2021). As metamorfoses da esfera pública ou a nova mudança estrutural. Em: , 2021. 45o Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais - Anpocs. [S. l.: s. n.].

MORAES, Rubens Lima; ANDION, Carolina; PINHO, Josiani Lúcia. (2017) Cartografia das controvérsias na arena pública da corrupção eleitoral no Brasil. Cadernos EBAPE.BR, v. 15, p. 846-876.

TATE, C. Neal; VALLINDER, Tornbjorn. (1995) The global expansion of judicial power. Nova Iorque: New York City University Press.

TAYLOR, Matthew M.; DA ROS, Luciano. (2008). Os partidos dentro e fora do poder: a judicialização como resultado contingente da estratégia política. Dados, v. 51, p. 825-864.

PL 2630 nos portais evangélicos: disputa entre censura e fake news
PL 2630 in evangelical portals: dispute between censorship and fake news

Manoela Mayrink[1]
Marcela Barba[2]

GI 7 – Economia política e regulação das plataformas

Palavras-chave: Religião e política; PL das fake news; PL da censura
Keywords: Religion and politics; Fake News bill; Censorship Bill

A partir da progressiva atividade e ocupação do segmento religioso evangélico na política (Goldstein, 2020; Prandi et al., 2019), a exemplo de sua crescente presença no Congresso Nacional com a sonora Frente Parlamentar Evangélica (Prandi & Santos, 2017), assim como suas atenções às mídias tradicionais e digitais (Cunha, 2019; Martino, 2015), esta pesquisa objetiva analisar de que forma portais gospels, de elevado número de acessos, veicularam notícias relativas à votação do PL2630, que institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. O texto da lei cria medidas de combate à disseminação de conteúdo falso nas redes sociais e nos serviços de mensagens privadas, tendo como objetivo "estabelecer normas, diretrizes e mecanismos de transparência para provedores de redes sociais, ferramentas de busca e de serviços de mensageria instantânea através da internet, assim como diretrizes para seu uso" (Brasil, 2022). A partir de um corpus de 73 notícias, objetivamos identificar o que caracteriza estes conteúdos, levando em consideração a postura dos portais no que tange à discussão sobre a regulamentação das plataformas. Esta análise interessa-nos por favorecer a compreensão sobre como portais religiosos – que não são voltados exclusivamente à política – interseccionam uma discussão do âmbito público no contexto religioso. A partir do mapeamento dos cinco portais evangélicos com mais acessos no Brasil, segundo dados disponíveis na plataforma SimilarWeb, selecionamos os portais Pleno News, Fuxico Gospel, Gospel Mais, GuiaMe e Gospel Prime, que somaram mais de 5 milhões de

[1] Jornalista, mestre e doutoranda em Comunicação (PPGCOM/UFF). É membro do Laboratório de Mídia e Democracia (Lamide/UFF) e bolsista Capes. E-mail: manoelamayrink@id.uff.br

[2] Doutoranda em comunicação pelo PPGCOM/UFF; Mestra pelo PPGCOM/UFPR; bolsista Capes. É integrante do Laboratório de Mídia e Democracia (LAMIDE-UFF) e do Grupo de Pesquisa TELAS: cinema, televisão, streaming, experiência estética (PPGCOM - UTP); E-mail: marcelabarba@id.uff.br

acessos durante abril de 2023. As palavras-chave buscadas foram “PL2630”, “PL das Fake News” e “PL da Censura”, durante o período de 21 de abril de 2023 – data do primeiro comunicado do Google pedindo mais tempo de discussão antes da votação na Câmara - até 22 de maio de 2023, quando as reportagens sobre o tema começam a sumir dos portais após o adiamento da votação. Com base na análise de conteúdo (Bauer, 2008), classificamos as notícias encontradas nas seguintes variáveis: como se referem ao PL, (2630/Censura/Fake News); postura em relação ao PL; presença de críticas ou defesas, assim como quais tipos prevaleceram – se político ou religioso; menções à “liberdade de expressão”; e políticos citados. A partir disso, buscamos compreender como se caracterizam as notícias sobre a regulação das mídias nestes portais religiosos. Com base em análise prévia realizada, verifica-se que 79% das matérias citam o termo “PL da Censura”, enquanto o termo “PL das Fake News” – popularmente usado por defensores da regulação das plataformas – aparece em 58% das notícias. Uma diferença significativa de 21 pontos percentuais, indicando a preferência destes portais – dado que o termo “PL da Censura” é a escolha dos principais críticos à lei, desde políticos contrários até mesmo plataformas como o Telegram, que afirmou que tal projeto “concede poderes de censura ao governo”[3]. Em seguida, observamos as posturas em relação ao PL 2630: 70% das notícias são contrárias a ele e apenas 5% são favoráveis. As críticas se sobressaem especialmente a partir de um viés político (64%), como defesa das plataformas e receio da perda de liberdade de expressão. No âmbito religioso (36%), destaca-se o alerta para uma possível censura a versículos bíblicos e perseguição religiosa. Orlando Silva é o político mais citado (29%), previsto por ser relator do PL, porém é reiteradamente associado como comunista ou deputado do Partido Comunista. Por fim, 62% das notícias trazem o termo “liberdade de expressão”, contraponto ao que a dita censura implicaria à população. Os dados apresentados são resultados preliminares; no texto completo serão incluídas comparações a demais variáveis, a exemplo de diferenças de atuação entre os portais. Ao interseccionar religião, mídia e política, este trabalho reflete como esta histórica relação, antes com protagonismo católico, se dá no presente, tendo como foco a discussão sobre a regulamentação das plataformas, uma pauta política levada ao seio religioso evangélico. Sublinha-se que não faz parte dos objetivos deste artigo afirmar se o PL 2630 apresenta-se de forma adequada ou falha, nem se está pronto para ser votado ou não. Mas sim visualizar de que forma ele foi apresentado pelos portais evangélicos

[3] Ver em: Ver em: https://www.poder360.com.br/brasil/leia-a-integra-da-mensagem-do-telegram-criticando-o-pl-das-fake-news/

com maior número de acessos. Os evangélicos estão na política e na mídia, tornando-se um grupo de relevância crescente, logo faz-se necessário verificar suas atuações no que tange às pautas de interesse público. Todos os portais aqui analisados, os quais somaram mais de 5 milhões de acessos mensais, publicaram algo sobre o PL2630 e sua possível consequência para o público religioso cristão. Embora com variação em quantidade, por conta do estilo específico de cada portal, o tema figurou em todos eles. A política ganhou - e ganha - um espaço importante, atrelada às discussões sobre censura e religiosidade, numa demonstração de que, também para este grupo, a política precisa ouvir e atender seus anseios - e os cristãos estão dispostos a tomar a frente do debate.

Referências

Bauer, M. W. (2008). Análise de Conteúdo Clássica: Uma Revisão. In *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático* (7th ed.). Vozes.

Projeto de Lei nº 2630/2020. SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 2.630, DE 2020, Câmara dos Deputados (2022). https://www.camara.leg.br/midias/file/2022/03/fake.pdf

Cunha, M. D. N. (2019). Os processos de midiatização das religiões no Brasil e o ativismo político digital evangélico. *Revista FAMECOS*, *26*(1), 30691. https://doi.org/10.15448/1980-3729.2019.1.30691

Goldstein, A. A. (2020). *Poder evangélico: Cómo los grupos religiosos están copando la política en América* (1st ed.). Marea.

Martino, L. M. S. (2015). A mediatização do campo religioso: esboço de uma síntese possível. *Comunicação & Informação*, *18*(2), 6–21. https://doi.org/10.5216/36190

Prandi, R., & Santos, R. W. dos. (2017). Quem tem medo da bancada evangélica? Posições sobre moralidade e política no eleitorado brasileiro, no congresso nacional e na frente parlamentar evangélica. *Tempo Social*, *29*(2), 187–214. https://doi.org/10.11606/0103-2070.ts.2017.110052

Prandi, R., Santos, R. W. dos, & Bonato, M. (2019). Igrejas evangélicas como máquinas eleitorais no Brasil. *Revista USP*, *120*, 43–60.

A Globo no Mercado Brasileiro de *Streaming*[1]

SANTOS, Verlane Aragão
Universidade Federal de Sergipe, Brasil
velorca2010@gmail.com

GI 7 – Economía política y regulación de plataformas

Palavras-chave: Globo *Play*, função programa, padrão técnico-estético

O objetivo da investigação é acompanhar a atuação de um ator histórico no mercado brasileiro de televisão, a Globo, no âmbito de sua atuação como plataforma de *streaming*, a partir de sua operação neste mercado com a Globo *Play*. Em artigo recente (Santos; Amado, 2023), nós apresentamos resultados sistematizados, sobre os dados disponíveis sobre os serviços de *vídeo on demand* e *streaming* no Brasil, onde destacamos: a preponderância de empresas de origem estadunidense (81,25%); a importância do mercado brasileiro no total de audiência destas plataformas; a elevada receita estimada destas empresas, frequentemente na casa de dezenas de bilhões; o rápido e exponencial aumento de usuários da plataforma Globo *Play*, considerando sua entrada tardia no mercado; e o crescente aumento destas plataformas na contabilização do *share* de audiência televisiva, já ultrapassando os 20%. Uma hipótese construída, então, e para a qual nos voltamos na nova fase de estudo, em conformidade ao modelo analítico proposto por Bolaño; Barreto; Valente (2022) e que pretendemos aperfeiçoar para o funcionamento das indústrias de audiovisual, é que a diferença competitiva da Globo nesse mercado está relacionada ao *know how* da empresa, constituído por décadas, de produção de conteúdo nacional. A argumentação trazida em nossa hipótese não desconsidera, ao contrário toma como pressuposto, os limites impostos pela forte concentração econômica representada pelas plataformas digitais no mundo, com capacidade incomparável de processar e controlar fluxos de informação, com impactos de várias ordens, inclusive de intervenção na soberania dos Estados Nacionais. O mercado de consumo brasileiro torna-se, desta forma, alvo privilegiado de atuação de *global players*, na esteira da lógica transnacional de operação do capital, subordinada à lógica financeira (Chesnais, 1996). Padrões técnicos, de concorrência e de regulação representam elementos analíticos fundamentais para a apreensão de um mercado que, sob a proposta aqui levada, deve ser observado na esteira e na redefinição de um mercado consolidado, o da televisão, em termos de audiência, e sob a lógica da convergência tecnológica, institucional e concorrencial

[1] Este material compõe plano de trabalho voltado ao acompanhamento da atuação das plataformas digitais na produção e distribuição de conteúdo cultural em mercados selecionados, considerando aspectos concorrenciais e regulatórios, integrante do projeto "A governança econômica das redes digitais: para uma análise dos mercados e da concorrência da Internet e seus impactos sobre os direitos dos usuários", desenvolvido no âmbito do Observatório de Economia e Comunicação da Universidade Federal de Sergipe (OB OBSCOM/UFS), com financiamento da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP).

(Santos, 2012), a partir da ideia de um mercado brasileiro de *streaming*, no âmbito do chamado Capitalismo de Plataforma. Incorporando a leitura crítica desta como de outras acepções, adotamos a abordagem da Terceira Revolução Industrial, entendida como resposta no âmbito do sistema a uma crise estrutural evidenciada a partir da década de setenta e que viria a remodelar forças produtivas e relações sociais atingindo diferentes setores e diversas dimensões da vida, da doméstica ao interior das fábricas, do trabalho, passando pelas relações interpessoais, tendo como aspecto tecno-produtivo fundante o desenvolvimento das tecnologias da informação e da comunicação (TIC) digitais, de base microeletrônica. As plataformas digitais passam, assim, a assumir papel preponderante no processo de mediação social como fenômeno que rompe velhos padrões de desenvolvimento das indústrias culturais, ao integrar a função interação (Figueiredo; Bolaño, 2017), ao mesmo tempo incorporando as funções propaganda, publicidade e programa, inerentes à Velha Indústria Cultural (Bolaño, 2000). Ator histórico no mercado brasileiro de televisão, a Globo, com um padrão técnico-estético estabelecido (Bolaño, 2004; Bolaño; Brittos, 2005; Brittos, 2001; 2022), o que lhe garantiu expressivos índices de audiência e participação majoritária no bolo publicitário, enfrenta, a partir dos anos 2000, forte concorrência no mercado da TV aberta e reorienta sua oferta de conteúdo audiovisual (novo e de acervo), com uma administração de seu portfólio sob a lógica financeira, para multiplataformas, no primeiro momento na incorporação da TV por assinatura e mais recentemente ganhando espaço no mercado de *Video on Demand*, podendo enfrentar gigantes mundiais da economia de plataformas. O seu braço no *streaming*, a Globo Play, lançada em 2015 – a Netflix, primeira empresa do ramo a chegar no Brasil, atua aqui desde 2011 –, alcança em 2023 o primeiro lugar em termos de usuários, o que aponta para sua capacidade em atuar no mercado nacional. Tomando como referência os aspectos identificados no modelo analítico de Bolaño; Barreto; Valente (2022) e observando em destaque a capacidade apontada pelos autores de as plataformas operarem "lógicas econômicas, práticas culturais e normas diversas, a partir das quais esses sistemas promovem uma mediação ativa na realização dessas interações e transações" (p. 6), apontamos que no caso das plataformas de *streaming*, estas se colocam também como agenciadoras da produção de conteúdo, incorporando a função programa. Na atuação em mercados locais, estas empresas buscam parcerias e aquisições de produtos audiovisuais nacionais, não obstante a maior parte dos catálogos disponíveis corresponder a conteúdo cultural de características do país de origem da plataforma. Aqui, temos dois elementos de análise apontados pela EPC referentes à função programa, referida acima, a partir da qual as plataformas "operam práticas culturais", arregimentando a atividade de produção com a mobilização de recursos, em especial o trabalho cultural - representado por diretores, roteiristas, atores, cenógrafos, entre outros -, que exerce de fato a mediação simbólica, que permite a Indústria Cultural atrair público, baseada em identificação e reconhecimento (Bolaño, 1997; 2000; 2002). Derivado disso, a atuação em mercados locais por empresas transnacionais demanda a identificação no plano da concorrência das empresas locais de trajetória exitosa, ou seja, que foram capazes de constituir historicamente padrões técnico-estéticos (Bolaño, 2004), resultando em oferta de produção cultural com sucessos de audiência, e que atravessaram a hegemonia da televisão aberta e que podem se projetar, com o devido investimento, privado ou subsidiado, dentro de uma estratégia ampliada de transição para os sistemas digitais. A Globo assim tem se apresentado, um caso que não tem se repetido em outros países, como na Argentina, por exemplo (Rivero; Rossi, 2022). Ademais, a Globo, com

poderosos jogos de lobby, teve seus interesses acolhidos na medida que a regulação da radiodifusão se manteve separada daquela relacionada às telecomunicações, mantendo protegida sua posição em relação às concorrentes internacionais. No caso das plataformas, a falta de regulação pode ser um elemento importante a ser observado, dado que as barreiras à entrada como efeito ao padrão técnico-estético exitoso da Globo poderão ou não ser o elemento fundamental no plano da concorrência, num país que se ressente de um ambiente menos limitado para a produção e distribuição de conteúdo audiovisual nacional e para a capacidade criativa e de exercício político mais amplo.

Referências

Bolaño, César. 1997. La Génesis de la Esfera Pública Global. *Revista Nueva Sociedad*, 147, Caracas.

_____. 2000. *Indústria Cultural, Informação e Capitalismo*. São Paulo, Hucitec.

_____. 2002. Trabalho intelectual, comunicação e capitalismo. *Revista da Sociedade Brasileira de Economia Política*. Rio de Janeiro, RJ, n. 11, p. 53-78.

_____. 2004. *Mercado Brasileiro de Televisão*. São Cristóvão, ED. UFS. (Edição revisada).

Bolaño, César; Barreto, Helena; Valente, Jonas. Para a análise teórica metodológica das plataformas digitais como estruturas de mediação a partir da Economia Política da Comunicação. *Avatares de la Comunicación y la Cultura*. n. 24, 2. Disponível em: https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/avatares/article/view/7615/pdf.

Bolaño, César; Brittos, Valério. 2005. *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia*. São Paulo: Paulus.

Brittos, Valério. 2022. *Estudos Culturais, Economia Política da Comunicação e o Mercado Brasileiro Televisão*. Buenos Aires: Clacso. Disponível em: https://www.clacso.org/wp-content/uploads/2022/07/Estudos-culturais.pdf.

_____. 2001. *Capitalismo contemporâneo, mercado brasileiro de televisão por assinatura e expansão transnacional*. (Tese de Doutorado – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia-UFBA, Salvador).

Chesnais, François. 1996. *A Mundialização do Capital*. São Paulo: Xamã.

Figueiredo, Carlos; Bolaño, César. 2017. Social Media and Algorithms: Configurations of the Lifeworld Colonization. *New Media. International Review of Information Ethics*, [S. l.], v. 26, p. 26-38.

Rivero, Ezequiel; Rossi, Diego. 2022 Qué políticas para qué desarrollo audiovisual. La posibilidad regulatoria nacional de las plataformas globales de video a demanda**.** *Avatares de la Comunicación y la Cultura*. n. 24, 2. Disponível em: https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/avatares/article/view/7618.

Santos, Verlane. 2012. Dimensões e Implicações da Convergência Tecnológica no Macrossetor das Comunicações. *Políticas de Comunicação e Sociedade*. São Paulo, Intercom, p. 18-35.

Santos, Verlane; Amado, Amado. 2023. As Plataformas no Mercado Brasileiro de Streaming, a partir do modelo analítico da EPC. Trabalho apresentado no GP Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura, evento do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

GI 8 - “Ficción Televisiva y Streaming”

Religião na política e nas telas: O Brasil pré e pós Bolsonaro em *DivinoAmor* (2019) e *Medusa* (2023)

Religion in politics and on screens: Brazil pre and post Bolsonaro in *DivinoAmor* (2019) and *Medusa* (2023)

BARBA, Marcela

Universidade Federal Fluminense (UFF). Brasil

marcelabarba@id.uff.br.

RIOS, Fernanda

Universidade Tecnológica do Paraná (UTFPR). Brasil

fra1612@gmail.com

GI 8 – Ficção Televisiva e Streaming (Remoto)

Palavras-chave: Cinema Brasileiro. Divino Amor. Medusa.
Keywords: Brazilian Cinema. Divino Amor. Medusa.

Resumo expandido

Partindo da concepção que o produto midiático, como as telenovelas, os filmes e as séries, podem ser compreendidos como elementos do campo do sintoma (Braga, 2011), esta pesquisa tem como objetivo refletir de que forma um Brasil pré e pós Jair Bolsonaro se dá a ver a partir de dois longas metragens brasileiros, lançados antes e depois de sua gestão (2019-2022). Para isso, focalizamos especialmente no viés conservador-religioso, notadamente evangélico, exaltados em suas campanhas de 2018 e 2022, bem como reiterados ao longo de sua gestão, a exemplo da indicação de um Ministro "terrivelmente evangélico" para o Supremo Tribunal Federal (STF)[1]. Recordamos, ainda, como seu governo evidenciou sua predileção pelas forças armadas e teve como forte característica um viés negacionista no que tange à pandemia da Covid-19. Com base nisso, os dois filmes selecionados para a análise são *Divino Amor*, de Gabriel Mascaro, lançado em 2019, e *Medusa*, de Anita Rocha da Silveira, lançado em 2023. *Divino Amor* está atualmente disponível nas plataformas de *streaming* GloboPlay[2] e Claro TV+, pelo Canal Brasil[3]. Enquanto *Medusa* está na GloboPlay[4] e Prime Video, ambos no canal

Telecine[5]. Longas metragens que alcançaram, respectivamente, 26.623[6] e 2.638[7] espectadores no cinema, circulando em apenas 70 e 21[8] salas, encontram nestas plataformas de *streaming* a possibilidade de democratização de acesso às obras. Sublinha-se que esta baixa circulação dos filmes nacionais em salas de cinema do país, em relação à distribuição massiva de *blockbusters*, pode ser observada a partir dos hábitos culturais de consumo mais recentes[9], no qual as produções locais participam apenas com uma cota de tela[10]. Assim, os *streamings* podem ser compreendidos como formas de oportunizar novas possibilidades e elos entre a experiência estética (Braga, 2010) e competência midiática (Borges et al, 2022). Relativo aos longas selecionados, *Divino Amor* (Gabriel Mascaro, 2019) nos apresenta Joana (Dira Paes), uma cristã fervorosa, que vive entre as regras do Estado e as doutrinas da religião. Enquanto *Medusa* (Anita Rocha da Silveira, 2021) coloca em tela Mariana (Mari Oliveira), jovem cristã que, junto de seu grupo de amigas, utiliza da violência para reprimir mulheres com comportamentos que destoam da perfeição pregada pela doutrina de fé pregada em sua religião. Se em *Divino Amor* (2019) temos um futuro distópico, no qual os recursos tecnológicos medeiam e controlam ideias e corpos, assim como pregam determinadas correntes religiosas, em *Medusa* (2021) o contexto é "mais próximo da realidade"[11] do tempo presente. Tais perspectivas se apresentam, inclusive, no neon rosa, presente nas duas obras. Em *Divino Amor* (2019) tal cor se dá em um ambiente religioso flexível e permissivo para determinadas transgressões sexuais, pois são voltadas à concepção. Já em *Medusa* (2021) esta cor é voltada à vigilância, apresentando um neon que indica um viés mais sombrio da religião sobre a vida das personagens. Enquanto em um a força é tecnológica, no que pode vir a acontecer, no outro está a força física e o uso de armas brancas e de fogo. O Brasil do pós-golpe de Dilma Rousseff – permeado por uma votação repleta de menções a Deus e à família (Prandi & Carneiro, 2018) – se dá a ver em *Divino Amor* (2019), uma distopia que reflete o temor do pior que poderia ainda acontecer. Enquanto o Brasil que presenciou a vitória e gestão de Bolsonaro está em *Medusa* (2021), deixando de lado a distopia – o medo do futuro - para uma realidade paralela e presente, a qual é conservadora, mesclando discurso religioso à tentativa de controle por meio da não aceitação dos diferentes, como observado nas reiteradas vezes em que o presidente afirmou que "as minorias devem se adequar às maiorias"[12]. Refletir sobre como esses longas representam o país nos ajudam a observar como os imbricamentos político-religiosos, históricos no país, se perpetuam a partir de novos personagens, seja na figura de um presidente que se vale dela, seja na filmografia que retrata as vivencias de um período de crise e tendências conservadoras.

Referências

Borges, G., Sigiliano, D., Ramos, E., Vieira, L., Garcia, J., Guida, V., Furtuoso, G., Soares, M., & Santos, N. Z. (2022*). A qualidade e a competência midiática na ficção seriada contemporânea no Brasil e em Portugal* (1ª ed.). Grácio Editor.

Braga, J. L. (2010). Experiência estética & mediatização. In B. Leal (Org.), *Entre o Sensível e o Comunicacional* (pp. 73-87). Editora Autêntica.

Braga, J. (2011a). Constituição do Campo da Comunicação. *Verso e Reverso*, 25(58), 62-77. https://revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/view/924/147

Cesar, L. de O., & Saldanha, P. G. (2019). Pastor Silas Malafaia e o uso estratégico das mídias digitais: o novo púlpito religioso no cotidiano midiatizado. *Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde*, 13(1), 172-190.

Prandi, R., & Carneiro, J. L. (2018). Em nome do pai: Justificativas do voto dos deputados federais evangélicos e não evangélicos na abertura do impeachment de Dilma Rousseff. *Revista Brasileira de Ciencias Sociais*, 33(96). https://doi.org/10.17666/339603/2018

[1] Ver em: https://www.cnnbrasil.com.br/politica/bolsonaro-cita-terrivelmente-evangelico-e-parabeniza-mendonca-no-stf/
[2] Disponível em: https://globoplay.globo.com/divino-amor/t/mq9c2stdsM/
[3] Disponível em: https://www.clarotvmais.com.br/filme/divino-amor/889221
[4] Disponível em: https://globoplay.globo.com/medusa/t/gYTmgTSGm8/
[5] Disponível em: https://www.primevideo.com/detail/Medusa/0LTP1E0UBY64YH3I3IC4GCXTXK
[6] Público de Divino Amor (Gabriel Mascaro; 2019) no ano de exibição segundo o Painel Indicadores do Mercado de Exibição da Agência Nacional do Cinema – ANCINE. Disponível em: https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/Paineis%20Interativos/painel-indicadores. No Anuário Estatístico doCinema Brasileiro 2019, o público foi deste filme foi 35.730 pessoas. Disponível em: https://www.gov.br/ancine/ptbr/oca/publicacoes/arquivos.pdf/anuario_2019.pdf
[7] Público de Medusa (Anita Rocha da Silveira, 2021) no ano de exibição segundo o Painel Indicadores doMercado de Exibição da Agência Nacional do Cinema - ANCINE. Disponível em: https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/Paineis%20Interativos/painel-indicadores
[8] Números de salas de exibição dos filmes Divino Amor (Gabriel Mascaro; 2019) e Medusa (Anita Rocha da Silveira, 2021) no ano de exibição segundo o Painel Indicadores do Mercado de Exibição da Agência Nacionaldo Cinema - ANCINE. Disponível em: https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/Paineis%20Interativos/painel- indicadores
[9] Dados da Pesquisa Hábitos Culturais: expectativa de reabertura e comportamento digital, lançada em setembro 2020 e da pesquisa Hábitos Culturais II, de junho de2021, ambas realizadas pelo do Observatório Itaú Cultural eDatafolha. Conteúdos disponíveis em: https://portalassets.icnetworks.org/uploads/attachment/file/100597/habitos_culturais.pdf e https://portalassets.icnetworks.org/uploads/attachment/file/100847/Pesquisa_H%C3%A1bitos_Culturais_-_divulga%C3%A7%C3%A3o_cred.pdf

[10] Cota de Tela é uma obrigação dos exibidores em incluir obras cinematográficas brasileiras de longa-metragem em sua programação. Disponível em: https://www.gov.br/ancine/pt-br/acesso-a-informacao/perguntas- frequentes1/cota-de-tela

[11] Fala da diretora Anita Rocha da Silveira. Disponível em: https://exame.com/casual/medusa-ou-como-as- premissas-evangelicas-se-propagam-no-brasil/

[12] Ver em: https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2022/07/15/bolsonaro-defende-falas-transfobicas-minorias-tem-que-se-adequar.htm

De AmarElo a Medida Provisória: afrofuturismo como ferramentaantirracista na comunicação audiovisual

"From AmarElo to Medida Provisória: Afrofuturism as an AntiracistTool in Audiovisual Communication"

Alana Augusto da Cunha
alana.mjac@gmail.com
Juliana Santos Barbosa
jsbcomunicacao@gmail.com
Universidade Federal do Paraná, PR - Brasil

GI 8 – Ficção Televisiva e Streaming (Remoto)

RESUMO EXPANDIDO

O interesse em realizar esta pesquisa surge de uma motivação empírica, enquanto mulher negra, resultante do incômodo em relação à ausência de representação de pessoas negras nas produções audiovisuais, assim como da escassez de abordagens que valorizem a estética, cultura e história da comunidade negra. Faz-se necessário investigar como o campo da comunicação audiovisual pode contribuir para a promoção da representatividade e para a construção de uma perspectiva antirracista, que possibilite o fortalecimento da identidade racial e a conscientização sob uma ótica decolonial.

O objetivo geral deste trabalho consiste em investigar o conceito de afrofuturismo como uma ferramenta antirracista na comunicação audiovisual, utilizando como estudo de caso as obras "AmarElo - É Tudo Pra Ontem" (Amarelo, 2019) e "Medida Provisória" (Medida Provisória, 2021). Busca-se, através dessa análise, comprovar a importância dessas obras no contexto da representação e valorização das pessoas negras no âmbito da comunicação audiovisual, pois "O afrofuturismo é uma ferramenta que empodera e auxilia na identificação negra, porque instiga a pensar numa perspectiva de futuro negro, um futuro onde a cultura e a estética não é menosprezada nem apagada" (Vaz; Bonito, 2019, p.13).

A relevância desta pesquisa encontra-se na constatação alarmante de dados que evidenciam a sub-representação das pessoas negras nas produções audiovisuais. A representatividade é um fator crucial para que pessoas negras se identifiquem como pertencentes a todas as camadas da sociedade. Como apontam as pesquisas trazidas

neste trabalho, no contexto do cenário audiovisual brasileiro, é evidente que as representações de pessoas negras têm reforçado estereótipos e promovido o apagamento, a inferiorização e a exclusão de suas vozes e experiências nas narrativas.

O audiovisual, como meio de comunicação dominado historicamente por perspectivas eurocêntricas, tem invisibilizado a diversidade cultural e restringido a representatividade racial. Segundo o IBGE, mais da metade dos brasileiros se autodeclaram pretos ou pardos, sendo que as mulheres negras representam 28,6% dessa população. A Agência Nacional de Cinema (ANCINE, 2016) revelou que pessoas negras ocupam apenas 20% do elenco em produções cinematográficas nacionais. A presença de diretores e roteiristas negros é um fator crucial para aumentar a participação de pessoas negras na produção audiovisual.

Esta pesquisa almeja contribuir para o campo acadêmico e profissional da comunicação, fornecendo embasamento teórico e prático sobre a importância do afrofuturismo como uma ferramenta de transformação de narrativas. Ao destacar o potencial dessas obras audiovisuais, busca-se promover um debate amplo sobre a necessidade de ampliar a representatividade e sobre a valorização das vozes das pessoas negras no campo da comunicação, pois de acordo com Souza (2019, p. 24), “Quem controla a linguagem, o discurso, os meios de comunicação, detém o poder sobre as narrativas que são criadas. Se há um grupo dominante controlando as práticas discursivas, também há limitações resultantes da ausência de perspectivas múltiplas”.

Aqui são mobilizadas duas metodologias: análise de conteúdo de Penafria (2009) e a caracterização do afrofuturismo por Souza (2019), utilizando como objetos de estudo o documentário “AmarElo - É Tudo Pra Ontem” (2019) e o filme “Medida Provisória” (2022). As obras foram escolhidas por sua relevância na representação e valorização da história e cultura negra, proporcionando exemplos significativos de comunicação audiovisual afrocentradas.

Para a análise dessas obras foram selecionadas três cenas de cada filme, levando em consideração o potencial dessas cenas dentro da perspectiva do afrofuturismo discutida neste estudo. A primeira foi a análise de conteúdo crítica proposta por Penafria (2019), que consiste em identificar o tema do filme, elaborar um resumo da história e analisar os elementos que compõem a obra cinematográfica. Essa abordagem permitiu uma compreensão detalhada das mensagens e temáticas veiculadas pelos filmes.

Como suporte adicional para a análise e reflexão, foram utilizadas imagens dos *frames* das cenas selecionadas. Conforme destacado por Penafria (2009), as imagens desempenham um papel importante na análise e no processo de construção da pesquisa, proporcionando apoio visual na interpretação dos elementos audiovisuais.

Além disso, as cenas selecionadas também foram submetidas ao teste proposto por Waldson Gomes de Souza (2019) em sua tese de doutorado intitulada "Afrofuturismo: o futuro ancestral na literatura brasileira contemporânea". Esse teste, estruturado por perguntas e reflexões, busca identificar de forma detalhada as características afrofuturistas presentes nas narrativas audiovisuais. Com base nas premissas teóricas e críticas do conceito de afrofuturismo discutidas pelo autor, o teste auxiliou na análise das obras, considerando elementos como autoria negra, personagens negras, perspectivas não eurocêntricas e antirracistas, e a consideração da experiência negra no mundo real.

A partir dessas duas metodologias, realizou-se uma análise crítica do conteúdo das cenas selecionadas, a partir dos conceitos teóricos utilizados, destacando as características afrofuturistas presentes e comprovando a relevância dessas produções audiovisuais no âmbito da comunicação. Essa metodologia possibilitou uma compreensão aprofundada do potencial dessas obras como ferramentas de transformação social, promovendo a representatividade e valorização das pessoas negras na comunicação audiovisual.

Como conclusão, esta pesquisa procura, de forma contundente, os principais indicadores que fundamentam a importância da comunicação audiovisual afrofuturista no panorama contemporâneo. Ao aprofundar a compreensão sobre o poder transformador da representação de pessoas negras no audiovisual, este estudo oferece uma contribuição acadêmica para as pesquisas de representação no campo da comunicação. Desse modo, almeja-se não apenas desvelar as diversas dimensões e simbolismos inerentes às narrativas afrofuturistas, mas também fomentar um ambiente intelectual e discursivo que priorize a valorização da representatividade e promova uma sociedade mais inclusiva e consciente. Com o intuito de impulsionar a transformação social, esta pesquisa anseia contribuir para a consolidação de um discurso acadêmico comprometido com a valorização de narrativas antirracistas.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, S. **Racismo estrutural**. São Paulo: Pólen, 2019.

AMARELO. Direção: Fred Ouro Preto. Produção da Netflix em parceria com Laboratório
Fantasma. Produtor: Evandro Fióti. Local: Brasil. Distribuidora do filme: Sony Music. 2019.
Plataforma de streaming.

ANCINE. **Análise de filmes brasileiros selecionados**. 2016. Disponível em: <http://www.ancine.gov.br/media/SAM/DadosMercado/EstudosEconomicos/AnaliseFilmesBrasileirosSelecionados.pdf>. Acesso em: 31 mar. 2023.

ANCINE, **Mercado Cinematográfico 2022: 06 de janeiro de 2022 a 04 de janeiro de 2023**. 16 mar. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/cinema/arquivos-pdf/preliminar-mercado-cinematografico-2022.pdf>. Acesso em: 13 jun. 2023.

BOMFIM, M. V. J. Reflexões sobre Inclusão Racial nas Organizações: Produção de Sentido sobre Diversidade. **Tendências em Comunicação Organizacional: Temas emergentes no contexto das organizações**. Santa Maria: FACOS-UFSM, pp. 128-139, 2019.

CANCLINI. N. G. **Culturas Híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad**.
Grijalbo: Cidade do México, 1990.

CANCLINI, N. G. Entrevista com Néstor García Canclini - Observatório da Imprensa. Youtube, 5 maio 2015. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=PLDpo4K1FFM&t=2468s>. Acesso em: 2 maio 2022.

DERY, M. Black to the Future: Interviews with Samuel R. Delany, Greg Tate, and Tricia Rose. **Flame Wars: The Discourse of Cyberculture**. Nova York: Duke University Press, pp. 179-222, 1994.

DIAS, N. M. A Ficção Afrofuturista na Educação Decolonial Brasileira. **Cadernos de Clio**,
Curitiba, vol. 11, n. 2, pp. 37-68, 2020.

FREITAS, K. Futuro Negro. **ECOA UOL**, 7 out. 2020. Disponível em: <https://www.uol.com.br/ecoa/reportagens-especiais/reconstrucao-afrofuturismo/#page9>. Acesso em: 17 maio 2022.

GÊNERO E NÚMERO. **Mulheres negras dirigiram apenas 2,5% dos filmes brasileiros lançados entre 2016 e 2018**. 2019. Disponível em:

<https://generonumero.media/mulheres-negras-dirigiram-apenas-25-dos-filmes-brasileiros-lancados-entre-2016-e-2018/>. Acesso em: 31 mar. 2023.

GRUNIG, J. E.; FERRARI, M. A.; FRANÇA, F. **Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, pp.71-123, 2009.

HALL, S. **Cultura e Representação**. Rio de Janeiro: PUC Rio; Apicuri, 2016.

IBGE. **Características gerais dos moradores 2020-2021: PNAD contínua**. 2022. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101957_informativo.pdf>. Acesso em: 19 jun. 2023.

JUNIOR, M. S. L.; SILVA, A. Q. Filme "Pantera Negra" A Representação Positiva no Cinema para o Ensino de História da África. **Em Favor de Igualdade Racial**, Rio Branco, vol. 3, n. 3, pp. 139-153, 2020.

KABRAL, F. "Heróis com rosto africano são cura para o nosso trauma histórico". **Carta Capital**, 19 nov. 2017. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/cultura/herois-com-rosto-africano-sao-cura-para-o-nosso-trauma-historico/>. Acesso em: 8 jun. 2023.

KUNSCH, M. M. K. **Relações Públicas e Modernidade: Novos Paradigmas na Comunicação Organizacional**. São Paulo: Summus, vol. 56, 1997.

MARIAH, M. Afrofuturismo, conheça a história do movimento. **Marie Claire**, 19 nov. 2019. Disponível em: <https://revistamarieclaire.globo.com/Comportamento/noticia/2019/11/afrofuturismo-conheca-historia-do-movimento.html>. Acesso em: 7 jun. 2023.

MEDIDA PROVISÓRIA. Direção: Lázaro Ramos. Produção da Lereby Produções, Lata Filmes, Globo Filmes e Melanina Acentuada. Produtores: Daniel Filho e Tânia Rocha. Local: Brasil. Distribuidora do filme: Elo Company e H2O Films. 2021. Cinema.

MUNANGA, K. **Negritude: usos e sentidos**. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.

NACKED, R. C. Identidades em diásporas:o movimento black no Brasil. **Desenredos**, v. 12, p. 1-11, 2012.

ONU Mulheres, Aliança sem Estereótipos. **TODXS - O Mapa da Representatividade na Publicidade Brasileira**. 2 fev. 2023. Disponível em: <https://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2022/03/UA_TODXS10_Final-PORT.pdf>. Acesso em: 13 jun. 2023.

PENAFRIA, M. Análise de Filmes - conceitos e metodologia(s). **VI Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (SOPCOM)**, Lisboa, pp. 1-10, 2009.

RIBEIRO, D. **O que é lugar de fala?** Belo Horizonte: Letramento; 2017.

RODRIGUES, P. Futuro Negro. **ECOA UOL**, 7 out. 2020. Disponível em: <https://www.uol.com.br/ecoa/reportagens-especiais/reconstrucao-afrofuturismo/>. Acesso em: 05 maio 2022.

SECOM. **Pesquisa Brasileira de Mídia**. 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/secom/pt-br/publicacoes-e-artigos/pesquisa-brasileira-de-midia-2020>. Acesso em: 31 mar. 2023.

SOUZA, W. G. **Afrofuturismo: o futuro ancestral na literatura brasileira contemporânea**. Universidade de Brasília, Brasília, 2019. Dissertação de mestrado.

VAZ, D.; BONITO, M. Pantera Negra: A Representatividade Negra e o Afrofuturismo Como
Forma de Construção da Identidade. **XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul**, Porto Alegre, Jun.. 2019.

WOMACK, Y. L. **Afrofuturism: The World of Black Sci-Fi and Fantasy Culture**. Chicago: Lawrence Hill Books, 2013.

ZUBARAN, M. A.; WORTMANN, M. L.; KIRCHOF, E. R. Stuart Hall e as questões étnicos-raciais no Brasil: cultura, representações e identidades. **Projeto História**. São Paulo, vol. 56, pp. 9-38, 2016.

Uma análise da série Lucifer e como ela representa nossa cultura consumista.

An analysis of the Lucifer series and how it represents our consumerist culture.

HAIDA, Nathalia Akemi Lara
(Universidade Federal do Paraná, Brasil
akemihaida@icloud.com)

Grupo de Interesse 8 - Ficción Televisiva y Streaming

Palavras-chave: streaming; sociedade do consumo; análise de conteúdo.
Keywords: streaming; consumer society; content analysis.

Entendemos as séries como produtoras de sentidos e significados para a sociedade, tornando-se produtos culturais e, nesse sentido, espelhos do nosso tempo e suas práticas. Para Mungioli e Pelegrini (2013), a narrativa seriada vai além de roteiros mais extensos ao concentrar um conjunto de fatores sociais, econômicos e tecnológicos, moldados de forma intra e extratextual dentro de suas narrativas. Para Jost (2012), o sucesso de uma série tem menor relação com sua produção, no sentido dos procedimentos visuais, narrativos e retóricos, e está muito mais ligado ao ganho simbólico que ela proporciona para a audiência. Essas produções geram transformações na área da comunicação e assim "constroem práticas, conceitos, códigos na forma de retroalimentação em que as questões simbólicas não se desvinculam das práticas sociais e condições de produção." (MUNGIOLI; PELEGRINI, 2013, p. 4).

Analisamos a série *Lucifer* como um produto midiático, fruto da cultura *pop* e constituído a partir da base religiosa, obtendo não apenas a apropriação de histórias e símbolos, mas também disseminando suas crenças e estruturas. *Lucifer* é veiculado no formato de série ficcional televisiva. A série discorre sobre Lucifer Morningstar, o Diabo, que vem para a Terra, viver uma vida de prazeres e luxúria. O Diabo é mostrado como um personagem niilista, e a partir do subjetivo do Lucifer a série se desdobra em discussões filosóficas sobre o livre arbítrio e mostra a luta do Diabo em uma busca de se livrar do controle exercido nos seres por Deus. Lucifer é representado como uma pessoa sempre agitada e inquieta, preocupada com os pensamentos dos outros sobre sua imagem e extremamente hiperativo, o Diabo é ansioso. Ele também transita entre suas capacidades de ser bom ou não, há falta de crença em si mesmo e em seus princípios, indícios da síndrome do impostor. Lucifer teme o amor e o apego, ele esconde seus sentimentos e isso é enfatizado em suas sessões de terapia, durante a série ele demonstra que a raiz de seus maiores problemas está na relação conturbada com seus pais, existem mágoas e situações mal resolvidas que o influenciam por centenas de anos e tais fatores refletem diretamente em sua personalidade. Todas essas características humanizam o Diabo, são traços psicológicos e sentimentos humanos que tornam Lucifer Morningstar carismático e próximo do público. A construção da série apresenta o antagonista de Deus como um personagem bem humorado e mal compreendido, que teria cometido um único pecado: questionar.

O objetivo desta pesquisa é realizar uma análise da série *Lucifer* e suas representações de práticas culturais do nosso tempo. Para isso entendemos a série como um produto midiático, conceituamos características do comportamento societário por meio da definição de sociedade do consumo de Bauman (2008) e por meio da análise de

conteúdo de Yin (2001) buscamos inferências entre as representações na série e os traços da sociedade do consumo.

A sociedade do consumo é totalmente baseada nos desejos e anseios de seus indivíduos, associados diretamente a felicidade, resultando assim em um sociedade que busca diariamente a satisfação. Tais características são representadas através do personagem Lucifer, vivendo a vida de forma niilista ele busca saciar seus desejos e vontades. Stephen Bertman (1998) vai chamar essa nova contemporaneidade de "cultura agorista", vivemos uma era que ressignificou o conceito de tempo, definido agora como pontilhista cada segundo deve ser aproveitado, tempo é a maior preciosidade do mundo e por isso as pessoas passaram a viver a vida como se ele não existisse, exemplo disso é a necessidade de satisfazer desejos o mais rápido possível, tudo aquilo que representa uma demora é uma ameaça a essa nova cultura. O personagem Lucifer não deveria estar na terra, ele deve voltar para o inferno, logo seu tempo aqui é precioso e único e assim como nossas vidas, possui um prazo de validade.

Outra característica da sociedade de consumo é que nada foi feito para durar, tudo deve ser reciclado e recriado. Assim para suprir nossos impulsos, compulsões e vícios o excesso e o desperdício tornaram-se o propulsor. Tudo isso é refletido e representado pelo personagem que gerencia uma boate e gasta dinheiro de forma irresponsável, sem se preocupar com o amanhã ou com as consequências, vivendo uma vida agorista e urgente. Lucifer encontra sua felicidade no excesso e no desperdício, assim como o marketing e a publicidade prometem. Segundo Bauman (2008), talvez essa sociedade seja a única na história humana a prometer felicidade na vida terrena, aqui e agora e a cada "agora" sucessivo. Dessa forma se essa felicidade está associada aos desejos e aos excessos, o Diabo é a melhor representação de como ser feliz. Logo a infelicidade se torna algo a ser rejeitado em nossa sociedade, isso é refletido em Lucifer a partir do desenvolvimento de seus problemas psicológicos explorados na terapia, questões associadas a aceitação e pressão familiar são trazidas à tona em quase todos os episódios.

Por meio da análise pudemos identificar que o personagem Lucifer muitas vezes reflete desejos e características da nossa sociedade. E por mais que a série represente todas as faces da sociedade da efemeridade ela possui uma base religiosa enraizada nos conceitos e crenças mais antigos. Mesmo propondo uma releitura do Diabo, Lucifer não questiona a existência de Deus e seus poderes, pelo contrário ele reforça a existência de bem e mal, céu e inferno, até mesmo a ideia de punição e pecado.

Referências

BAUMAN, Z. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BERTMAN, S. **Hyperculture**: the human cost of speed. Westport, CT: Praeger, 1998. JOST, F. **Do**

que as séries americanas são sintoma? Porto Alegre: Sulina, 2012.

MUNGIOLI, M. C. P.; PELEGRINI, C. Narrativas complexas na ficção televisiva. **Revista Contracampo.** Niterói, v. 26, n. 1, p. 21-37, abr. 2013.

YIN, Robert K. **Estudo de caso:** planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman. 2001.

Articulações entre a Análise de Discurso e os Estudos de Recepção: uma proposta metodológica para investigar ficção seriada de longa duração

Lizbeth Kanyat[1]
Centro Universitário Adventista de São Paulo, Brazil
lizbethkanyat@gmail.com

GI 9 – Ficção Televisiva e Streaming

Palavras-chave: Estudos de Recepção; Metodologia de Pesquisa; Ficção Televisiva.

Introdução

É comum a ficção ser associada a mentiras e irrealidade. Entretanto, os estudos de narrativas e de recepção nos mostram que a fruição de histórias ficcionais nos levam para uma viagem cujo destino é o interior de nós mesmos. A recepção de ficção é um processo complexo e intrigante e o estudo da fruição de produtos seriados de longa duração, como séries com múltiplas temporadas, provocam questionamentos, destacando-se: o que sustenta a relevância e pertinência atribuída ao programa televisivo ao longo de mudanças biográficas? Qual papel desempenham os contextos sincrônicos e diacrônicos na construção e manutenção dos vínculos entre sujeitos e programas televisivos de longa duração?

Portanto, o objetivo deste trabalho foi desenhar uma metodologia capaz de identificar os sentidos que emergem no processo de recepção de um produto ficcional seriado de longa duração, considerando como elementos centrais o estudo do tempo e do espaço no processo de recepção.

Discussão teórica

Buscamos nas diversas tradições de pesquisa propostas teórico-empíricas que nos permitissem apreender os múltiplos sentidos construídos pelos sujeitos estudados e suas diversas posturas frente um programa televisivo em articulação aos tempos e espaços nos quais tais sentidos são construídos e tais posturas, mobilizadas.

[1] Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP). Professora universitária no Centro Universitário Adventista de São Paulo (UNASP). É pesquisadora do Grupo de Estudos Linguagens e Discursos nos Meios de Comunicação - GELiDis (CNPq/ECA-USP) e coordenadora do grupo do Coletivo de Investigação em Narrativas e Estéticas - CINE (CNPq/UNASP). E-mail: lizbeth.kanyat@gmail.com.

A Análise de Discurso de linha francesa usa a noção de contexto para a análise das condições de produção de sentidos. Orlandi (2015) considera como *contexto amplo* o cenário sócio-histórico e ideológico; a história e os imaginários nela constituídos; e demais elementos que derivam da forma de nossa sociedade e mediam a produção de sentidos. Por sua vez, o *contexto imediato* são as circunstâncias de relevância discursiva no momento da enunciação, isto é, as condições de produção em sentido estrito.

Na perspectiva de Maingueneau (2005, p. 27), o *contexto situacional* é o ambiente físico da enunciação, o qual serviria "para interpretar unidades como 'esse lugar', o presente do verbo, 'eu' ou 'você', etc.". Já *os saberes anteriores à enunciação* são o amplo repertório que o receptor possui e mobiliza para interpretar a mensagem. Consideramos que esta última categoria trabalha na mesma direção que o conceito de *horizonte de experiência* de Jauss (1982).

Para Jauss, pesquisador da Escola de Constança, a recepção é a pesquisa da realização da própria mensagem a partir do quadro de referências sociais e individuais para a criação do sentido atribuído ao autor (o sentido original da mensagem) e para a criação do sentido atribuído à obra (o sentido do receptor). Segundo Jauss (1982), o valor estético de um texto deriva do distanciamento entre o texto e o horizonte de experiência do leitor. O horizonte de experiência diz respeito ao ponto de vista da audiência constituído pela soma das suas experiências ao longo da vida. A qualidade do texto deixa de ser visto como uma qualidade imanente ao texto para tornar-se algo dinâmico e relacional.

Na proposta de Jesús Martín-Barbeiro (2009), encontramos o conceito das mediações que são os *lugares* dos quais provêm as construções de sentido. O âmago da proposta não está em apresentar mediações definitivas, mas em ensinar que o sujeito da comunicação não é o meio, mas a relação; ou seja, o foco está no que as pessoas fazem com o que elas veem, ouvem ou lêem num determinado momento histórico. Ainda, as mediações são distribuídas nos mapas de Martín-Barbero em eixos diacrônicos e sincrônicos.

Para encerrar o percurso teórico que fundamenta este trabalho, trazemos o conceito de cronotopo de Mikhail Bakhtin (2018). O pesquisador o define como a configuração do espaço e do tempo na prosa literária. Embora seu trabalho examine o cronotopo do universo narrativo e dos acontecimentos representados no romance, o autor defende a existência do cronotopo da audição-leitura:

> Em nosso trabalho, falamos do cronotopo do universo representado no romance, dos acontecimentos representados, mas ainda há o cronotopo representador do autor, de dentro do qual o autor contempla, e o cronotopo

> do *ouvinte ou leitor*, os cronotopos dos acontecimentos da representação e da audição-leitura (BAKHTIN, 2018, p. 238, grifos do autor).

As ideias de Bakhtin nos permitem propor a noção de cronotopo da recepção, conceito que no nosso entendimento articula as perspectivas anteriores em prol da análise do tempo-espaço da fruição de uma obra em nível sincrônico e diacrônico.

Metodologia

A fim de identificar a relação entre os contextos e os discursos sobre a predileção e o compromisso na fruição de ficção seriada de longa duração propomos que a coleta de dados faça uso de técnicas que deem a conhecer os largos processos de construção de sentidos sobre o produto televisivo como, por exemplo, a entrevista semiestruturada em profundidade. Por sua vez, o dispositivo desenhado para esta proposta se fundamenta na Análise de Discurso de linha francesa em associação com a teoria das mediações de Jesús Martin-Barbero e com os estudos de linguagem de Mikhail Bakhtin.

Na primeira etapa de análise, o objeto é a superficialidade linguística, isto é, a materialidade sígnica em análise (a transcrição de entrevistas, os comentários deixados on-line, etc.). Esta etapa tem como objetivo identificar os trechos em que os sujeitos relatam explícita ou implicitamente sobre seus vínculos com o produto televisivo em estudo.

Na etapa dois, a do funcionamento linguístico, o objeto de estudo é o enunciado. O objetivo aqui é reconhecer e interpretar as mediações da materialidade linguística incidentes sobre o discurso, incluindo a cena englobante (tipo de discurso), cena genérica (gênero de discurso), o *ethos* do enunciador, entre outros elementos.

A etapa três inclui a análise do contexto imediato e do contexto amplo, de forma que se possa reconhecer e interpretar as mediações que incidem sobre os discursos nas imediações ao consumo e nas circunvizinhanças da malha social.

Na etapa quatro propomos sistematizar as mediações incidentes na construção de valor e significância da série.

Por fim, a quinta etapa serve para identificar os sentidos sobre relação de longa duração entre o indivíduo e o produto televisivo dotada de valor, pertinência, identificação e assiduidade.

Para ter um alcance diacrônico, este protocolo pode ser aplicado ao longo das temporadas de exibição do referente televisivo e assim encontrar as permanências, alternâncias e/ou mudanças nas razões de predileção da narrativa ficcional, considerando então os distintos momentos biográficos.

Principais resultados

Aplicamos esta metodologia na análise da recepção por jovens brasileiros da série *Game of Thrones* (KANYAT, 2022) e dentre os resultados se destaca a constatação de um distanciamento entre o horizonte de experiência dos sujeitos e a obra. A série foi considerada uma produção de prestígio. A série inaugurou uma elitização do gênero fantasia pela associação de *Game of Thrones* a expressões artísticas prestigiosas, como a literatura e o cinema.

O protocolo também possibilitou notar a pertinência dos discursos da série com dilemas existenciais, éticos, políticos e sociais dos telespectadores vividos nas diversas fases da espectatorialidade. A trama ficcional operou como metáfora de dinâmicas sociais contemporâneas tais como lideranças políticas, disputa de poder, processos de constituição de hegemonia e, ainda, mobilizou temas latentes na opinião pública como feminismo, sexualidade, masculinidades, violência, injustiça social e estratificação.

Por fim, constatamos a instrumentalização da série como dispositivo para a reelaboração das identidades, para a realização de rituais de passagem e pertencimento, e para a construção e manutenção de laços e relacionamentos sociais.

Referências

BAKHTIN, M. (2018). *Teoria do Romance II: as formas do tempo e do cronotopo*. Editora 34.

KANYAT, L. (2022). *A produção de sentidos na recepção da série Game of Thrones: um estudo de recepção sobre a construção de vínculos entre sujeitos locais e o produto televisivo global.* [Tese de Doutorado]. Universidade de São Paulo.

JAUSS, H. R. (1982). *Toward an Aesthetic of Reception*. University of Minnesota Press.

MAINGUENEAU, D. (2005). *Análise de textos de comunicação*. Cortez.

MARTÍN-BARBERO, J. (2009). *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Editora UFRJ.

ORLANDI, E. L. P. (2015). *Análise de discurso: princípios e procedimentos.* Pontes Editores.

K-dramas e convenções de gênero na K-dramaland

K-dramas and genre conventions in K-dramaland

Ligia Prezia Lemos[1]
Mariana Marques de Lima[2]

GI 8 – Ficção Televisiva e Streaming

Palavras-chave: K-dramas; K-dramaland; Convenções de Gênero
Keywords: K-dramas; K-dramaland; Genre Conventions

Recentemente vínhamos estudando o polo da recepção dos K-dramas no Brasil, especificamente no campo dos estudos de fãs. Porém, neste trabalho nos interessamos pela análise da estrutura dessas obras, sob o aspecto das convenções de gênero. Esta necessidade vai ao encontro da observação de An (2022) de que a pesquisa sobre K-dramas no mundo frequentemente se restringe aos estudos da Hallyu, enfatizando a popularidade global dos dramas, substituindo leituras das obras. Nesse sentido, nossa abordagem se encaminha para revisão de literatura objetivando analisar algumas séries. Logo, a pergunta que nos move é: o que K-dramas trazem de diferente aos conceitos de convenções de gênero (tropos narrativos e clichês)? Com isto em mente, procuramos acionar Robert McKee como base teórica.

Para delimitar nossa compreensão de gêneros revisitamos algumas concepções. Bakhtin (2003) enfoca gêneros discursivos e literários a partir das condições sócio-históricas e, portanto, entende que os gêneros não oferecem categorizações fixas, pois estão inseridos no mundo da vida, em constante processo de transformação. Encontram-se "irremediavelmente ligados ao momento histórico, aos meios de produção e aos valores estéticos e ideológicos da sociedade" (Mungioli et al, 2023, p. 12). Os gêneros de televisão são compreendidos por Mittell (2004) como categorias culturais oriundas de diferentes espaços, influenciando o mundo real e constituindo práticas discursivas. Machado entende que Bakhtin oferece a melhor definição ao compreender o gênero como uma "força aglutinadora e estabilizadora dentro de uma determinada linguagem" (2005, p. 68); sendo e não sendo, é novo e velho ao mesmo tempo. Já Mckee enfatiza que, enquanto se estudam sistemas e definições de gêneros, o público os conhece e se aproxima das obras com "um conjunto complexo de antecipações aprendidas em uma vida inteira" (2006, p. 87).

[1] Universidade de São Paulo, USP, Brasil. E-mail: ligia.lemos@gmail.com
[2] Universidade de São Paulo, USP, Brasil. E-mail: marit.mlima@gmail.com

Essa compreensão da audiência ocorre porque há regras dentro da obra que colocam produção e recepção em sintonia. Estas regras, as convenções de gênero, são elementos da narrativa comuns a determinado gênero. Convenções seriam "ambientes, papéis, eventos e valores específicos que definem gêneros individuais e subgêneros" (Mckee, 2006, p. 93). Ou seja, as convenções não apenas definem cada gênero, mas também indicam quais serão as expectativas do público em relação à narrativa. Algumas convenções são rígidas e em geral se referem a aspectos como tempo, lugar, personagem e ação, sendo que o uso inadequado dessas convenções pode levar o público a não ter sua expectativa satisfeita.

As convenções de gênero identificadas na análise de comédias românticas e relacionamentos entre protagonistas estão em confluência com a concepção de um mundo ficcional denominado de K-dramaland: um universo independente cuja matéria prima se refere a aspectos culturais. A noção de K-dramaland (Schulze, 2013) concerne a um mundo imaginado produzido por atividade criativa e coletiva que, no entanto, não representa de fato a sociedade sul-coreana; mas fornece repertório comum, além de literacia midiática para a compreensão das características encenadas.

Observamos nos K-dramas aspectos relativos a duas convenções de gênero básicas: o uso de clichês e o aproveitamento de diferentes tropos narrativos. Os clichês podem ser entendidos como o que já foi visto anteriormente, surgem em esquemas narrativos com características de replicação. Também "podem ser replicados involuntariamente, em razão da pregnância do próprio esquema, imagem ou forma" e "atuam como um elemento de comunicabilidade, por serem reconhecíveis e familiares" (Silva, 2019, p. 19). Os clichês integram a própria estrutura do roteiro, ou surgem em indicações de *mise en scène*. Visualmente reconhecíveis e replicados, em ambos os casos, roteiro e encenação, os clichês são repertórios compartilhados. McKee entende os clichês como absoluta falta de criatividade dos roteiristas no sentido de desconhecer o próprio mundo ficcional que está sendo criado, e o principal desafio de um roteiro é manter a convenção de gênero evitando os clichês (p. 97).

Apesar de diferentes teóricos recomendarem que clichês sejam evitados, nos parece que os K-dramas, por meio da estética da K-dramaland, não os temem, pelo contrário, procuram utilizá-los como fator de reconhecimento e conforto. Meimaridis (2023) define séries de conforto como aquelas que são familiares à audiência, possuem narrativas padronizadas, de ritmo previsível, sem o objetivo de desafiar a inteligência do espectador. Se por um lado - aquele que se refere ao uso dos clichês - tal definição se aplica aos K-dramas, por outro se afasta, pois essas obras de características complexas, demandam certo exercício cognitivo.

K-dramas do gênero comédia romântica são férteis em clichês na *mise en scène*, comuns a diferentes obras, e destacamos: (1) o casal apaixonado que está no mesmo ambiente, se cruza, mas não se encontra; (2) a mulher está na chuva, um guarda-chuva surge sobre ela, e é seu par para protegê-la; (3) o casal está próximo, ela tropeça, ele a segura, e caem com suas bocas juntas; (4) um deles está embriagado ou se machuca e o outro o carrega nas costas, de cavalinho; (5) o primeiro beijo assusta e o beijado fica de olhos arregalados.

Já alguns clichês na narrativa podem ser descritos como: (1) reconhecimento que se encontraram na infância; (2) falta de comunicação e, por não conversarem, surgem dificuldades entre o casal; (3) homem com personalidade difícil muda por influência da mulher; (4) ele é mais rico do que ela e surgem questões de classe; (5) família não aceita o cônjuge de outra classe social.

Já os tropos narrativos são elementos básicos recorrentes que, pela repetição, se transformam em padrões que a audiência reconhece rapidamente como característica daquele gênero. São notados principalmente nos enredos, mas também em determinados personagens, por meio de suas atitudes. Ocorrem de diferentes formas, criativas e originais, preenchendo as necessidades de determinada convenção. Enumeramos alguns tropos narrativos recorrentes em K-dramas românticos: (1) *enemies to lovers* em que o casal inicialmente se odeia, mas eventualmente se apaixona; (2) *found family* em que, mesmo sem laços biológicos, há uma família adotiva, ou grupo de amigos, ou de pessoas que se apoiam, que se unem, independentemente da motivação; (3) *friends to lovers* em que amigos próximos se apaixonam; (4) *fake dating* em que um namoro de mentira se concretiza; (5) *grumpy and sunshine* em que um mal-humorado e o outro sempre radiante e feliz; (6) *age gap* o romance entre personagens com diferença de idade.

Inferimos que os K-dramas se apropriam e modificam convenções de gênero de Hollywood e as inserem em temas locais de maneira tão peculiar que tropos narrativos e principalmente clichês - mesmo repetidos à exaustão, integrando múltiplas obras - exibem características de criatividade, além de conforto e previsibilidade. Surgem, assim, protagonistas, ações, ícones e performances capazes de múltiplas configurações e efeitos (Kim, 2019) que contribuem para um gênero nacional original.

Referências:

An, Ji-yoon. (2022) New directions in K-drama studies. *Journal of Japanese and Korean Cinema*.Volume 14 - Issue 2.

Bakhtin, Mikhail. (2003) *Estética da Criação Verbal*. São Paulo: Martins Fontes.

Kim, Jihoon. (2019) Korean Popular Cinema and Television in the Twenty-First Century: Parallax Views on National/Transnational Disjunctures. *Journal of Popular Film and Television*. Volume 47 -Issue 1.

Machado, Arlindo. (2005) *A televisão levada a sério*. São Paulo: Editora Senac.

McKee, Robert. (2006) *Story*. Curitiba: Arte & Letra.

Meimaridis, Melina. (2023) *Séries de Conforto: A Ficcionalização de Instituições na TV*. Curitiba:Editora Appris.

Mittell, Jason. (2004) *Genre and television. from Cop Shows to Cartoons in American Culture.* NewYork: Routledge.

Mungioli, Cristina; Lemos, Ligia Prezia; Penner, Tomaz Affonso. (2023) *O gênero melodramático e ocrescimento da oferta de K-dramas originais Netflix no catálogo brasileiro: elementos para discussão.* In: Anais do 32° Encontro Anual da Compós, 2023, São Paulo.

Schulze, Marion. (2013) Korea vs. k-dramaland: the culturalization of k-dramas by international fans.
Acta Koreana, vol. 16, n. 2.

Silva, Joanise da. (2019) *Fabular e interpretar imagens: o clichê no processo da escrita fílmica*. Tese.Doutorado em Estudos Artísticos - Estudos Fílmicos e da Imagem, Universidade de Coimbra e Universidade de Brasília.

Coisa Mais Linda! Representações e discursos das protagonistas da série da Netflix sob um olhar interseccional

Girls from Ipanema! Representations and discourses of the Netflix series' protagonists from an intersectional perspective

LOPES JUNIOR, Claudinei
Universidade de São Paulo (USP), Brasil
junior.lopes@usp.br.

MUNGIOLI, Maria Cristina Palma
Universidade de São Paulo (USP), Brasil
crismungioli@usp.br.

GI 8 - Ficção Televisiva e Streaming (Remoto)

Palavras-chave: Ficção Seriada, Personagens, Interseccionalidade, Representatividade.
Keywords: Serial Fiction, Characters, Intersectionality, Representativeness.

Tema Central

Os produtos televisivos atuam de forma significativa na construção de representações identitárias e sociais (Hall, 2016, 2017; Collins, Bilge, 2021), constituindo-se, na atualidade, como espaço disputado de sentidos envolvendo os diversos grupos sociais e empresas do setor de mídia. Nesse espaço de disputa, ao mesmo tempo, observam-se demandas e movimentos de grupos sociais minorizados em busca de uma maior representatividade nas mídias e políticas e estratégias dos grupos de mídia frente a essas demandas. Porém, a questão não é nova e vem se colocando pelo menos desde a década de 1980. Baseado em estudo realizado com programas da televisão linear estadunidense, Montgomery (1989) observou a constituição de uma arena de embate onde grupos sociopolíticos reivindicavam a representatividade de suas identidades na programação e nos conteúdos televisivos. Numa perspectiva brasileira, é possível destacar que algumas das demandas do movimento feminista e do movimento negro quanto à representação de suas identidades em produtos audiovisuais culturais, sobretudo, nas telenovelas, só começaram a ser atendidas de forma parcial no final da década de 1990 (Araújo, 2004).

Lotz (2006, p. 19) afirma que, na maior parte da história da TV estadunidense, as personagens femininas apresentavam uma variação limitada o que levou ao predomínio de modelos padronizados de representação. Entretanto, a multiplicidade de dramas centrados em personagens femininas e a proliferação dos canais de TV a cabo ditaram uma nova lógica industrial de produção televisiva, marcada por uma maior diversidade de personagens e tramas frente à tradicional televisão no modelo *broadcasting*. Nessa perspectiva, a TV a cabo

possibilitou ao criador e ao produtor uma maior liberdade em termos de criação levando ao que seus executivos denominaram "*distinctive programming*" (Lotz, 2018, p. 50). Mais recentemente, tal característica ganha relevo com a irrupção dos serviços de vídeo sob demanda por assinatura, sobretudo com a ascensão da Netflix como principal plataforma mundial de streaming. Cabe destacar, como fizemos em outro artigo, que a Netflix "não apenas inaugurou um novo modelo de negócios de distribuição de vídeos via internet, mas também criou novos modelos de produção – em escala internacional e transnacional - e transformou formas de recepção (...)" (Mungioli; Ikeda, 2020, p. 5). O objetivo de atender a um público formado por assinantes de diversos países e culturas levou a empresa a investir fortemente em conteúdos de gêneros e formatos distintos produzidos em diferentes países e que agradassem não apenas os públicos locais, mas também de outros países e regiões. Tal estratégia comercial é positivamente destacada pela empresa em seus balanços trimestrais. Em 2019, a plataforma creditava seu sucesso mundial a suas produções originais realizadas em diversos países e regiões do mundo e defendia essa política como essencial para sua manutenção como líder em um mercado cada vez mais competitivo (Netflix, 2019, p. 6). Em 2020, uma executiva da empresa informava que mais de 50% da receita da Netflix não provinha dos Estados Unidos (Low, 2020). Esses dados dimensionam o alcance da Netflix como serviço de vídeo sob demanda por assinatura como produtora em uma perspectiva transnacional que constrói sua marca com base nos produtos diferenciados de seu catálogo. Lotz (2022) afirma que a Netflix se destaca tanto por "oferecer fácil acesso a conteúdo diferenciado dos EUA" quanto por ter em seu catálogo "uma gama atraente de produções dramáticas multiterritoriais, muitas das quais atendem a gostos e sensibilidades que são inviáveis para os canais nacionais atenderem de forma econômica" (Lotz, 2022, p. 109).

Baseado nesse contexto, o presente artigo enfoca a construção discursiva das representações das protagonistas femininas da série brasileira *Coisa Mais Linda* (Netflix, 2019, 2020) sob o olhar dos estudos de gênero numa perspectiva interseccional.

Objetivos

Temos como objetivo principal a análise dos discursos das personagens femininas protagonistas na série *Coisa Mais Linda*, com o intuito de compreender as representações construídas por meio de seus discursos s acerca de suas identidades com base em uma perspectiva interseccional (Crenshaw, 1991, 2002; Collins; Bilge, 2021). Com base nos resultados colhidos na análise, discutimos como a representação interseccional da subjetividade

das protagonistas é desenvolvida de modo a salientar as opressões e os privilégios que cada uma delas vivencia durante seus arcos narrativos.

Caracterização do estudo ou discussão teórica proposta

O texto apresenta um recorte da pesquisa de mestrado, no âmbito do PPGCom/USP, que acaba de ser finalizada pelo primeiro autor sob orientação da segunda autora. Ao longo desse trabalho, analisamos as representações das protagonistas de *Coisa Mais Linda*, *c*onsiderando a autonomia que as personagens de televisão assumem em relação aos códigos televisuais que as constroem, sendo um produto inteiriço nas mentes dos produtores e da audiência (Pearson, 2007, p. 43). Além disso, concordamos com Lécossais (2015, 2020) quando afirma que a ficção, em especial, as séries de TV são pontos de ancoragens relevantes da realidade no universo ficcional e que para além disso, são uma fonte de conhecimento do mundo social porque a ficção sempre versa sobre a realidade. Na mesma linha, Chalvon-Demersay (1997) afirma que a ficção torna legível a realidade social e que, em nome de uma finalidade propriamente sociológica, as personagens de séries de TV devem ser vistas como atores sociais reais (Chalvon-Demersay, 2005).

Relacionamos o conceito de interseccionalidade com a questão da representação de personagens na ficção seriada. Ecoando Collins e Bilge (2021), a interseccionalidade como ferramenta analítica possibilita entender que as relações de poder são dependentes de práticas estáveis e duráveis, muito embora variáveis, ao longo do tempo-espaço. Inclusive, no domínio cultural, as relações de poder mostram-se bem estabelecidas, o que torna possível questionar quais seriam imagens e mensagens culturais que representariam, em especial, os indivíduos cujos marcadores sócio-identitários fogem das normativas hegemônicas. Nesse sentido, destaca-se a justificativa em verificar as representações de uma série brasileira que retrata o Brasil do início da década de 1950, mas que é produzida no Brasil e distribuída mundialmente por um serviço de vídeo sob demanda internacional em 2019 e 2020.

Abordagem e/ou metodologia de abordagem

A proposta analítica é de viés qualitativo. Foi feita assistência à série e uma decupagem das cenas das protagonistas de modo a destacar aquelas em que existiam marcas de opressão imperativas ou silenciosas na representação dos marcadores sócio-identitários da diferença em relação a essas personagens. Enfocamos os enunciados discursivos de sequências dramáticas que proporcionam reforço, subversão ou ainda ambos os processos em relação aos estereótipos

de gênero, de raça, de classe social e de outras categorias impostos às protagonistas femininas de *Coisa Mais Linda*. A ancoragem da análise em uma perspectiva interseccional, busca enxergar a representação dos marcadores sócio-identitários das subjetividades das protagonistas considerando o contexto de crescimento da comunicação marcado pelas mídias digitais e pelo próprio serviço de streaming da Netflix e sua proposta de oferecer maior diversidade de produtos e de representações.

Principais resultados, reflexões e conclusões mais importantes.

Por meio da análise de base interseccional efetuada podemos afirmar que as representações de gênero e identitárias são construídas discursivamente pelos acontecimentos presentes nos arcos narrativos das protagonistas de modo ambivalente; ora reforçando ora subvertendo os estereótipos, mas produzindo predominantemente sentidos da opressão social acionada pela característica do gênero feminino.

Referências

Araújo, J. Z. (2004). *A Negação do Brasil: o negro na telenovela brasileira.* São Paulo : Editora SENAC.

Chalvon-Demersay, S. (1997). Une société élective: Scénarios pour un monde de relations choisies. *Reseaux,* 1(1), 621-646.

Chalvon-Demersay, S. (2005). Le deuxième souffle des adaptations. *L'Homme*, 3, 77-111.

Collins, P. H.; Bilge, S. (2021). *Interseccionalidade.* São Paulo: Boitempo Editorial.

Crenshaw, K. (1991). Mapping the margins: Intersectionality, identity politics, and violence against women of color. *Stanford Law Review*, 43, 1241-1299.

Crenshaw, K. (2002). Documento para o encontro de especialistas em aspectos da discriminação racial relativos ao gênero. *Revista Estudos Feministas*, 10(1), 171-188.

Gray, J.; Lotz, A. D. (2019). *Television studies.* New Jersey: John Wiley & Sons.

Hall, S. (2016). *Cultura e representação.* Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio/Apicuri.

Hall, S. (2017). *Familiar stranger: A life between two islands.* Durham: Duke University Press.

Lotz, A. D. (2006). *Redesigning Women: television after the network era.* Chicago: University of Illinois Press.

Lotz, A. D. (2018). *We now disrupt this broadcast: how cable transformed television and the internet revolutionized it all.* Cambridge/London, England: MIT Press.

Lotz, A. D. (2022). *Netflix and streaming video: the business of Subscriber-Funded Video on Demand.* Medford: Polity Press.

Low, E. Inside Netflix's Quest to Become a Global TV Giant. (2020). *Variety*. Disponível em: https://variety.com/2020/tv/news/netflix-global-tv-production-bela-bajaria-1234720101/. Acesso em: 13 de ago. de 2020.

Montgomery, K. (1989). *Target Primetime: Advocacy Groups and the struggle over entertainment television.* New York/Oxford: Oxford University Press.

Mungioli, M. C. P.; Ikeda, F. S. de M. (2020). Séries originais e estratégias de construção do catálogo do Globoplay em um cenário internacionalizado de produção e distribuição. *In: Anais do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação:* Fluxos comunicacionais e crise da democracia, pp. 1-15. Disponível em: http://portalintercom.org.br/anais/nacional2020. Acesso em: 08 de set. de 2023.

Netflix. *Q3 Results and Q4 Forecast.* (2019). Disponível em: https://s22.q4cdn.com/959853165/files/doc_financials/quarterly_reports/2019/q3/FINAL-Q3-19-Shareholder-Letter.pdf. Acesso em: 08 de set. de 2023.

Pearson, R. (2007). Anatomising Gilbert Grisson: the structure and function of the televisual character. *In:* Michael Allen (Ed.). *Reading CSI: Crime TV under the Microscope*, pp. 39-56. New York: I.B. Tauris & Co.

SNOWDROP: Hibridismo de política e melodrama na diegese narrativa do formato de ficção seriada K-drama

Murilo Machado Macarroni

Universidade de São Paulo

Escola de Comunicação eArtes- USP/ECA, Brasil

murilo3713@usp.br

GI 8 – Ficción Televisiva y Streaming

Palavras-chave: *K-drama*, melodrama, contexto político

RESUMO EXPANDIDO

O presente trabalho propõe-se analisar a produção seriada sul-coreana *Snowdrop*, a partir de um recorte do contexto diegético da narrativa, explorando a dimensão histórica representada, bem como alguns signos culturais da época elaborados na produção de sentido a partir da dramatização, a fim de discutir a construção do gênero melodrama na perspectiva do produto audiovisual *K-drama*.

O termo em inglês *K-drama* se origina da palavra "*Korean Drama*", designando as narrativas seriadas ficcionais televisivas produzidas na Coreia do Sul (CHUNG, 2011). Compreende-se que o *K-drama* é um formato televisivo de um número limitado de episódios, de mais ou menos 1h de duração e que abarca gêneros e subgêneros variados, muitas possuindo mais de um gênero narrativo. No atual contexto, devido aos processos de neoglobalização, transnacionalização e a iniciativa de um mercado global de produção dos serviços de streaming, caso como a Netflix (MUNGIOLI; LEMOS E PENNER, 2023) o mercado audiovisual cada vez mais se direciona para centros de produções como a Coreia do Sul, impulsionado por um fluxo cultural expansível, chamado Onda Coreana ou *Hallyu*[1].

O formato do *K-drama* trabalha a dramatização na sua diegese como a forma de apresentar os personagens e suas problemáticas, construindo uma relação com o público, muito próximo do que Martín-Barbero (2001) compreendia como melodrama. Faz sentido olhar para o melodrama como forma de aplicar o gênero no *K-drama*, pois segundo Mungioli et.al., (2023, p.14) "o gênero é hábil em dramatizar questões centrais das sociedades que estão passando por graves transformações, sendo capaz de abrir diálogos com todas as audiências". No processo histórico da produção e das condições de produção do K-drama na Coreia, elementos, signos, expressões culturais, fazem parte do

processo de produção de sentido ao serem representados através dos discursos elaborados nas narrativas do *K-drama* (CHUNG, 2011), como costumes ligados a matriz religiosa local, o Confucionismo (MUNOZ MORENO, 2020).

No caso da obra recortada nesse trabalho, o *K-drama Snowdrop*, a narrativa tem como plano de fundo a representação do contexto sul-coreano dos anos 80, mais precisamente o ano 1987, no fim do período conhecido como Quinta República, onde ocorre o fim do governo ditatorial que se instaurou no país anteriormente e o aumento das tensões entre os países Coreia do Sul e Coreia do Norte. No período eram constantes os conflitos entre o Sul e o Norte, deflagrados entre o fim da Segunda Guerra Mundial, em 1945 e o início da Guerra da Coreia, em 1950 (CUMMINGS, 1997; UNZER, 2018).

A metodologia utilizada no trabalho se inicia a partir de um levantamento historiográfico, com base em Chung (2011), Cumings (1997) e Unzer (2018) para compreender o período representado no K-drama. Autores como Mazur (2018) e Munoz Moreno (2020) contribuem para o entendimento das questões relacionadas a abordagem dos elementos culturais e memoria na produção de sentido. A partir da ideia de melodrama popular, de Martín-Barbero (2001) o trabalho se apoia em Baroni (2007) e Mungioli (2017) a fim de fazer uma análise narrativa compreendendo o gênero como construto cultural (MITTELL, 2004), na perspectiva do K-drama como mediador de um contexto cultural. Para isso, o artigo utiliza como recorte algumas cenas que exemplificam o melodrama e seus aspectos na narrativa da obra. Parte-se desse tipo de análise, para materializar os elementos na discussão levantada, lançando mão da análise verbo-visual de Rocha (2016) a fim de dar conta dos elementos na cena analisada.

A narrativa de *Snowdrop* é sobre o amor impossível entre uma jovem estudante sul-coreana e um soldado desertor norte-coreano, que aprofundam sua relação quando uma tropa desertora norte-coreana invade a universidade que ela estuda, fazendo todos que estavam ali de reféns. A partir disso o a narrativa do K-drama se divide em duas ambientações na mesma temporalidade diegética, a universidade, onde são tencionadas as relações (BARONI, 2007) entre as colegas de classe, os funcionários e os soldados norte-coreanos e os bastidores políticos do período, onde há uma relação de poder entre os governantes e os militares, essa relação também é conduzida pela tensão na narrativa e como cada decisão tomada repercute no âmbito da universidade

Na análise da narrativa, o presente artigo explora como a relação histórica das duas coreias pode ser elemento-chave na colocação em intriga (MUNGIOLI, 2017), se destacando a relação de amor impossível, identificada no melodrama e nas relações sociais, por parte do estigma que os norte-coreanos possuíam na época, além da tensão política do contexto. Na análise verbo-visual, o artigo recorta imagens que exemplificam a relação das duas coreias mostrada na obra, na perspectiva melodramática identificada nas cenas do casal, da tensão na universidade enquanto ocorre o sequestro, da relação social estigmatizada e dos bastidores políticos.

Com base no que foi dito até aqui e a partir de uma perspectiva contextual que esse artigo objetiva implicar, o trabalho utiliza a dimensão histórica da relação política entre as duas Coreias a fim de compreender como elementos culturais e a memória são abordados em cena na produção de sentido das narrativas ficcionais sul-coreanas. Destaca-se também de como o gênero melodrama é moldado por esses elementos, pensando o amor impossível e a tensão política como fio condutores do melodrama na diegese narrativa. Apoia-se em Mittell (2004) para a abordagem de como gênero é construído pelo texto, e não intrínseco a ele, além de basear-se na discussão proposta em Mungioli et al., (2023), o artigo busca construir epistemologicamente de que por meio da utilização de elementos do melodrama, o gênero do produto K-drama é construído pela trama e como ela é desenvolvida, além de ser cultural e contextual.

Ainda, diante de uma lacuna existente nos estudos narrativos quanto ao dialogo do *K-drama* com o melodrama e os gêneros, pensou-se que uma pesquisa concentrada em discutir como o contexto cultural é trabalhado na narrativa do *K-drama* contribuiria para os avanços dos estudos da área, bem como os estudos da *Hallyu*.

REFERÊNCIAS

Baroni, R. (2007). La tension narrative. Suspense, curiosité, surprise. Paris.

Chung, A. Y. (2011). History of K-Drama. In: KOCIS. K-Drama: A New TV Genre with Global Appeal. KOCIS. Republic of Korea.

Cumings, B. (1997). Korea's place in the sun: A Modern History. New York: W. W. Norton & Company, 546 p.

Martín-Barbero, J. (2001). Melodrama: o grande espetáculo popular. In: Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, p.169-178

Mazur, D. (2018). Um mergulho na Onda Coreana, Nostalgia e Cultura pop na série de Kdrama "Reply". Dissertação de mestrado. PPG em Comunicação. UFF.

Mittell, J. (2004). Genre and television. From cop shows to cartoons in american culture. New York: Routledge.

Munoz Moreno, M. J. (2020). Representaciones del confucianismo en la serie de televisión coreana Goblin. Trabajos de grado. Universidad de la Sabana. Colômbia. Recuperado de: https://intellectum.unisabana.edu.co/handle/10818/43935.

Mungioli, M. C. P. (2017). Poética das séries de televisão: elementos para conceituação e análise. Juiz de Fora (MG): Editora da UFJF. Recuperado de: https://repositorio.usp.br/item/002855450.

Mungioli, M. C; Lemos, L. P; Penner, T. A. (2023, junho). O GÊNERO MELODRAMÁTICO E O CRESCIMENTO DA OFERTA DE K-DRAMAS ORIGINAIS NETFLIX NO CATÁLOGO BRASILEIRO: elementos para discussão. Trabalho apresentado em Anais do 32° Encontro Anual da COMPÓS

Rocha, S. Maria. (2016). Estilo Televisivo – e sua pertinência para a TV como prática cultural. Florianópolis: Insular.

Unzer, E. (2018). A Montanha e o Urso: Uma História da Coreia. Columbia & San Bernadino, EUA: Amazon Independent Publishing, 237 p.

[1] Termo cunhado pela mídia chinesa, que significa "o fluxo da Coreia".

Marcadores neofantasia ou neossentimentais na telenovela brasileira contemporânea

Neofantasy or Neosentimental Trends in the Contemporary Brazilian Telenovela

Lucas Martins Néia

Roteirista, dramaturgo, diretor e arte-educador. Doutor em Ciências da Comunicação pela Escola deComunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP, Brasil). Professor da Faculdade de Tecnologia de Mauá (Fatec Mauá), unidade do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza (CEETEPS, Brasil). E-mail: lucas_martins_neia@hotmail.com

Palavras-chave: telenovela brasileira; neofantasia; neossentimentalismo.

Keywords: *Brazilian telenovela; neofantasy; neosentimentalism.*

RESUMO EXPANDIDO:

Em trabalho anterior (Néia, 2021), dedicamo-nos a traçar uma história cultural da telenovela no Brasil com vistas a compreender como melodrama e brasilidade se articularam no panorama teleficcional do país entre 1963 e 2020. Para isso, delineamos uma estratégia metodológica que tomou a *espacialidade* como a principal variável teórica e empírica no engendramento de análises socionarrativas das ficções de TV. Identificamos, então, quatro constructos espaciais predominantes nas telenovelas nacionais: a cidade de São Paulo; a cidade do Rio de Janeiro; o interior do Brasil; e o exterior. Na sequência, consubstanciamos esses dados às três fases propostas por Hamburger (2005) e Lopes (2003, 2009) para o processo histórico da telenovela brasileira: (I) *fantasia* ou *sentimental*; (II) *nacional-popular* ou *realista*; e (III) *de intervenção* ou *naturalista*.

O período *fantasia* (Hamburger, 2005) ou *sentimental* (Lopes, 2009) é marcado por *plots* fortemente melodramáticos. Há uma predominância de narrativas ambientadas no exterior, seguidas por títulos cuja ação se desenrolava em São Paulo – Tupi e Excelsior, as duas emissoras que mais produziram ficções de longa serialidade nessa fase, tinham suas sedes localizadas na cidade. Não à toa, portanto, *Beto Rockfeller* (Tupi, 1968), obra que desponta como o primeiro grande expoente do *gênero* telenovela brasileira, é ambientada na capital paulista. A trama se apropriou da densidade sociocultural de São Paulo já no momento da concepção de seu enredo, arquitetando uma *geografia dramática* responsável por projetar a cidade para além do caráter meramente ilustrativo verificado nas localidades retratadas pela maioria dos títulos anteriores (Néia, 2021).

Beto Rockfeller dá início ao estágio *nacional-popular* (Hamburger, 2005) ou *realista* (Lopes, 2003, 2009) de nossos telefolhetins. Mesmo investindo no constructo de um Brasil que se "moderniza", as narrativas ainda se valem do modo ético e emocional de conceituação e dramatização do melodrama. Entre as décadas de 1970 e 1980, a telenovela brasileira se consolida como um espaço de narração sobre a nação (Lopes, 2003, 2009) e alcança sua equação definitiva, mesclando a carpintaria do drama radiofônico de longa duração à perspectiva crítica instaurada no teatro brasileiro nos anos anteriores ao golpe de 1964. É também neste momento que o Rio de Janeiro toma para si o protagonismo na ambientação das ficções televisivas – trata-se do mesmo período, afinal, em que a Globo, sediada na cidade, se firma como "campeã de audiência" e forja seu propalado padrão de qualidade.

Após a exibição de *Pantanal* (Manchete, 1990), observamos um crescimento expressivo de títulos que se passavam no interior do Brasil. Ao levar para a TV imagens e personagens do Centro-Oeste do país, conquistando números de audiência raramente alcançados no circuito *off*-Globo, a trama acaba por instaurar a fase *de intervenção* (Hamburger, 2005) ou *naturalista* (Lopes, 2009) da teleficção nacional, caracterizada pela encenação de fatos ou temas sociais e políticos que remetem explicitamente à vida da nação. No decorrer dos anos 1990 e 2000, dá-se a codificação de mais uma marca distintiva da telenovela brasileira frente a outros modelos dramáticos televisivos: o *merchandising* social – ações socioeducativas que, inseridas na diegese das obras, vinculam-se às próprias raízes modernas do melodrama por se dotarem de um caráter expositivo e de uma dimensão pedagógica (Nicolosi, 2009).

A partir dos achados identificados nesta jornada pelas *paisagens da história* (Gaddis, 2003) da ficção televisiva no Brasil, refletimos acerca da instauração de um novo período na cronologia dessas obras, ao qual apregoamos um caráter *neofantasia* ou *neossentimental* (Néia, 2021). Constatamos que, entre 2015 e 2020, houve um aumento porcentual significativo de tramas ambientadas no exterior. Isso ocorreu especialmente por conta das narrativas bíblicas da Record, cujo expoente é *Os Dez Mandamentos* (2015). Tais produções religiosas, desta forma, resgataram um padrão largamente verificado no estágio *fantasia* ou *sentimental* de nossa teleficção: enredos nos quais o exotismo e o fascínio pelo "Outro" – um outro imaginado – eram fatores estruturantes nas representações de países estrangeiros.

Como Hamburger (2005) e Lopes (2009) procederam ao periodizarem a história da telenovela brasileira, enxergamos em um obra realizada fora da emissora líder de audiência traços distintivos com relação aos gêneros narrativos e ao caráter estético que se apresentavam predominantemente até então, aliados aos rearranjos pelos quais a cadeia do audiovisual passava naquele instante em âmbito nacional e global. Percebemos que, nos anos seguintes à

primeira exibição de *Os Dez Mandamentos* pela Record, a TV brasileira vivenciou uma movimentação similar àquela detectada após os fenômenos *Beto Rockfeller* e *Pantanal*: a Globo, na qualidade de indústria do entretenimento – denominando-se atualmente como uma *media tech* –, não demorou a "absorver" em suas telenovelas aspectos que marcaram uma ficção de grande sucesso veiculada por uma de suas concorrentes.

Com a proliferação de títulos que apostaram em procedimentos mais *tradicionais* na *formatação* de suas tramas, o melodrama voltou ao *primeiro plano* das narrativas. A nosso ver, foi justamente por meio deste modo/gênero que a telenovela, nos últimos anos contemplados por nossa investigação, procurou demarcar sua especificidade diante da emergência de novas opções de entretenimento – recorrendo, ainda, a procedimentos adotados no decorrer de toda a sua história a fim de manter sua relevância e continuar ocupando a centralidade do panorama audiovisual brasileiro.

Já naquele instante sabíamos que esses argumentos constituíam uma *hipótese* cuja comprovação não se restringiria ao período recortado pela pesquisa, mas seria posta à prova em meio às reconfigurações desveladas pelos mais variados setores do audiovisual brasileiro – e mundial – nos anos subsequentes. Nosso objetivo neste trabalho, portanto, é diagnosticar se tal hipótese pode ser estendida ao panorama televisivo dos últimos três anos (2021, 2022 e 2023) e se caminhamos, de fato, para a consolidação de uma *paisagem neofantasia* ou *neossentimental* na diacronia da telenovela no Brasil.

Visando à operacionalização desta análise, recorreremos à *teoria barberiana da comunicação* (Lopes, 2018) de modo a apreender as imbricações entre *matrizes culturais* e *formatos industriais*, os trajetos entre as *lógicas de produção* e as *competências de recepção* e as conexões entre *tecnicidades* e *sensorialidades* emergentes no ambiente teleficcional brasileiro contemporâneo. Além disso, utilizaremos o vocabulário conceitual aqui referenciado ao perscrutarmos empiricamente os títulos de longa serialidade levados ao ar após a conclusão de nossa primeira investigação.

REFERÊNCIAS:

Gaddis, J. L. (2003). *Paisagens da história: como os historiadores mapeiam o passado*. Campus.

Hamburger, E. I. (2005). *O Brasil antenado: a sociedade da novela*. Zahar.

Lopes, M. I. V. (2003). A telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. *Comunicação & Educação,* (26), 17–34. https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v0i26p17-34

Lopes, M. I. V. (2009). Telenovela como recurso comunicativo. *MATRIZes, 3*(1), 21–47. https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v3i1p21-47

Lopes, M. I. V. (2018). A teoria barberiana da comunicação. *MATRIZes, 12*(1), 39–63. https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v12i1p39-63

Néia, L. M. (2021). *Como a ficção televisiva moldou um país: uma história cultural da telenovela brasileira (1963 a 2020)*. (Tese de doutorado não publicada). Universidade de São Paulo, Brasil.

Nicolosi, A. P. (2009). Merchandising *social na telenovela brasileira: um diálogo possível entre ficção e realidade em* Páginas da Vida. (Dissertação de mestrado não publicada). Universidade de São Paulo, Brasil.

Discutir o sexo dos anjos: estranhando afetos em Good Omens.

Dancing on the Head of a Pin: queering affections in Good Omens

NUNES, Máira de Souza
(Centro Universitário Internacional Uninter, Brasil
mairanunes@gmail.com)
AGUIAR, Bernardo Cortizo de
(Universidade Federal de Pelotas, Brasil
bernardo.cortizo@gmail.com)

GI 8 – Ficção Televisiva e Streaming (Remoto)

Palavras-chave: Literatura Fantástica; Adaptação Literária; Belas Maldições;Crowley; Aziraphale.

Keywords: *Fantastic Literature; Literary Adaptation; Good Omens; Crowley, Aziraphale.*

Da criação ao princípio do fim, são mais de seis mil anos de convivência entre humanos e entre si. Aziraphale e Crowley habitam esse entre-lugar onde os afetos surgem e fazem morada, numa relação construída entre a materialidade do corpo e a inefabilidade sobrenatural. A história dos protagonistas é contada no livro *Good Omens: the nice and accurate prophecies of Agnes Nutter, witch*, lançado em 1990 e adaptado para o streaming televisivo em 2019. Escrito por Terry Pratchett e Neil Gaiman, o livro é uma narrativa fantástica cômica que tem como enredo principal o nascimento do filho de Satane a chegada do apocalipse.

A primeira temporada da série produzida pela Amazon segue a história do livro: Crowley, anjo caído que habita a Terra desde a criação do mundo, possui um "acordo de trabalho" com Aziraphale, um emissário divino com quem desenvolveu uma amizade. Uma troca de bebês desencadeia a trama e interfere na execução do fim do mundo. A história apresenta as tentativas de Crowley, Aziraphale, e outras partes interessadas em descobrir onde está o anticristo e tentar evitar (ou garantir) o apocalipse. A segunda temporada, bem mais focada no anjo e demônio, usa do mistério da amnésia do arcanjo Gabriel para permitir que a narrativa explore a relação de Crowley e Aziraphale: desde o lançamento do livro o fandom da obra cogita se o relacionamento dos dois seria platônico ou romântico, e a segunda temporada explora essas questões, oferecendo uma resposta ao final.

Desta forma, a presente pesquisa tem por finalidade discutir os elementos da narrativa fantástica presentes na série *Good Omens* a partir da análise da relação entre as personagens Aziraphale e Crowley, tensionando esses elementos por meio de um estranhamento dos afetos. Se a primeira temporada apresenta a dinâmica de interação entre Céu e Inferno, como opostos complementares, é na segunda temporada que a relação entre anjos e demônios ganha destaque, evidenciando o afeto que habita entre "o estranho e o maravilhoso", entendidos como marcas do terreno do fantástico. O fenômeno estranho oscila entre causas naturais e sobrenaturais, criando uma ruptura da ordem estabelecida que se materializa no efeito fantástico. (TODOROV, 1975). A narrativa fantástica é essencialmente ambígua e incerta, pois pressupõe, ao mesmo tempo, uma aliança e uma oposição entre as ordens do real e do sobrenatural manifestadas em fenômenos estranhos. Da mesma forma, promove sentimentos de estranheza, como uma tentação que se sofre e se frui.(CAMARANI, 2014).

Analisar uma adaptação literária para o audiovisual pressupõe compreender que esta é igualmente um produto e uma produção e possibilita múltiplos modos de engajamento: contar, mostrar, interagir. (HUTCHEON, 2013). A análise da adaptação e da relação das personagens passa pela discussão da representação como modo de apreensão e interpretação da realidade, uma forma de reconstituir o senso comum em realidades compartilhadas. (MOSCOVICI, 2007; JODELET, 2017). O universo ficcional representado nas séries orienta a compreensão do mundo e a produção de sentido, causando reconhecimento e identificação.

No caso de anjos e demônios, exercício de estranhar afetos propõe um jogo de enunciação no qual "estranho" se apresenta tanto como elemento da narrativa fantástica quanto como constituinte das dissidências queer. O afeto se encontra nas intensidades que atravessam os corpos, sejam eles humanos ou não, nas ressonâncias que circulam entre corpos e mundos como uma força de encontro (GREGG; SEIGWORTH, 2010). Afetos queer se constituem dentro e fora da economia do desejo e do desejar (MUÑOZ, 2009) e, no caso de anjos e demônios, indicam a binariedade das formulações do bem e do mal. No entanto, essa dicotomia é ironizada pela subversão da temática da obediência. Tanto Aziraphale quanto Crowley desobedecem a ordens divinas e terrenas,

constituindo-se como sujeitos desviantes de uma ordem que inverte a lógica da transgressão, seja de normas ou de afetos. Desta forma, uma política do estranhamento (NUNES, 2017) permite compreender a representação de afetos numa narrativa fantástica audiovisual a partir de uma perspectiva datransitoriedade do entre-lugar.

A investigação do desenvolvimento da relação dos protagonistas a partir do tensionamento entre as expectativas, discursos e debates dos fãs, e o que de fato se concretiza na série se deu por meio de uma pesquisa exploratória descritiva, relacionando a narrativa do livro e das duas temporadas da série com o fandom queer presente em plataformas de compartilhamento (Tumblr, Instagram, Twitter/X, DeviantArt, Pinterest) percebido pelas manifestações dos debates entre membros da comunidade e a produção dos fãs. Foram analisadas, além do livro e das duas temporadas atuais da série, imagens e posts produzidos por fãs nessas plataformas, com foco nas que comentem ou se posicionem sobre a relação de Aziraphale e Crowley, seja se identificando com uma das personagens ou seu relacionamento, seja comentando sobre e debatendo interpretações sobre a relação dos dois.

Dessa investigação percebe-se um entranhamento entre os afetos dos fãs com a obra, operacionalizados através dos reconhecimentos, identificações e subversões percebidos e sentidos na relação de Crowley e Aziraphale. Aquilo projetado na relação das duas personagens por vezes entra em atrito com o que é atualizado ou não na obra, seja antes da definição de qual seria a relação de fato entre o anjo e o demônio (platônica ou romântica), e as interpretações do fandom sobre ela, seja as reações pós segunda temporada, quando a situação é de fato definida. Aquilo que era liminal, potência, se torna atual e move e transforma afetos e estranhamentos em novas configurações.

Referências

CAMARANI, Ana Luiza Silva. **A literatura fantástica**: caminhos teóricos. São Paulo, SP: Cultura Acadêmica, 2014.

GREGG, Melissa; SEIGWORTH, Gregory J. **The Affect Theory Reader.** Durham: Duke University Press, 2010.

HUTCHEON, Linda. **Uma teoria da adaptação**. Florianópolis: Editora UFSC,2013.

JODELET, Denise. **Representações sociais e mundos de vida**. São Paulo:Fundação Carlos Chagas; Curitiba: PUCPRess, 2017.

MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais**: investigações em psicologiasocial. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

MUÑOZ, José Esteban. **Cruising utopia**: the then and there of queerfuturity. New York: New York University Press, 2009.

NUNES, Máira de Souza. **God save the queer**: mobilização e resistência antimainstream no Facebook. Tese (Doutorado) – Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, 2017.

TODOROV, Tzvetan. **Introdução à literatura fantástica**. São Paulo: Perspectiva, 1975.

Telenovela e hipertelevisão: experiências de consumo em outras telas

Soap operas and hypertelevision: consumer experiences on other screens

Lucas Pires de Oliveira[2]

GI 8 – Ficción Televisiva y Streaming

PALAVRAS-CHAVE: Streaming; Melodrama; Temporalidade.

KEYWORDS: Streaming; Melodrama; Temporality.

RESUMO

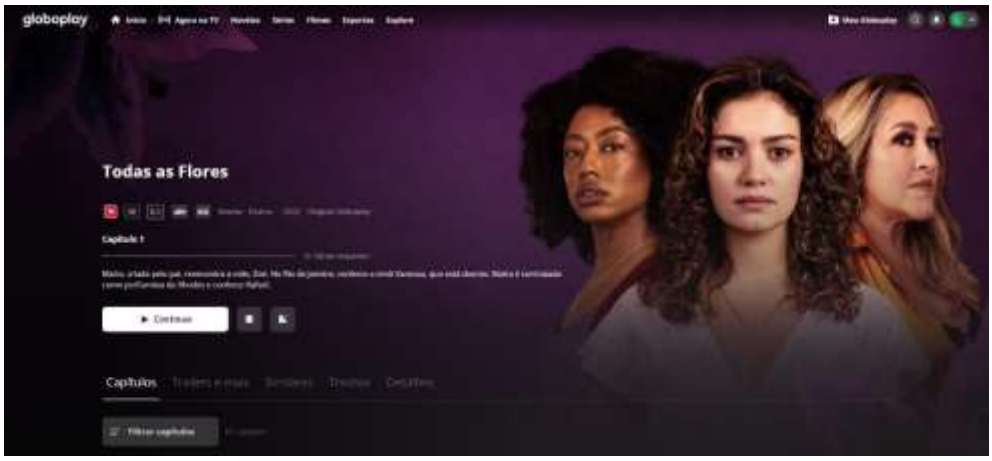
Este artigo discute as transformações da telenovela brasileira no contexto da hipertelevisão, numa articulação com as noções de usuário e temporalidade. Para tornar esses conceitos manejáveis, realizou-se a observação da disponibilização da telenovela Todas as Flores na plataforma digital de *streaming* Globoplay e, posteriormente, a recepção do trecho de uma cena da telenovela a partir de comentários na página da plataforma no Facebook. O estudo aponta para o fortalecimento do melodrama e a reconfiguração no consumo da telenovela na lógica da hipertelevisão a partir da atividade do usuário. Em outubro de 2021, foi lançada *Verdades Secretas II*, a primeira telenovela brasileira produzida, exclusivamente, para o *streaming*. Um ano depois, a plataforma lançou a segunda telenovela: *Todas as Flores*, exibida entre outubro de 2022 e junho de 2023, com 85 capítulos. O cenário descrito coloca em evidência a reconfiguração da televisão e os novos fluxos percorridos pela telenovela tanto na perspectiva da produção como na do consumo. No caso do Globoplay, as telenovelas são disponibilizadas na íntegra, o que permite não somente o consumo individual por parte do telespectador, mas a própria atividade daquele que deixa de carregar tal etiqueta para tornar-se um usuário (Scolari, 2014). Tendo em vista os hábitos de consumo que emergem a partir da relação com as novas telas, as telenovelas ganham outras possibilidades de assistência, agora ajustadas aos gostos e diferentes interesses do usuário. Compreende-se por telenovela "o nome genérico dado à narrativa ficcional televisiva" (Lopes, 2003, p. 17), mas que, como podemos observar, desloca-se da televisão tradicional para outras telas. Uma das principais características das produções ficcionais televisivas é a continuidade, marca que se originou com o folhetim. Na televisão, portanto, o telespectador precisa aguardar pelo episódio seguinte para saber o

desfecho dos acontecimentos da narrativa. No cenário da convergência midiática (Jenkins, 2009), contudo, o internauta exerce uma liberdade de escolha sobre como deseja assistir sua novela preferida, uma vez que "pode mudar a ordem dos assuntos que lhe são propostos por intermédio de um sumário" (Jost, 2015, p. 22); outro ponto forte é a temporalidade, considerando que não é mais "necessário esperar uma hora para se ver desenrolar a atualidade" (Jost, 2015, p. 23). As inúmeras transformações pelas quais o modelo de televisão tradicional tem passado nos remete à ideia de hipertelevisão, que considera "a crise do *broadcasting*, a fragmentação das audiências e o avanço de uma televisão reticular e colaborativa, marcada pelas experiências interativas de seus novos telespectadores" (Scolari, 2014, p. 44). Dentre as principais características da hipertelevisão, elencamos aqui duas que serão observadas na presente investigação: a fragmentação da tela e a aceleração da história. O cenário desenhado pela hipertelevisão traz à tona novas práticas de produção e de consumo. As ideias de uma tela fragmentada, representada pela "modularização das informações em diferentes áreas da tela" (Scolari, 2014, p. 45), bem como a aceleração de histórias, cuja tarefa é atomizar a informação e ir direto ao ponto, direcionam nosso olhar para uma nova temporalidade. Nessa perspectiva, o tempo não é mais condicionado pela mídia televisiva, mas, sim, adequado pelo usuário às suas preferências. No contexto da hipertelevisão, esse movimento ganha novos fluxos. Para Lipovetsky & Serroy (2009, p. 211), "em algumas décadas, com o desenvolvimento de uma lógica de mercado, passou-se de uma televisão de raridade a uma televisão de profusão, e de uma televisão de oferta a uma televisão de demanda". Nesse sentido, o telespectador, agora compreendido como usuário, tem acesso às mídias de maneira "hiperindividualista, segundo seus gostos, seus humores e suas temporalidades próprias" (Lipovetsky & Serroy, 2009, p. 259). Neste estudo, foi realizada a observação da disponibilização da novela Todas as Flores na plataforma digital de *streaming* Globoplay. O objetivo foi operacionalizar a ideia de uma hipertelevisão, a partir de uma articulação com as noções de usuário e temporalidade. Posteriormente, realizou-se a recepção do trecho de uma cena da telenovela Todas as Flores a partir de comentários na página da plataforma no Facebook. Durante a observação da disponibilização da novela, verificou-se que, na tela inicial da página, estão dispostos o título e, logo abaixo, as abas: capítulos (todos os 85 episódios), trailers e mais (chamadas da novela), similares (produções que englobam drama, romance e outros gêneros), trechos (capítulos fragmentados) e detalhes (ficha técnica da obra). Na

tela selecionada para observação foi acessado o capítulo 1 da novela, que possui 1h18min de duração, porém apenas com o cursor é possível navegar por todo o episódio sem, necessariamente, seguir o ritmo original. Além disso, há opção de pausar o vídeo.

Figura 1

Tela inicial da novela na plataforma

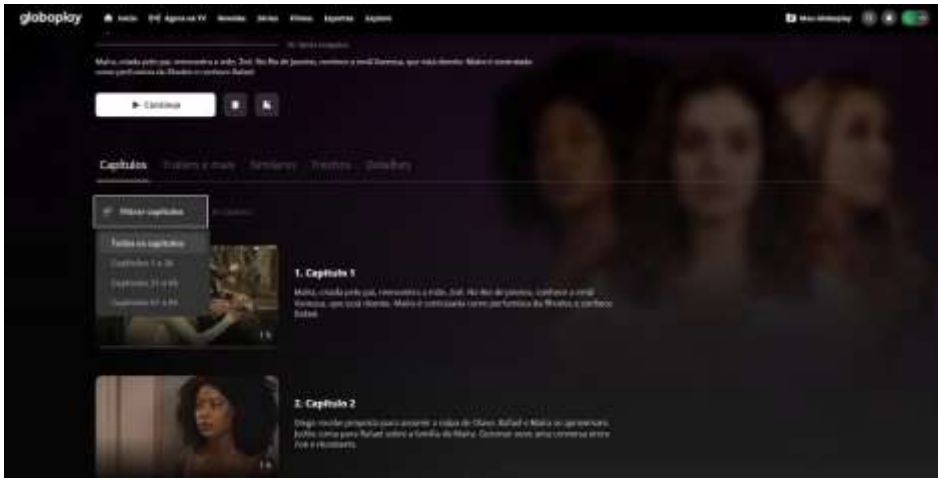


Fonte: Globoplay (2023)

Na segunda tela aparecem as alternativas de mostrar todos os capítulos, capítulos de 1 a 30, de 31 a 60, de 61 a 85, cabendo ao usuário escolher aqueles que deseja assistir. Cada capítulo é acompanhado de um breve resumo, além do tempo de duração aproximado no canto inferior direito da miniatura.

Figura 2

Seleção de capítulos

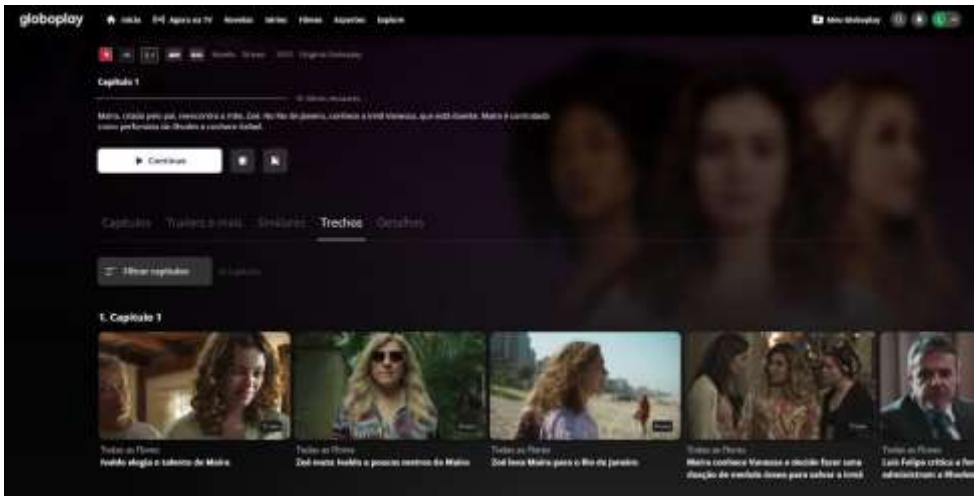


Fonte: Globoplay (2023)

Por fim, a terceira tela mostra a opção “trechos”, mencionada anteriormente. Após escolher o capítulo que deseja consumir, o usuário tem a possibilidade de assistir somente os trechos que lhe interessam, considerando que cada pedaço do capítulo é organizado por uma legenda, além do frame em destaque.

Figura 3

Seleção de trechos de cada episódio



Fonte: Globoplay

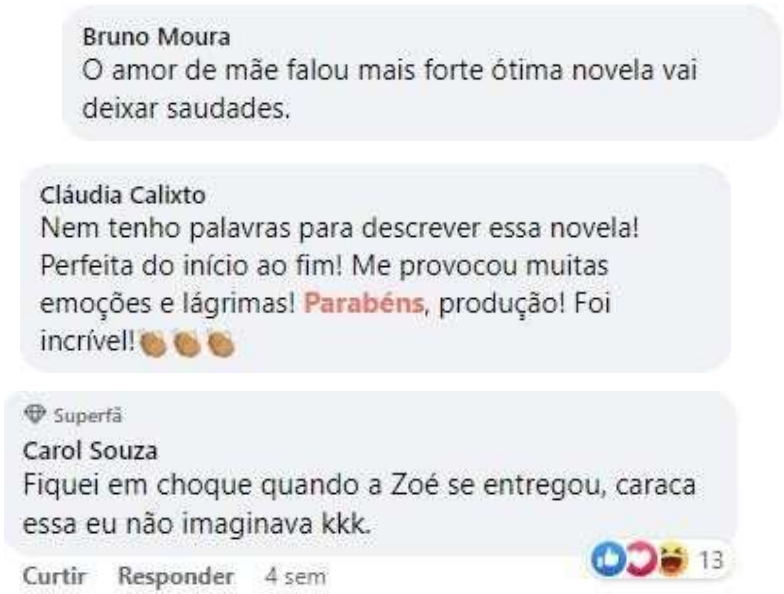
Na sequência, foi analisada uma seleção de comentários sobre o trecho de uma cena exibida no último capítulo da novela, referente ao julgamento de Maíra, onde Zoé, que é mãe da jovem e vilã da história, confessa todos os crimes e inocenta a filha[3].

Figura 4

Trecho de cena publicado no Facebook

Fonte: Globoplay/Facebook

Os comentários selecionados compreendem o período que data da publicação do vídeo, em 1 de junho de 2023 até o dia 9 do mesmo mês. Na época da seleção havia 145 comentários na publicação, que atualmente possui 4,3 mil reações e 217 mil visualizações. Considerando a extensão do artigo e buscando atender a proposta desta investigação realizou-se uma triagem, levando em conta os componentes melodramáticos na perspectiva de Thomasseau (2005), resultando no seguinte *corpus*:



Cristina Guilarduci
Me surpreendeu o último episódio,fiquei satisfeita com o final

Delma Ramos
Eu também estou em choque com a confissão da Zoé 😯😯

Curtir Responder 4 sem

Jubiraci Melo
O último capítulo fez o telespectador ter ódio da Zoé, depois se emocionar com ela falando a verdade no julgamento e raiva ou decepção dela e a filha terem terminado batendo carteira, coisa feia Zoé e Vanessa, e Pablo desonesto igual ao pai, não se degenerou, mas se lascou 😬😂😂😂 e o final que todos esperavam Maíra e Rafael ❤️

Lila Jacone
Gente minha luz acabou na hora fiquei sem internet fiquei loucaaaa agora q terminei d ver kkkk mais amei o final zoé fiquei abismada c a confirmação dela 🙂

Curtir Responder 4 sem 3

Nicolás Di Luca
A Zoé foi ótima...maís Vanessa tinha que pagar tambem é no acontecio nada com ela.

Curtir Responder 4 sem 2

Cristina Guilarduci
Lila Jacone agente fica em uma ansiedade até conseguir ver tudo kkkkk,aí que pena que acabou,vou ver outra vez,com mais calma pois as cenas que Maíra sofre muito eu ficava chorando 😭.kkkkkkk

Curtir Responder 4 sem

Leni Tuzze
Lila Jacone adoreiiii, só que eu queria que o Pablo fosse devolver o dinheiro pro irmão, seria um final maravilhoso, mas não, terminou igual o pai

Fonte: Globoplay/Facebook

Esse estudo permitiu observar alguns aspectos que giram em torno da chamada hipertelevisão e como esse novo itinerário impacta na produção, na distribuição e no consumo das telenovelas. Destaca-se ainda o papel do usuário neste cenário, que passa a ser parte integrante para tornar possível esse processo, dando luz a uma cultura participativa, que contrasta com a ideia de uma audiência passiva.

Finalmente, faz-se necessário explicitar o potencial da novela Todas as Flores de renovar uma estrutura sentimental tão duradoura como o melodrama (Thomasseau, 2005), atualizando essa matriz cultural na perspectiva do *streaming*. Por meio da análise dos comentários foi possível perceber o envolvimento dos usuários com elementos característicos do gênero, o que permite uma ressemantização da narrativa ficcional brasileira por meio de seu consumo em outras telas.

REFERÊNCIAS

Jenkins, H (2009). Introdução. In: Jenkins, H. *Cultura da Convergência*. 2 ed. Aleph.

Jost, F (2015). Que relação com o tempo nos é prometida na era da ubiquidade televisiva? In: Serra, Paulo; Sá, Sônia; Souza Filho. *A televisão ubíqua* (p. 9-24). Livros LabCom.

Lipovetsky, G & Serroy, J (2009). *A Tela Global: mídias culturais e cinema na era hipermoderna*. Ed. Sulina.

Lopes, M.I.V (2003). Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. *Comunicação & Educação*, 26, 17-34.

Scolari, C A (2014). This is the end: as intermináveis discussões sobre o fim da televisão. In: Carlón, M; Fechine, Y (org.). *O fim da televisão.* Confraria do Vento.

Thomasseau, J (2005). *O melodrama.* Perspectiva.

[1]Resumo expandido submetido ao XI Seminário da Associação Latino- Americana de Pesquisadores em Comunicação – (Seminário ALAIC 2023), com o tema "Cidadania comunicativa, informação e democracia", Brasília, de 3 a 7 de outubro de 2023.

[2] Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Brasil, E-mail: lucaspires019@gmail.com

[3] Trecho de cena da novela Todas as Flores, publicado na página do Globoplay, no Facebook. Disponível´ em https://www.facebook.com/globoplay/videos/1500383704118965 Acesso em 05 jul 2023.

Histórias da vida real na ficção: os refugiados de Órfãos da Terra

Real-life stories in fiction: the refugees from Orphans of the Earth

Luciano Teixeira de Paula

Universidade de São Paulo - Brasil
luciano.teixeira@usp.br

GI 8 – Ficción Televisiva y Streaming (Remoto)

Palavras-chave:Refúgio; telenovela; alteridade

Refuge; soap opera; alterity

Tema Central

A discussão das pessoas em situação de refúgio é o grande tema e a grande contribuição de Órfãos da Terra (TV Globo, 2019) para a teledramaturgia brasileira. Um assunto que foi tratado com grande intensidade na primeira fase da telenovela (principalmente no momento de saída da família Faiek da Síria, travessia entre países e chegada ao Brasil), mas que foi abordado ao longo de toda a trama de diferentes formas, com diferentes personagens.

Órfãos da Terra centrou a discussão em torno dos refugiados sírios, venezuelanos e congoleses, além dos haitianos, que não são considerados refugiados e estão no Brasil com visto humanitário. A telenovela trouxe, no total, entre o plot principal e os secundários, 8 personagens refugiados (Laila, Elias, Kháled e Missade Faiek, Faruq Murad, Jean-Baptiste Enfant, Marie Patchou e Martin) e pessoas que que se viram forçadas a emigrar em épocas anteriores, principalmente depois de Segunda Guerra Mundial (os judeus Ester Blum e Bóris Fischer e o palestino Mamede Al Aud).

Neste artigo, queremos falar do drama de 5 refugiados da vida real mostrados na trama em diferentes momentos, em forma de depoimento no Instituto Boas Vindas, que acolhe os refugiados na telenovela. A importância do tema e dessa discussão na ambiência da trama das 18 horas tem relevância diante dos números de refúgio. De

acordo com o relatório "Tendência Globais" do ACNUR, o Alto Comissariado das Nações Unidas para Refugiados, divulgado em 2023 e relativo a todo ano de 2022, a quantidade de pessoas deslocadas por guerras, perseguições, violências e violações de direitos humanos atingiu o recorde de 108,4 milhões no mundo.

Objetivos

O objetivo principal deste artigo é estudar a produção de sentido na telenovela quando o assunto é a discussão do refúgio como tema central. Nosso foco, nessa breve análise, é entender como são mostrados os depoimentos de personagens refugiados da vida real. Foram eles: a angolana Ruth Mariana (capítulo 16), os sírios Nissan Arbach (capítulo 79) e Salim Alazer (capítulo 102), a venezuelana Maria Gabriela (capítulo 123), além da ex-refugiada e ex-apátrida Maha Mamo (capítulo 23), que conseguiu a nacionalidade brasileira.

Estes personagens estiveram em destaque no "Roda da História", um encontro realizado no fictício Instituto Boas Vindas para um público de frequentadores. Esse é o momento onde essas pessoas contam suas histórias, o que as levou a deixar seu país e como e em que condições chegaram até o Brasil.

Caracterização do estudo ou discussão teórica proposta

A telenovela é um dos principais produtos da cultura brasileira. Ao longo de mais de 70 anos, esse formato consolidou-se como uma das formas mais significativas de entretenimento tanto para os brasileiros quanto para pessoas de outras nacionalidades, que acompanham as tramas produzidas no Brasil em seus países de origem.

Esse formato não se limita apenas à esfera do entretenimento: ele também desempenha um papel fundamental como um espaço de expressão social e cultural:

> Em torno ou a partir desse referencial se desenvolvem desde as mais comezinhas conversas cotidianas até as grandes discussões, nas relações face a face, nas que envolvem grandes interesses nacionais, campos especializados e sujeitos a diferentes mediações. (MOTTER, 2004, p.264)

Jesús Martín-Barbero (1997) destaca o papel de alicerce da televisão e seu "lugar estratégico que [...] ocupa nas dinâmicas da cultura cotidiana das maiorias, na transformação das sensibilidades, nos modos de construir imaginários e identidades"

(MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 27). De acordo com o autor, essa construção tem predominância do verbal, do coloquial, que traduz a narrativa para o telespectador: "a predominância do verbal na televisão se inscreve na necessidade de subordinar a lógica visual à lógica do contato, dado que é esta que articula o discurso televisivo sobre o eixo da relação estreita e a preeminência da palavra em culturas tão fortemente orais" (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 296).

Abordagem e/ou Metodologia de Abordagem

O artigo investiga a produção de sentidos sobre refúgio, migração e a discussão do que é ser brasileiro e o que é ser estrangeiro a partir do discurso da telenovela. O estudo de caso tem vertente interdisciplinar e se ampara nos Estudos Culturais, de televisão e dialoga com a Sociologia e Antropologia ao discutir a alteridade e identidade nacional.

A pesquisa se alicerça nos Estudos de Linguagem ao investigar a construção discursiva, utilizando as ferramentas teórico-metodológicas da Análise do Discurso de linha francesa de Mainguenau, bem como os trabalhos de Bakhtin sobre construção da linguagem e alteridade.

Principais Resultados, Reflexões e Conclusões Mais Importantes

Ao trazer os depoimentos de cinco refugiados da vida real, nossa intenção é compreender os sentidos destas falas. Considerando a telenovela (Lopes, 2009, p. 22) como "narrativa da nação", o objetivo é entender como se configura a identidade brasileira em relação aos que estão em situação de refúgio no país. Dentro desse arcabouço, a ficção seriada reflete padrões comuns de enunciação e representação da alteridade. Queremos saber como ela contrapõe elementos familiares ao reforçar seu caráter exótico em relação aos discursos de identidade. Nas transcrições das enunciações que selecionamos para este artigo, buscamos manter as marcas de oralidade do discurso e também identificar a postura visual e corporal, que ajuda a entender o *ethos* discursivo.

Conclusão

Em Órfãos da Terra, esse outro - seja ele refugiado, descendente de estrangeiros, migrante ou brasileiro - está (oni)presente nos personagens e ao longo de toda a narrativa, nesse recorte de personagens refugiados da ficção e vida real, o que ajuda a construir essa alteridade e ao mesmo tempo reforça o que é familiar, estruturado de acordo com um conjunto regular, recorrente e abrangente de técnicas, recursos e padrões – identificável na telenovela para o corpus que fala sobre refugiados.

A partir dessa análise, um pedaço de nossa tese de doutorado em construção na Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade São Paulo (USP), queremos contribuir para o campo da comunicação e das pesquisas em narrativas televisuais, sobretudo no que tange ao estudo das estruturas narrativas e discursivas das ficções seriadas nacionais. E, a partir daí, analisar o discurso da telenovela na construção de um determinado tipo de alteridade (a do refugiado) e sua relação dialógica com as representações sociais.

Referências

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da Criação Verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BAKHTIN, Mikhail. **Os gêneros do discurso**. São Paulo: Editora 34, 2016.

LOPES, M. I. V. de. **Telenovela como recurso comunicativo**. Matrizes, São Paulo, ano 3, n.1, ago/dez., 2009.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2013.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia.** Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MOTTER, M. L. Mecanismos de renovação do gênero telenovela: empréstimos e doações. In: LOPES, M. I. V. de. **Telenovela: internacionalização e interculturalidade.** São Paulo, Loyola, 2004. (p. 251-291).

PROJETO MEMÓRIA GLOBO. Guia Ilustrado TV Globo: novelas e minisséries. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2010.

TEIXEIRA, Luciano. Discursos de ficção, imigração e alteridade na telenovela Órfãos da Terra. In: LEMOS, Ligia Prezia; ROCHA, Larissa Leda. **Ficção seriada: Estudos e pesquisas (volume 4)**. Alumínio, SP : Jogo de Palavras ; Votorantim, SP : Provocare Editora, 2021.

Consumo midiático de Ficção Televisiva:
a emergência da pesquisa sobre streaming no Brasil

Media consumption of Television Fiction:
the emergence of streaming research in Brazil

Regiane Regina Ribeiro
UFPR – Brasil
regianeribeiro5@gmail.com
Felipe da Costa
UFPR – Brasil
contato@felipedacosta.com.br
Romão Matheus Neto
UFPR – Brasil
romaomatheusneto@gmail.com

GI 8 – Ficción Televisiva y Streaming

Palavras-chave: Consumo midiático. Ficção televisiva. Streaming.

Key words: Midiatic consumption. Television fiction. Streaming.

A pesquisa aqui relatada é um recorte uma pesquisa mais ampla, que realizou um estado da arte sobre as pesquisas de recepção e consumo midiático nos Programas de Pós-Graduação da área de Comunicação no Brasil de 2016 a 2020. Os resultados gerais serão publicados em Jacks, Libardi e Sifuentes (no prelo) e continuam um mapeamento que vem sendo realizado desde a década de 1990. No livro, escrevemos o capítulo que trata da ficção televisiva. Aqui, relataremos seis dos sete trabalhos classificados como consumo midiático, justamente os que analisam a relação da audiência com a Netflix, primeiro serviço de *streaming* lançado no Brasil.

Nosso entendimento de consumo midiático se vincula ao de Toaldo e Jacks (2013), de que é uma vertente do consumo cultural discutido por García Canclini (2005). Para as autoras, o consumo midiático é o consumo do que a mídia oferece nos grandes meios e nos produtos oferecidos por eles.

Para a definição do *corpus* da pesquisa foram lidos os resumos de 5.462 teses e dissertações defendidas nos 57 Programas de Pós-Graduação de Comunicação no Brasil. Foram identificadas 141 trabalhos que tratam de recepção ou consumo midiático nas abordagens sociocultural ou sociodiscursiva.

Em Ribeiro, Costa e Matheus Neto (no prelo) analisamos 34 trabalhos, sendo 27 estudos de recepção e sete de consumo midiático. Em relação ao período anterior, discutido por Silva e Knoll (2017), a principal novidade em dos estudos de consumo midiático é que os pesquisadores incluíram em seus

interesses de pesquisa as mudanças nas formas de assistir televisão ocorridas após emergência das plataformas de *streaming* no Brasil. Notadamente a Netflix, objeto de estudo de seis dos sete trabalhos. Entre os meios estudados foram identificados três que analisam somente a televisão e três que analisam televisão e internet (Facebook). Já em relação aos gêneros, três se debruçaram sobre séries, um sobre filmes e outro foi classificado como audiovisual, tendo em vistaque não especifica o tipo de conteúdo.

Em relação ao público, dois trabalhos estudaram usuários da Netlix, sem especificar gênero ou idade; um tem como informantes jovens e adultos fãs, um mulheres fãs, um jovens e adultos, e outro homens e mulheres.

Em relação às técnicas de coleta utilizadas para captar as produções de sentido dos sujeitos, destaca-se que todos dentro desse conjunto de trabalhos fez uma combinação de técnicas. Também foi mais comum o uso de técnicas de observação, sendo que apenas um não a utilizou. A entrevista segue sendo a mais utilizada, cinco trabalhos no total. Em seguida estão: observação participante, com quatro; questionário, com três; e análise de postagens, com dois. Já observação, netnografia e diário de campo foram utilizadas em uma investigação cada.

Entre as mudanças mais significativas introduzidas pela Netflix está a liberação de todos os episódios de uma temporada de uma única vez, enquanto os canais tradicionais normalmente liberam apenas um por semana. Esta nova forma de distribuição acaba por modificar também as maneiras como o público consome os produtos audiovisuais, propiciando a prática de *binge-watching*, ou seja, a prática de assistir vários episódios sequencialmente de forma compulsiva. E esta é preocupação central de três dos trabalhos de consumo midiático.

A dissertação de Saccomori (2016), busca responder se a mudança na liberação dos episódios de séries provoca alterações no comportamento do público e se resulta em novas experiências entre os consumidores. Entre as constatações, estão que a prática de *binge-watching* resulta em um consumo maior e mais intenso dos conteúdos, com uma imersão no mundo ficcional. Já Santos (2020), procura entender os discursos dos consumidores compulsivos sobre o consumo de séries por meio dos comentários dos usuários no grupo do Facebook "Netflix Brasil - Assinantes". A autora aponta que o consumo compulsivo de séries tem como principal motivação a fuga da

realidade. Nascimento (2020) discute o impacto das mudanças na distribuição de séries nas práticas de interação dos fãs brasileiros na internet. Ela constata que os fãs controem temporalidades individualizadas ao assistir séries e que o reflexo nas comunidades de fãs é a organização em regras internas para evitar possíveis conflitos.

Da mesma forma, Cirne (2016) se vale dos comentários de fãs no Facebook para investigar como os fãs de seriados assistem e interpretam produções de canais tradicionais de televisão e da Netflix. Além dos comentários publicados na página do Facebook do Clube dos Seriadores Anônimos do RN, o pesquisador utiliza entrevistas para propor uma classificação das esferas de participação: afetiva, avaliativa, elucidativa, especulativa e lúdica.

Lages (2018) desloca seu interesse para outro produto audiovisual, buscando responder de que modos se comporta os espectadores de filmes na Netflix. O pesquisador chega à conclusão que a possibilidade de assistir filmes em casa permite experiências diferentes das salas de cinema, mas comuns às de Homevídeo. A diferença está na desmaterialização do vídeo, instantaneidade de acesso, consumo em diferentes telas e ambientes.

Por último, a tese de Valiati (2018) pretende compreender as práticas de consumo dos produtos audiovisuais da Netflix na rotina dos usuários. A pesquisadora observou que o consumo da Netflix assume uma dimensão afetiva no cotidiano dos usuários e que os fluxos de consumo entre empresa e usuários se relacionam constantemente. Enquanto a empresa disponibiliza continuamente conteúdos, os usuários têm acesso rotinizado, fragmentado e marcado pela insaciabilidade e autonomia do tempo.

Referências

GARCÍA CANCLINI, N. (2005). **Consumidores e cidadãos:** conflitosmulticulturais da globalização . 5. e d. Rio de Janeiro, RJ: UFRJ.

CIRNE, M. C. (2016). **Circulação e consumo assincrônicos:** novas formas de assistir televisão. 2016. (Dissertação de Mestrado). Universidade Federal doRio Grande do Norte, Natal, Brasil.

LAGES, V. R. (2018) **Vamos ver um filme?** Uma pesquisa participante dos comportamentos de espectatorialidade fílmica na Netflix. (Dissertação de Mestrado). Universidade Federal do Piauí, Teresina, Brasil.

JACKS, N.; LIBARDI, G.; SIFUENTES, L. (org.). (no prelo) **Meios e AudiênciasIV:** Continuidades e novos desafios frente à convergência midiática.

Ribeiro, R.; COSTA, F.; MATHEUS NETO, R. (no prelo). Ficção Televisiva: umlugar que hoje transita entre as telenovelas e as séries. *In:* JACKS, N.; LIBARDI, G.; SIFUENTES, L. (org.). (no prelo) **Meios e Audiências IV:** Continuidades e novos desafios frente à convergência midiática.

SILVA, L. A. P., KNOLL, G. (2017). Ficção Seriada televisiva nos estudos de audiência. In: JACKS, N. et al. **Meios e audiências III:** Reconfigurações dos estudos de recepção e consumo midiático no Brasil. Porto Alegre, RS: Sulina.

TOALDO, M., JACKS, N. (2013). Consumo Midiático: Uma especificidade do consumo cultural, uma antessala para os estudos de recepção. *In:* Anais do 22ºEncontro Anual da Compós, Salvador, BA.

NASCIMENTO, R. da S. **Entre o devorar e o saborear:** a influência do métododе distribuição de séries nas práticas de interação de fãs brasileiros. (Dissertação de Mestrado). Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil.

SACCOMORI, C. (2016). **Práticas de binge-watching na era digital**: novas experiências de consumo de seriados em maratonas no Netflix. (Dissertaçãode Mestrado). Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Brasil.

SANTOS, E. M. F. (2020). **Binge-watching na Netflix:** As Discussões sobre Maratonas de Séries no grupo on-line "Netflix Brasil-Assinantes". (Dissertaçãode Mestrado). Universidade Federal da Bahia, Salvador, Brasil.

VALIATI, V. A. D. (2018) **"Você ainda está assistindo?":** O consumo audiovisual sob demanda em plataformas digitais e a articulação das práticasrelacionadas à Netflix na rotina dos usuários. (Tese de Doutorado).
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Brasil.

Emoções e gênero na ficção televisiva:
Um estudo sobre o drama seriado contemporâneo em obras para streaming do Brasil

Emotions and genre in television fiction:
A study on contemporary serial drama in works for streaming in Brazil

Simone Maria Rocha
Universidade Federal de Minas Gerais

GI 9 – Ficção Televisiva e Streaming

Palavras-chave: efeitos emocionais; narração, complexidade narrativa.

Keywords: emotional effects; narration, narrative complexity.

Resumo: A partir de 2016, quando a plataforma global de *streaming* Netflix passou a encomendar séries originais de ficção no Brasil, foi possível perceber que mudanças dramatúrgicas importantes estavam sendo apresentadas nas obras produzidas, se tomarmos como base o histórico da teledramaturgia realizada nas últimas sete décadas no país. Nesse trabalho, meu objetivo é o de examinar a emergência do drama seriado contemporâneo (SILVA, 2015) enquanto um novo gênero narrativo, surgido no contexto da nova televisão, em fins da década de 1990, a partir da exploração de sua programação própria de efeitos emocionais e de como eles se manifestam nas dimensões dramatúrgicas e estilísticas das obras. No âmbito dessa relação adventícia entre ficção seriada televisiva e cultura digital, avaliar as inovações e transformações parece requerer um caminho claro: o da exploração do conceito de complexidade narrativa, tal como o propõe Jason Mittell (2015), a partir do qual é possível ver em jogo uma série de recursos que tensionam as convenções do classicismo narrativo, as dimensões da serialidade, os modelos dramatúrgicos, a estrutura narrativa e os conteúdos. Além disso, Mittell alega que a complexidade narrativa privilegia as histórias com continuidade, o atravessamento de diversos gêneros e o recuo em melodramas de relacionamento. O programa de pesquisas de Mittell aponta numa direção importante sobre o cenário de mudanças e oferece um diagnóstico promissor para as análises. Contudo, ainda que seu estudo lide tanto com a diegese quanto com os condicionantes produtivos, Mittell não se ampara em um comentário crítico sobre narração, recurso próprio da TV complexa, segundo sua própria definição (ROCHA, 2023)

No caso da produção brasileira, a característica mais proeminente da poética das séries complexas não parece ser a equivalência entre o tratamento dado à unidade da trama episódica e a evolução da narrativa central da série e a tensão instaurada entre os dois pólos. Na produção local são as mudanças relativas às convenções genéricas o que assume a linha de frente quando identificamos inovações. Assim, produções que adotam terror, ação, aventura, musical, suspense e ficção científica, entre outros, demonstram certo incremento e amplitude de competências na construção de enredos para públicos variados. Relacionado a isso está o hibridismo de gêneros e os tipos inovadores de mesclas que incrementam o prazer da experiência no consumo de tais tramas. Em específico, o aspecto que quero ressaltar nesse novo processo de produção que hibridiza gêneros é a presença da categoria drama em uma expressiva quantidade de obras produzidas.

O trabalho aqui proposto compõe a agenda de pesquisa do Projeto "Selo América Latina de Exportação da Ficção Televisiva II: estratégias de mercado e desenvolvimento de uma teoria do roteiro e da narrativa audiovisual no contexto da televisão na era do *streaming*", do qual participam equipes de pesquisadores do Brasil, Colômbia, Chile, México e Peru. De acordo com a matriz de dados com a qual as equipes vêm trabalhando, todas as plataformas que atuam no Brasil confirmam não apenas a presença majoritária do drama como gênero, bem como indica que tal categorização alcança mais que o dobro dos lançamentos da categoria comédia que aparece em segundo lugar. Há diversos casos em que o drama vem como gênero predominante seguido de gêneros secundários como o *thriller* ou a comédia e há casos em que o drama recebe um predicado e se torna drama político, drama distópico, dentre outros.

Considerando o que foi apresentado anteriormente defendo a necessidade desenvolver reflexões teóricas capazes de sustentar análises que aprofundem sobre o chamado drama seriado contemporâneo e as possibilidades de hibridismo, visto que as mesclas e as composições daí advindas podem potencialmente provocar respostas emocionais igualmente compostas, ambíguas ou contraditórias na audiência. Argumentamos que esta imprecisão na categorização pode reverberar e impactar todo o processo que vai da criação, à circulação e ao consumo de uma obra: afinal, se tudo é drama, o que é drama? Partimos da hipótese de que tal gênero narrativo é configurado por: i) situações destrutivas e um ambiente de ruína moral e existencial; ii) personagens psicologicamente mais complexos que estão em situações-limite que os motivam a agir; iii) representações complexas do mundo e iv) situações dramáticas entrelaçadas. Com o exposto, e por meio de uma análise do sistema de narração (BORDWELL, 1985), buscarei explorar a série *Bom dia, Verônica* (Netflix, 2020-) a partir dos seguintes questionamentos: quais são as emoções próprias do drama seriado contemporâneo e como elas se manifestam nas dimensões dramatúrgica e estilística da série? Como tais emoções evidenciar as convenções do gênero? Em que medida o hibridismo desse drama com outros gêneros pode ser considerado um indicador de complexidade narrativa nas produções originais para streaming feitas no Brasil?

Estudiosos das abordagens cognitivas do cinema e da emoção (CARROLL, 1999; PLATINGA & SMITH, 1999) argumentam que as emoções são cuidadosamente embaladas e vendidas, mas raramente são analisadas com muita especificidade. Levando-se em consideração que os efeitos emocionais são um aspecto central no engajamento do telespectador com uma obra audiovisual, aprofundar em tal tema parece ser relevante, inclusive, no que diz respeito ao processo de criação e escrita de roteiro destas séries.

BORDWELL, D. **Narration in the Fiction Film**. Madison: University of Wisconsin Press, 1985.

CARROLL, N. **Film, Emotion and Genre**. PLATINGA C. & SMITH G. M. (eds). **Passionate Views**: Film, Cognition, and Emotion. Johns Hopkins University Press, 1999.

MITTELL, Jason. **Complex TV**: the poetics of contemporary television storytelling. Nova Iorque: NYU Press, 2015.

PLATINGA C. & SMITH G. M. (eds). **Passionate Views**: Film, Cognition, and Emotion. Johns Hopkins University Press, 1999

ROCHA, S. M. Produzimos narrativas complexas? Hibridismo de gênero e efeitos emocionais em séries brasileiras de streaming. **Interin** (UTP), v. 28, p. 4-21, 2023.

SILVA, M. B. V. Origem do drama seriado contemporâneo. **MATRIZes**, V. 9 - Nº 1 jan./jun. 2015.

Mulheres empoderadas na Netflix: o estudo de caso da Rainha Charlotte de Shonda Rhimes

Empowered Women on Netflix: The Queen Charlotte Case Study by Shonda Rhimes

SICILIANO, Tatiana
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Brasil.
E-mail: tatiana.sicilianopuc@gmail.com

HELICH, Tatiana
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Brasil.
E-mail: tatihelich@gmail.com

MORATELLI, Valmir
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Brasil.
E-mail: vmoratelli@gmail.com

GI 8 – Ficción Televisiva y Streaming (Remoto)

Palavras-chave: Ficção seriada; streaming; feminismo.

Keywords: Serial fiction; streaming; feminism.

As séries ficcionais vêm ocupando papel significativo no entretenimento audiovisual contemporâneo e as plataformas de streaming de vídeo se tornaram seus principais canais de distribuição. A Netflix, primeira a oferecer globalmente o serviço de streaming, ainda se mantém na liderança de número de assinantes e engajamento. Em 2013, com o lançamento do drama político *House of Cards*, a Netflix, antes apenas distribuidora, não apenas se transforma em produtora de conteúdo, mas populariza o hábito de consumo de televisão por internet e a prática das maratonas, já que se diferenciava por disponibilizar de uma única vez todos os episódios de uma mesma série. O espectador passa a não depender mais dos conteúdos exibidos no fluxo da programação das emissoras, escolhendo o quê assistir, na hora que quiser e onde desejar, utilizando multitelas (LOTZ, 2017; CASTELLANO e MEIMARIDIS, 2021).

Com a produção de conteúdos exclusivos e de qualidade, a Netflix busca se consolidar como uma provedora completa de streaming de vídeo e se posicionar como

referência no ecossistema audiovisual, de forma global, lançando séries originais de muitos países, em diferentes gêneros e para públicos diversificados. Outra estratégia da *big tech* é apostar na representatividade de gênero, tanto em relação às temáticas femininas, como nas transformações masculinas em face da luta feminina na conquista por maior visibilidade. Assim, vem aumentando a participação de negros e mulheres em posições de liderança na corporação, bem como produzindo temas e conteúdos mais inclusivos. Em 2020, se juntou à ONU para lançar, no dia internacional das mulheres, uma coleção focada em profissionais femininas com o tema "Eu sou a Geração Igualdade: Pelos direitos das mulheres". Em 2017, a vice-presidente de conteúdo da Netflix, afirmou fazer parte do projeto da companhia dar mais ênfase a personagens femininas "reais, complexas e carismáticas". Em abril de 2023, a Netflix trouxe para a Rio2C – evento, sediado no Rio de Janeiro, com os maiores players da indústria audiovisual e da música – duas executivas: Hana Vaisman, diretora de conteúdo para séries de ficção e Elisa Chalfon, que lidera os conteúdos originais de séries não-ficcionais.

Ao traçar um perfil dos gostos de seus assinantes e de potenciais assinantes Netflix com o uso da inteligência de dados, a empresa aposta tanto no aumento da eficácia de seu catálogo, como na construção de identidade (JENNER, 2018). Entre as estratégias estão a diversidade e a inclusão nas produções originais, o que explica o contrato de exclusividade, em 2017, com a produtora estadunidense Shondaland, fundada em 2005 pela roteirista e produtora Shonda Rhimes, cuja marca registrada é dar protagonismo a personagens independentemente de raça, gênero e sexualidade, visando quebrar estereótipos e o empoderamento feminino e étinico-racial. Após tal acordo, Shonda lança em 2020, na plataforma, a série *Bridgerton*, inspirada nos best-sellers de Julia Quinn. De acordo com a Netflix (2021b), a série foi assistida por 82 milhões de indivíduos ao redor do mundo, nos primeiros 28 dias, integrando a lista "Top 10". No esteio do sucesso da série, a Netflix aumentou o valor do contrato de Shonda Rhimes, que passa a receber cerca de um bilhão de reais em menos de 10 anos, tornando-se a roteirista mais bem paga da televisão.

Em 2023, Shonda lança o spin-off *Rainha Charlotte: uma história Bridgerton*, que narra a trajetória da soberana em seis episódios. Ao destacar o papel da mulher, principalmente negra, a showrunner discute temas que demandam atenção social. Ao mesmo tempo, a Netflix incorpora essas questões na construção de sua identidade como marca. Nesta linha, o presente trabalho tem como objetivos: a) uma discussão sobre as

estratégias da Netflix como produtora de conteúdo de séries ficcionais, mais fortemente em relação à temática de gênero; b) levantamento da representação das personagens femininas nas séries ficcionais na Netflix; c) estudo de caso sobre a série original *Rainha Charlotte: Uma série de Bridgerton* (2023), com ênfase especialmente nas questões apresentadas no piloto da mesma.

Para atender tais objetivos, percorre como caminho metodológico: a) levantamento das séries na plataforma da Netflix pelos buscadores "mulheres fortes", "mulheres poderosas" e "mulheres empoderadas"; b) a partir da verificação da temática feminina na tabulação de dados, são recortadas séries com autoria e produção de mulheres; c) pelos acordos firmados entre a plataforma de streaming e a Shondland e o êxito das produções lançadas, escolheu-se a série original Netflix *Rainha Charlotte: uma história de Bridgerton* como estudo de caso por ela ter sido criada e roteirizada por Shonda Rhimes, a roteirista mais bem paga da televisão, bem como ter sido idealizada a partir de outra série de sucesso da produtora. O piloto será o capítulo analisado por permitir que o espectador compreenda a construção de mundo da série e a dinâmica das relações entre seus personagens.

O método de estudo de caso seguirá a proposta de José Luiz Braga em "Comunicação, disciplina indiciária" (2008), que relaciona o estudo de caso no campo da Comunicação com o paradigma indiciário de Carlo Ginzburg (1989). O autor parte da busca por indícios no objeto analisado para compreender fenômenos mais complexos, propondo a elaboração de inferências, que permitam a construção de modelos interpretativos. Assim, busca-se, a partir da série *Rainha Charlotte* discutir tanto estratégias da Netflix com a parceria, como a estratégia da plataforma em produzir ficções focadas no empoderamento feminino e na etnicidade.

Referências

ALVES, Genilson e SOUZA, Maria Carmem Jacob de. (2021). A construção do lugar autoral da roteirista Shonda Rhimes no mercado da ficção seriada televisiva. **Geminis**, v. 12, nº 1, jan.-abr.

BRAGA, José Luiz. (2008). Comunicação, disciplina indiciária. **Matrizes**, nº2, abr.

CASTELLANO, Mayka e MEIMARIDIS, Melina. (2021). A "televisão do futuro"? Netflix, qualidade e neofilia no debate sobre TV. **Matrizes**, v.15, nº 1.

CASTELLANO, Mayka; MEIMARIDIS, Melina. (2016). Netflix, discursos de distinção e os novos modelos de produção televisiva. **Contemporânea**, v.14, n.2, p.193-209.

GINZBURG, Carlo. (1989). Sinais: raízes de um paradigma indiciário. In: **Mitos, emblemas, sinais – morfologia e história**. São Paulo: Companhia da Letras.

JENNER, Mareike. (2018). **Netflix & the Re-Invention of Television**. Londres: Palgrave Macmillan.

LOTZ, Amanda. (2017). **The television will be revolutionized**. Nova York: New York University Press.

NETFLIX. (2021a). **Para todas as métricas que já amei:** a história do novo Top 10 semanal na Netflix. Disponível em: https://about.netflix.com/pt_br/news/new-top-10-on-netflix. Acesso em: 22/08/2023.

NETFLIX. (2021b). **Netflix estende acordo criativo com Shonda Rhimes**. 8 jul. Disponível em: https://about.netflix.com/pt_br/news/netflix-and-shonda-rhimes-expand-creative-pact. Acesso em: 20/08/2023.

PICADO, Benjamim e SOUZA, Maria Carmem Jacob de. (2018). Dimensões da autoria e do estilo na ficção seriada televisiva. **Matrizes**, v. 12, nº 2, mai.-ago.

Representações sobre autismo nas séries *Atypical* e *The Good Doctor*

Pedro Henrique Pereira da Silva[1]
Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Brasil
correopedrodebrasil@gmail.com

GI 8 – Ficção Televisiva e Streaming (Remoto)

PALAVRAS-CHAVE: autismo; diversidade; representatividade

Na medida em que movimentos sociais, entre as décadas de 60 e 70, como o Feminismo, *Black Power* e a luta pelos direitos LGBTI+[2] passaram a ganhar força e visibilidade, e assim disseminar seus ideais, além de suas formações ideológicas – novas maneiras de ser, (re)existir e resistir eclodiram rumo à autoafirmação da diversidade. Por se tratar de uma luta simbólica e material, envolvendo disputas de sentido e relações de poder – nas mais diferentes organizações – observam-se tensionamentos, conflitos e conquistas graduais, conforme a sociedade vai evoluindo socioculturalmente. Já no fim dos anos 70, com o impulsionamento dos ativismos anteriormente mencionados, novos campos de pesquisa surgem para consolidar marcadores sociais da diferença ainda pouco abordados, mas que travam importantes embates contra a discriminação, invisibilidade e a desigualdade, a exemplo das pessoas com deficiência, autismo e neurodiversidade (ORTEGA, 2009).

Nesse sentido, o presente estudo busca compreender como o autismo é representado nas séries *Atypical* e *The Good Doctor*, levando em consideração os mais diversos contextos organizacionais. Para isso, empregou-se a análise do discurso enquanto metodologia de pesquisa (Orlandi, 2005), a fim de evidenciar as produções de sentidos desenvolvidas, haja vista as materialidades e formações discursivas pautadas pelas ideologias dos sujeitos/personagens. A representação do corpo, enquanto discurso, também ganha visibilidade por meio dos estudos elaborados por Foucault (1988) e Greiner (2012), pois os ordenamentos biopolíticos

[1] Mestrando em Comunicação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
[2] Entende-se que embora a sigla atualmente concentre outras representações (LGBTQIAPN+), no período dos anos 60 e 70, havia maior disputa de sentidos entre gays e lésbicas. Posteriormente, outros grupos foram se reafirmando e exigindo espaço na sigla, como é o caso dos bissexuais, transexuais e intersexuais.

impactam no engendramento e na forma como nos relacionamos e nos inserimosem determinados grupos da sociedade, principalmente, pela ótica capitalista.

Figura 1 - Protagonistas autistas das séries *Atypical* e *The Good Doctor*. À esquerda, Sam Gardner, interpretado por Keir Gilchrist. Já à direita Dr. ShaunMurphy, sob atuação de Freddie Highmore.

Fonte: reprodução da Internet

Em *The Good Doctor*,[3]o protagonista, Dr. Shaun Murphy, é um homem autista com a rara síndrome do savantismo[4], o que o torna extremamente inteligente e habilidoso, embora seus notórios talentos constantemente sejam colocados em xeque em função do preconceito sofrido por parte dos gestores e equipe médica do Hospital San Jose St. Bonaventure, onde sonha se tornar um cirurgião.

A cultura organizacional em torno do ambiente hospitalar e do ethos profissional dos médicos se centram em culturas menos estáveis e previsíveis. No

[3] The Good Doctor - tradução para "O bom doutor", é uma série produzida pela Sony Pictures e ABC Studios, estreada em 2017 e que foi neste ano renovada para a sua 7ª temporada. Disponível em: <https://www.sonypictures.com/tv/thegooddoctor>

[4] Síndrome de savant (autismo). Disponível em: <https://www.ufrgs.br/psicopatologia/wiki/index.php?title=S%C3%ADndrome_de_Savant>

entanto, são mais focadas na empatia, confiança, variedade e principalmente com a finalidade existencialista, assemelhando-se ao Deus Dionísio, se fôssemos comparar com os conceitos dos quatro deuses da Administração apresentados por Handy (1994).

Mesmo com contribuições significativas, Murphy enfrenta inúmeras dificuldades para ser aceito e respeitado pelos seus colegas e chefe de residência, sendo excluído de cirurgias e dos méritos obtidos durante o exercício da profissão. No campo do espectro autista, a série o representa com comprometimentos na interação social, acentuados no que se refere à capacidade comunicativa: contato visual direto e posturas corporais. Representado pela sua sinceridade latente, o residente encontra barreiras no trato com os pacientes, seja por informar os diagnósticos de forma direta, pelos posicionamentos mais incisivos ou por não demonstrar afeto após obter êxitos durante o trabalho.

Em *Atypical*[5], Sam Gardner, protagonista, foi criado em uma relação materna extremamente protetora, cujas preocupações excessivas e vieses "capacitistas" de sua mãe Elza limitam o desenvolvimento do jovem autista na conquista pela sua própria autonomia. No trabalho, Sam é compreendido e aceito pelo seu colega de trabalho Zahid, cuja relação de amizade transcende as relações trabalhistas. Sob o espectro de alta funcionalidade, o jovem autista vivencia algumas crises provocadas por contextos estressantes, como uma desilusão amorosa, perda de portfólio para ingresso na faculdade ou ruídos altos e excessivos em sala de aula, além de violências simbólicas a exemplo de *bullyings.* Durante a série, Sam é representado por padrões repetitivos de comportamento, interesses e atividades, tendo uma "obsessão" por assuntos relacionados à Antártida. Comumente, tende a repetir palavras para manter o controle. Por ser franco demais, apresenta conflitos e términos amorosos recorrentes com a personagem Paige.

Perante as novas configurações e demandas apresentadas pela própria sociedade, fica evidente a necessidade da promoção de práticas e estratégias que visem à sensibilização e letramento no combate das discriminações e

[5] Atypical – tradução nossa para fora do padrão em Português, cuja problemática do roteiro da série também estreada em 2017, que contém quatro temporadas, ocorre de forma mais contundente no ambiente familiar e escolar. Disponível em: <https://www.netflix.com/br/title/80117540>

desigualdades para com grupos minorizados e integrantes dos marcadores sociais da diferença, principalmente, os mais invisibilizados.

Na análise das sequências discursivas, como observado nos exemplos acima, percebe-se que os protagonistas vivenciam o olhar sobre a diferença a partir de espaços, cujas formações ideológicas são diferentes – e mesmo assim seguem resilientes na tentativa de uma realização pessoal e profissional em suma potencialidade. No caso de Murphy fica evidente o reconhecimento das altas habilidades do médico residente pelo seu "gestor e equipe de trabalho", embora as crenças limitantes de seu líder direto perpetuem o imaginário preconceituoso e discriminatório. No caso do estudante Sam Gardner, que apresenta altas funcionalidades do espectro autista, principalmente devido ao seu contexto familiar,
– com certas exceções, predomina-se uma invalidação de sua capacidade marcada em função de um padrão normativo estabelecido pelas pessoas neurotípicas de seuconvívio.

Para as organizações privadas, cabe, portanto, o fomento à implementação de iniciativas voltadas para a promoção de igualdade e inclusão, que possibilitem de fato o senso de pertencimento e acolhimento desses grupos a fim de exercer integralmente suas capacidades na busca pela realização pessoal e profissional. Haja vista a relação de interdependência entre comunicação e cultura, e que compete às organizações se valer delas para atingir os seus objetivos,

> quanto mais uma cultura organizacional específica se fortalecer, estiver instituída (comunicada e reconhecida) e exercer poder simbólico (cf. Bourdieu, 1998) sobre seus sujeitos, mais provavelmente tenderá a tornar-se modelo a ser seguido, e portanto, mais fortes tenderão a ser suas influências sobre outras culturas em relação, particularmente, sobre a comunidade em que se insere. (BALDISSERA, 2011, p. 58)

É certo, que assim como conceituado por Ortega (2009), as diferenças podem ser vistas como construções socioculturais. Vale destacar que tanto a Netflix quanto a Sony Pictures não contrataram atores autistas para desempenhar os papéis dos protagonistas, sendo este portanto um ponto crítico no quesito interseccional representatividade e empregabilidade. Não obstante, mesmo em meio

a reproduções de certos estereótipos, tais séries se tornam relevantes no que serefere à visibilidade para esse grupo.

Referências

Baldissera, R. (2011). ***A comunicação no (re)tecer da cultura organizacional*.** Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, (10).

Foucault, M. (1988). ***História da sexualidade I: a vontade de saber***. Rio de Janeiro,Edições Graal.

Ortega, F. (2009). ***Deficiência, autismo e neurodiversidade***. Ciência & saúdecoletiva, 14, 67-77.

Greiner, C. (2006). ***O corpo: pistas para estudos indisciplinares*.** Annablume.

Handy, C. B. (1994). ***Deuses da administração: como enfrentar as constantesmudanças da cultura empresarial*.** Editora SENAC, São Paulo.

Orlandi, E. P (2005). ***Análise do Discurso: princípios e procedimentos.*** 6ª ed.Campinas: Pontes.

Disney Plus e a nova forma de adaptar histórias em quadrinhos: O especial de TV *Lobisomem na Noite* (2022)

Disney Plus and the new way to adapt a comic book story: The TV special *Werewolf by Night* (2022)

Soares, Anna Claudia.
Universidade Tuiuti do Paraná (PPGCom/UTP), Brasil,
annacsoares95@gmail.com

GI 8 – Ficção Televisiva e Streaming (Remoto)

Histórias em quadrinhos; Adaptação; *Streaming*.

Comic book; Adaptation; Streaming.

A proliferação de plataformas de *streaming* tem gerado uma revolução no cenário do entretenimento, levando a indústria do cinema e da televisão a se ajustarem constantemente para atender às preferências mutáveis do público. A empresa The Walt Disney Company fundou, em novembro de 2019, a plataforma de *streaming* Disney Plus. A plataforma não apenas redefine a experiência de consumo de conteúdo, mas também se estabelece como um terreno fértil para a adaptação de histórias em quadrinhos para o audiovisual.

O objetivo desta pesquisa é analisar a abordagem adotada pela Disney Plus na adaptação de histórias em quadrinhos para o *streaming*, usando para análise o especial de TV *Lobisomem na Noite* lançado em 2022, dirigido por Michael Giacchino.

Lobisomem na Noite é uma história em quadrinhos da Marvel Entertainment, que tem como protagonista Jack Russell (interpretado por Gael García Bernal), a narrativa é sobre uma seita secreta de caçadores de monstros que se reúnem no Templo Bloodstone para realizarem uma competição que irá definir quem será o novo líder da seita. A história no Universo Cinematográfico da Marvel – MCU (*Marvel Cinematic Universe*), está localizada na linha cronológica MCU como um projeto após o lançamento do filme *Thor: Amor e Trovão* (*Thor: Love and Thunder*, Taika Waititi; 2022). Aprecia-se a autora Linda Hutcheon sobre os estudos da adaptação, no qual apresenta que "[...] A adaptação é repetição, porém repetição sem replicação. E há claramente várias intenções possíveis por trás do ato de adaptar: o desejo de consumir e apagar a lembrança do texto adaptado, ou

de questioná-lo, é um motivo tão comum quanto a vontade de prestar homenagem, copiando-o" (Hutcheon, 2013, p. 28), entende-se que essa estratégia da plataforma de *streaming* Disney Plus em adaptar uma história em quadrinhos da Marvel Comics (editora das histórias em quadrinhos da Marvel Entertainment), que não envolve os principais super-heróis como por exemplo: Capitão América; Homem-Aranha; Hulk; Thor; Viúva Negra e Homem de Ferro, como uma maneira de aproveitar histórias que já estão finalizadas e em seu domínio por terem adquirido a empresa Marvel Entertainment. Durante a pandemia Covid-19 a plataforma lançou filmes e séries exclusivas do MCU, como por exemplo *WandaVision* (Jac Schaeffer; 2021), *Viúva Negra* (*Black Widow*, Cate Shortland; 2021), *Shang-Chi e a Lenda dos Dez Anéis* (*Shang-Chi and the Legend of the Ten Rings*, Destin Daniel Cretton; 2021), *Falcão e o Soldado Invernal* (*The Falcon and the Winter Soldier*, Malcolm Spellman; 2021) e *Loki* (Michael Waldron; 2021) e teve um aumento significativo do número de usuários da plataforma. Segundo uma reportagem do site TecMundo (2021), Bob Chapek, diretor executivo da The Walt Disney Company nos anos de 2020 à 2022, anunciou que a plataforma Disney Plus, atingiu o número de 100 milhões de usuários após o lançamento da sitcom *WandaVision*. Desta forma, evidenciando o sucesso da estratégia em utilizar a MCU, lançando episódios e séries exclusivas da plataforma, fidelizando o usuário, o que aos poucos, vai mudando a imagem infantil da marca, trazendo esses conteúdos voltados ao público adulto. A adaptação de *Lobisomem na Noite* apresenta visualmente uma homenagem a filmes de terror, "[...] O filme de terror tenta chocar, causar asco, repelir, ou seja, aterrorizar. Esse impulso é o que molda as outras convenções do gênero [...] O efeito emocional aterrorizador do gênero é, assim, criado pela convenção de uma personagem: normalmente, um monstro ou ameaça sobrenatural" (Bordwell & Thompson, 2013, p. 517), na narrativa temos as personagens caçando um monstro e toda a estética do episódio é perceptível que foi utilizada, a luz e a sombra para definir o universo sombrio das personagens "[...] a alternância de luz e sombra é trabalhada para acentuar o drama vivido pelos personagens, dirigir o olhar do observador para pontos de interesse na imagem onde esse drama se revela com toda sua força, ora sutilmente permitindo à sua sensibilidade apreender o sugerido" (Lira, 2013, p. 97), observa-se que esses elementos estéticos são utilizados para atrair um público adulto para a plataforma, o que revela a habilidade da Disney Plus em reformular a experiência narrativa ao adaptar histórias em quadrinhos para o *streaming*.

Aprecia-se como metodologia de pesquisa os estudos de Manuela Penafria sobre análise fílmica, "[...] O objectivo da Análise é, então, o de explicar/esclarecer o

funcionamento de um determinado filme e propor-lhe uma interpretação. Trata-se, acima de tudo, de uma actividade que separa, que desune elementos. E após a identificação desses elementos é necessário perceber a articulação entre os mesmos" (Penafria, 2009, pp. 1-2). Desta forma, serão examinados elementos visuais, narrativos e estilísticos presentes na adaptação, assim como a maneira pela qual a Disney Plus molda a apresentação desse conteúdo.

A plataforma explora a narrativa e os elementos visuais em um esforço para capturar a essência da história original enquanto ajusta sua apresentação para o meio audiovisual, e com essa estratégia ela atinge o público pertencente ao grupo de consumidores do universo Marvel. Entende-se como grupo "[...] duas ou mais pessoas que tenham uma relação psicológica umas com as outras" (Gade, 1998, p. 201), segundo a autora (1998) existem os grupos secundários que são formados por pessoas que têm objetivos em comum, o que acaba influenciando sobre o consumo, desta forma, se uma pessoa desse grupo é assinante da plataforma Disney Plus, consequentemente ela influência os outros membros do grupo a se tornarem assinantes. Conclui-se que a Disney Plus ao realizar produções audiovisuais com exclusividades de nichos segmentados, como o universo Marvel, realiza uma estratégia para gerar um grupo fidelizado de usuários. Ao adaptar histórias como *Lobisomem na Noite*, a plataforma consegue realizar uma abordagem sombria, o que consequentemente atrai usuários pertencentes ao público adulto. Portanto, existe uma contínua evolução do entretenimento na era das plataformas de *streaming*, e as histórias em quadrinhos são adaptadas para atender e fidelizar um determinado público como uma estratégia meramente comercial.

Referências

Bordwell, D., & Thompson, K. (2013). *A arte do cinema: uma introdução*. São Paulo, SP: Edusp.

Camacho, A. (2021, 9 de março). Disney+ atinge mais de 100 milhões de usuários em apenas um ano. Recuperado de https://www.tecmundo.com.br/cultura-geek/212462-disney-atinge-100-milhoes-usuarios-ano.htm

Gade, C. (1998). *Psicologia do Consumidor e da Propaganda*. São Paulo, SP: EPU.

Hutcheon, L. (2013). *Uma teoria da adaptação*. Florianópolis, SC: Editora da UFSC.

Lira, B. (2013). *Luz e sombra: significações imaginárias na fotografia do cinema expressionista alemão*. João Pessoa, PB: Editora da UFPB.

Lobisomem na Noite (2022). Direção de Michael Giacchino. Disney Plus, EUA.

Penafria, M. (2009). *Análise de Filmes – conceitos e metodologia(s)*. VI Congresso SOPCOM, Lisboa, 2009. Recuperado de https://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-penafria-analise.pdf

Do melodrama ao realismo:
narrativa ficcional seriada como gênero[1]

Gabriela Torres[2]

GI 8 – Ficción Televisiva y Streaming

Palavras-chave: audiovisual; comunicação; cultura.
audio-visual; communication; culture.

Jesús Martín-Barbero ao transcorrer sobre gêneros da linguagem considera não o aspecto textual, estruturalista, mas o fenômeno da comunicação que reflete e impacta na cultura e na política de determinada sociedade. Assim, Martín-Barbero propõe uma nova leitura sobre a televisão a partir de sua interseção social e cultural, mais especificamente relacionada à cultura popular e os formatos industriais e aparatos tecnológicos da cultura de massa. O filósofo aponta o melodrama como um dos gêneros mais expressivos da América Latina, identifica mecanismos seus que operam na memória coletiva e no imaginário social e, relacionando sua apropriação pela narrativa televisiva, avança sobre a discussão da transição da cultura popular para a cultura de massa, demonstrando a imbricação entre as duas.

> A cumplicidade com o novo público popular e o tipo de demarcação cultural que ela traça são as chaves que nos permitem situar o melodrama no vértice mesmo do processo que leva do popular ao massivo: lugar de chegada de uma memória narrativa e gestual e lugar de emergência de uma cena de massa (MARTÍN- BARBERO, 2009, p. 164 – 165).

A televisão se apropria do melodrama, pois "seria a forma pela qual a partir do popular se compreende e se expressa a opacidade e a complexidade que revestem as novas relações sociais" (Martín-Barbero, 2009, p. 171), porém rejeita elementos mais relacionados ao popular nas suas narrativas ficcionais e acrescenta temas e formas outras como: maior complexidade na trama e nas construções narrativas, personagens contraditórios e psicologizados, busca individual do êxito, transformação do heroico em pseudo-realismo.

Neste artigo propomos pensar a narrativa seriada ficcional brasileira, que como a televisão tem caráter contingente e transitório, a partir de viés semelhante ao barberiano, ou seja, procurando identificar sua estrutura em diálogo com os meios e as mediações, assim como sua construção narrativa. Para tanto, analisamos a estrutura narrativa da série *Segunda Chamada*, produzida e veiculada pela Globo em 2019 e 2021, primeira e segunda temporadas respectivamente[3], com o objetivo de gerar reflexões a cerca da construção narrativa ficcional seriada e de propor que, tal qual a televisão, a ficção seriada também seja pensada como um novo gênero em diálogo com seu contexto histórico e social.

Embora caracterizada por uma estética mais crua e realista, por buscar um formato mais compacto, ritmo ágil e construção de personagens contraditórios e maleáveis e pela construção de uma narrativa seriada mais complexa, com diferentes arcos narrativos; *Segunda Chamada* traz em sua estrutura elementos do melodrama, ligados ao popular, por vezes explícitos como largo uso de gírias, linguagem coloquial e temáticas ligadas ao cotidiano dos trabalhadores. Características importantes do melodrama também estão presentes em outras camadas, como o reconhecimento da virtude da sordidez, não na figura de herói e vilão, mas em situações que envolvem questões éticas ou dramas sociais colocadas pela narrativa da série e representadas quase sempre nas figuras dos discentes numa situação de marginalidade ou vulnerabilidade, dos docentes numa postura de resolução dessas dificuldades. “The very nature of melodrama: it is the recognition of virtue and villainy, not the foiling of evil and the triumph of good that is its essence” (Williams, 2012, p. 535). Do lado da vilania tem-se a dura realidade, a própria sociedade representada por ausências e distorções. Ausência institucional, ausência de estado, ausência de estrutura social. O próprio tom de denuncia que a narrativa constrói contribui para a percepção de desigualdade e precarização a que estão submetidos alunos e alunas da fictícia escola Maria Carolina de Jesus que acolhe jovens em adultos no turno noturno para completarem o ensino fundamental.

Para além das especificidades da estrutura narrativa, as narrativas ficcionais seriadas merecem atenção por demandarem novas formas de relação temporal e espacial tanto na esfera de produção, quanto de consumo. O uso das plataformas online permite o consumo em qualquer lugar e a qualquer momento dos episódios sem intervalo e de forma não-

linear, produções locais podem ser acessadas mundialmente; assim como produções de países periféricos podem adquirir âmbito regional ou internacional.

Considerações finais

> Agora vivemos também em um entorno "comunicativo", esse entorno técnico- comunicativo com suas linguagens, escrituras e gramáticas novas. E assim a concepção de comunicação vai se tornando muito mais capaz,
> «epistemologicamente», de dar conta do que ocorre na vida social, com as tecnologias de comunicação transformando-se de instrumento pontual em ecossistema cultural (MARTÍN-BARBERO, Matrizes, p. 159).

Ao reputarmos a narrativa ficcional seriada como gênero, içamo-a ao âmbito cultural e passamos a enxergar suas articulações nos eixos diacrônico, que diz respeito ao modo como as matrizes culturais se relacionam com os formatos industriais e seu avanço tecnológico, e no sincrônico, que abrange as articulações entre as lógicas de produção e as competências culturais dos diversos grupos sociais. Com isso, ampliamos os estudos para além do aspecto estrutural do objeto, podendo considerar também suas relações com aspectos comunicacionais, culturais e políticos.

No âmbito social é possível observar mudanças de hábitos por parte da população que consome esses produtos audiovisuais via plataformas *streamings*, a forma de produção também se difere da realizada pelas telenovelas. No caso do objeto empírico analisado, observa-se traços do popular no constructo da narrativa em conjunto com uma abordagem estética e uma narrativa diferenciada, as quais só se fazem possível dado o avanço tecnológico comunicacional. Ao mesmo tempo, a série lança luzes para questões até então pouco convencionais à indústria cultural como: educação de jovens e adultos, marginalização e desproteção social, escolarização como forma de ascensão profissional e social, sucateamento do ensino público, falência do sistema civil.

Referências

ECO, Umberto (1993). *Lector in fabula*. Lumen.

Martín-Barbero, Jesus (2009). *Dos meios às mediações: comunicação cultura e hegemonia* (6ed.). Editora UFRJ.

Martín-Barbero, Jesus (2004) . *Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva*
(2 ed.). Editora Senac São Paulo.

Martín-Barbero, Jesus (2009, setembro). Uma aventura epistemológica. *Matrizes* [Entrevista], 2,(2), 143-162. https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38228

Mota Gomes, I. M. (2011). Gênero televisivo como categoria cultural: um lugar no centro do mapa das mediações de Jesús Martín-Barbero. *Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia*,18(1), 111-130.
https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495551007010

MUNGIOLI, M. C. P (2012, mai0). Gêneros televisuais e discurso: enunciação, ficcionalidade e interação na série Norma. *Comunicação, Mídia e Consumo*, 9, 9, (24), 97-114. http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/238/233

MUNGIOLI, M. C. P.; PELEGRINI, C (2013). Narrativas complexas na ficção televisiva.*Contracampo*, 26, (1), 21-37.
http://www.uff.br/contracampo/index.php/revista/article/view/308/263

Williams, L. (2012). Mega-Melodrama! Vertical and Horizontal Suspensions of the "Classical".
Modern Drama, 55(4), 523-543.

[1] Resumo expandido a ser submetido para o GI 8 – Ficción Televisiva y Streaming.

[2] Doutoranda em Ciências da Comunicação (ECA USP), bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Nível Superior – Brasil (CAPES) e pesquisadora do GELIDIS – gabrielatorres@usp.br.

[3] Em 2019, a primeira temporada da série foi disponibilizada na plataforma online *Globoplay* em agosto e veiculada no canal aberto de TV da Globo entre os meses de setembro e dezembro do mesmo ano. A segunda temporada, atrasou devido à pandemia da Covid 19, tendo sido lançada na *Globoplay* em 2021 e no canal aberto apenas em agosto de 2023.

GI 9 - “Habilidades digitales y consumos culturales transmedia”

Estrategias de lectura transmedia de estudio emergentes durante la pandemia

Emerging transmedia study reading strategies during the pandemic

Francisco Albarello
Universidad Austral
Argentina
falbarello@austral.edu.ar

GI N° 9: Habilidades digitales y prácticas culturales

transmedia**Palabras clave**: lectura transmedia, estudiantes,

pandemia **Keywords**: transmedia reading, students, pandemic

Esta ponencia forma parte de una investigación llevada adelante por más de 50 universidades latinoamericanas y liderada por la Universidad Austral, en un colectivo de investigadores
denominado Investigar en Red[1]. Indagamos sobre los hábitos informativos y de estudio de jóvenes estudiantes universitarios de carreras de Periodismo y Comunicación Social de universidades de Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú, Uruguay y
Venezuela. En la primera ola de la investigación, durante 2020 realizamos 165 entrevistas en profundidad a estudiantes de once universidades argentinas y luego en 2021, una encuesta 1.941 estudiantes de dichas universidades para consultarles sobre el modo en que se
informaban y en el que realizaban sus prácticas académicas durante el período de aislamiento social durante la pandemia de COVID-19. En el presente año, la red se amplió a 53
universidades de Latinoamérica para indagar sobre lo que hemos denominado "consumos
emergentes de noticias", dado que las y los jóvenes de las universidades realizan sus prácticas de consumo informativo en medios y plataformas no creadas originalmente para el consumo de información periodística, y que de alguna manera compiten con los medios tradicionales durante sus rutinas informativas

En esta ponencia nos queremos centrar en una serie de "estrategias de lectura transmedia" (Albarello, 2019) que hemos detectado al indagar sobre los hábitos de estudio de los y las jóvenes durante 2020 y 2021 (Albarello, 2022), con el objeto de comprobar de qué manera,
luego de la pandemia y con el regreso a la presencialidad plena en las aulas, se mantienen ensus hábitos de estudio.

La experiencia de estudio durante la pandemia adquirió un rasgo fuertemente colaborativo. Facilitado por la familiaridad que tienen los jóvenes con las herramientas digitales, y ante la necesidad de compensar la falta de contacto físico, plataformas como Google (con sus
aplicaciones Drive, Meet y Classroom), Zoom, WhatsApp, el campus virtual de la universidad y, en menor medida, Microsoft Teams, el correo electrónico y hasta redes sociales como Facebook e Instagram, conformaron un verdadero ecosistema de

tecnologías colaborativas al servicio del aprendizaje (Albarello, 2016). Del análisis de las entrevistas podemos inferir que la utilización de estas aplicaciones mencionadas se estructura en dos instancias bien
diferenciadas: instancias sincrónicas e instancias asincrónicas. Ambas no se oponen, sino que se complementan; en algunas ocasiones se daban en forma simultánea, y mayormente por separado en distintos momentos a lo largo del día. Estas instancias pueden ser entendidas como *estrategias de lectura tramsmedia* que las y los estudiantes llevan adelante a la hora de estudiar. La lectura transmedia es definida aquí como "un tipo de lectura inclusiva, multimodal, diversa, de todo tipo de textos – escritos, visuales, sonoros, lúdicos- y de soportes, que a su vez se mezcla o hibrida con las prácticas de producción o prosumo del lector" (Albarello, 2019, p.166). Es decir, a través de estas estrategias, las y los estudiantes ponen en diálogo estas distintas herramientas y buscan sacar el mejor provecho de ellas para el estudio.

a) Instancias orales, sincrónicas y compartidas

Las instancias sincrónicas tuvieron lugar generalmente en las plataformas de videoconferencia - Google Meet, Zoom, Microsoft Teams, videollamadas de WhatsApp- y allí los estudiantes se comunicaban para realizar comentarios verbales, para trabajar todos juntos sobre un mismo documento, para formular y responder preguntas, y para hablarse mientras escriben. Podemos decir que en estas instancias prima la oralidad:

> Podemos ver las correcciones que hacemos en vivo y lo que vamos agregando y mientras tanto mantenernos comunicados (Bernardo, 21 años, 3er. año de Comunicación Social, UNICEN).

En las instancias sincrónicas, oralidad y escritura funcionan en paralelo: la oralidad -ya sea a
través de conversaciones de voz, videoconferencias o en esa suerte de mezcla entre oralidad y escritura que representa el chat (Mayans I Planells, 2002)- funciona en un segundo plano como soporte de la escritura colaborativa, que se ve reforzada por los elementos visuales (como los resaltados) y sobre todo, los agregados de texto de los compañeros sobre el documento
mientras trabajan a la vez. Además de funcionar como un soporte de la escritura colaborativa, la oralidad en este tipo de trabajos también cumplió una función social relevante, que fue combatir la soledad frente a la pantalla, la cual se volvió mucho más significativa durante la pandemia.

b) Instancias escritas, asincrónicas e individuales

Las *instancias asincrónicas*, en cambio, estaban hegemonizadas por la escritura, y tuvieron lugar en distintos momentos del día, sobre todo cuando los estudiantes no encontraban
espacios de encuentro sincrónico con sus compañeros o bien preferían limitar esos espacios sincrónicos y trabajar principalmente de manera individual sobre los documentos compartidos:

> Uso mucho Drive porque una de mis compañeras por ejemplo con el que siempre hago el trabajo no tenemos un horario que nos coincida directamente o también para evitar juntarnos y todo eso, directamente usamos mucho Drive (Antonia, 21 años, 4to. año de Periodismo y Comunicación, UNL).

Otras veces la combinación entre trabajos sincrónico y asincrónico obedecía a una

estrategia
en la que se buscaba explotar lo mejor que puede ofrecer cada instancia. En estos casos donde prima lo asincrónico, el trabajo se realiza mayormente en soledad, y la presencia del otro tiene lugar a través de los textos que ha dejado compartidos en la nube. El trabajo del compañero es un insumo para los propios textos y resúmenes, pero la tarea en ese momento es
principalmente en solitario.

A modo de conclusión podemos decir que las instancias orales, sincrónicas y compartidas se combinaron con las instancias escritas, asincrónicas e individuales como dos maneras complementarias de llevar adelante las prácticas de estudio durante la pandemia. Estas
estrategias de lectura transmedia, en las que se alternaba entre lectura, escritura y conversación, y que representan una fuerte tendencia hacia el aprendizaje colaborativo, han generado hábitos de estudio particulares que de alguna manera se han instaurado como una práctica común aún después de la pandemia. Será necesario realizar otras investigación para comprobar qué de estas prácticas ha quedado establecido en las estrategias de enseñanza de parte de las universidades, buscando aprovechar la oportunidad que ene se sentido nos ha dejado la pandemia para enriquecer las prácticas de enseñanza.

Referencias:

Albarello, F. (Editor). (2022). Mutaciones: hábitos de información estudio de jóvenes enuniversidades argentinas, Rosario: UNR Editora.

Albarello, F. (2019). *Lectura transmedia: leer, escribir, conversar en el ecosistema de pantallas*.Buenos Aires: Ampersand.

Albarello, F. (2016). El ecosistema digital de los jóvenes universitarios: una mirada desde la Ecología de los medios. En Durand, J., Corengia, A., Daura, F. T. (Dirs.) y Urrutia, M. S. (Coord.). *Aprender a enseñar: el desafío de la formación docente inicial y continua* (pp. 115-136), Buenos Aires: TeseoPress. Disponible en: https://bit.ly/3OLz17B (recuperado el 31 de julio de 2022).

Mayans i Planells, J. (2002). *Género chat o cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio*.Barcelona: Gedisa.

[1] Más información: www.investigarenred.ar

Hacia una generación digitalmente resiliente, habilidades paraprevenir el groomingen las niñeces y adolescencias.
Avance de las investigación 2022-2023 del Observatorio de Redes Sociales de laFacultad de Ciencias Sociales de Olavarría (UNICEN)

Towards a digitally resilient generation, skills to preventgrooming in children and adolescents.

Progress of the 2022-2023 research of the Social Networks Observatory of theFaculty of Social Sciences of Olavarría (UNICEN)

Mag. Sergio Magallanes
Facultad de Ciencias
Sociales (unicen)
magallanes.sergio.a@gmail.com
Lic. Joaquín Méndez
Facultad de Ciencias Sociales (unicen)
joaquinmendez32@gmail.com

Grupo de Interés (GI) 9 "Habilidades digitales y consumo cultural transmedia"

PALABRAS CLAVES: ciberacoso,grooming,hostigamiento,acción,prevención
KEYWORDS: cyberbullying, grooming, harassment, action, prevention

RESUMEN:

El Grooming en línea, un fenómeno que involucra el abuso sexual de menores a través de la manipulación y el engaño en el entorno digital, constituye una creciente preocupación en Argentina. Los Groomers, adultos que se hacen pasar por personas menores de edad en línea para establecer relaciones con niños/niñas y adolescentes con fines sexuales, representan una amenaza persistente para la seguridad de las niñeces y adolescentes en el país. A pesar de los avances legislativos y los esfuerzos de concienciación, el Grooming sigue siendoun desafío que requiere una atención sostenida.

A pesar de que Argentina se convirtió en uno de los primeros países de América Latina en aprobar una ley específica contra el Grooming, Ley 26.904, conocida como la "Ley del Grooming" promulgada en 2013 con el objetivo de abordar este problema y estableciendo sanciones para quienes cometan Grooming

en línea (de seis (6) meses a cuatro (4) años de prisión); la implementación efectiva de esta ley y la persecución de los Groomers siguen siendo desafíos importantes.

En el 2016 se registró el primer caso de Grooming seguido de muerte (crimen de Micaela Ortega), en el país. Bajo este contexto para el 2018, según un estudio realizado por la organización Grooming Argentina, solo el 28,4% de los/as argentinos/as conocía esta modalidad de acoso virtual.

Cuatro años después del asesinato de Micaela Ortega y como consecuencia del trabajo de varias ONG, tales como Mamá en línea; Faro digital; Grooming Argentina; Argentina Cibersegura y UNICEF, entre otras, las cuales tienen como objetivo la seguridad de las niñeses y adolescentes en nuestro país, se promulgó la Ley 27.590 conocida como la Ley Mica Ortega, a partir de las cual ese mismo año se crea el Programa Nacional de Prevención y Concientización del Grooming o Ciberacoso contra Niñas, Niños y Adolescentes.

En Argentina, se han registrado un número creciente de casos de Grooming en los últimos años, la ICMEC, entidad internacional encargada de recibir los reportes de las redes sociales, recibió durante el año 2021 un total de 91.957 denuncias de materiales de abuso sexual infantil, lo cual representa un crecimiento del 35% respecto a 2020, año en el que se recibieron 76.857, los informes provienen de empresas tecnológicas como Microsoft, Meta, Tik Tok y Dropbox.

En nuestro país, la Línea 137 atendida por el Equipo Niñ@s contra la Explotación Sexual y Grooming del Programa "Las Víctimas contra las Violencias" recibió,un total de 823 consultas entre enero y octubre de 2022, de las cuales el 38% (309) referían a situaciones de grooming. El 59% de la víctimas tenían entre 12 y 17 años y el 22% entre 6 y 11 años.

Bajo este contexto de inseguridad de las niñeces y adolescencias en internet en el año 2019, en la ciudad de Olavarría, surgió el Observatorio en Redes Sociales: Ciudadanía Digital, Violencia e Inseguridad de Niños y Adolescentes en Redes Sociales, como parte de la línea de investigación de Mediaciones Tecnológicas y Comunicación Digital (MT&CD) de la Facultad de Ciencias Sociales — UNICEN. El 16 de septiembre del mismo año se aprobó un convenio específico de colaboración entre la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires y la Municipalidad de Olavarría. El objetivo era ampliar el Observatorio al Punto Digital[1] de la ciudad con el fin de intensificar las actividades de Investigación y Desarrollo (I+D) sobre la inseguridad de las niñeces y adolescencias en la localidad de Olavarría, además de diseñar estrategias de concientización para promover un uso seguro de Internet entre niños y adolescentes.

Desde el Observatorio de Redes entendemos que la educación y la concienciación en la creación de habilidades para prevenir el grooming es fundamental. Según Smith (2018), es

crucial que los padres, tutores y educadores hablen abiertamente con los jóvenes sobre los riesgos en línea y les enseñen a reconocer las "señales de alarma"; los programas de educación en seguridad cibernética en las escuelas pueden constituirse como dispositivos efectivos para empoderar a los jóvenes con el conocimiento necesario para protegerse (Gómez, 2017), en este sentido un estudio de González (2021) enfatiza la importancia de enseñar a los jóvenes a mantener su información personal privada en línea, pero sobre todo a ser críticos ante las solicitudes de desconocidos. A todo esto es importante sumar que la comunicación abierta y la construcción de un ambiente en el que los niños, niñas y adolescentes se sientan cómodos compartiendo sus experiencias en línea con adultos de confianza son aspectos centrales de la prevención (López, 2019).

Este trabajo presenta los resultados preliminares del proyecto I+D del Observatorio de Redes Sociales para el período 2022-2023, enfocado en el ciberacoso en la ciudad de Olavarría; a partir del cual se configuró un contexto general de ciberacoso y se particulariza sobre el delito de grooming, a partir del cual se proponen **dispositivos de difusión y alfabetización** sobre el uso seguro de las TICs, como así también **protocolos de prevención y acción** en casos de ciberacoso, los cuales se expresan en la publicación de una revista llamada Ciudadanía Digital: ciberbullying y grooming, la cual es de distribución gratuita (https://puntodigitalolavarria.com/index.php/observatorio-de-redes).

El proyecto empleó metodologías cuantitativas y cualitativas para analizar una muestra de 1700 estudiantes de escuelas secundarias (ciclo básico y superior) y primarias (ciclo superior) de gestión pública y privada de la ciudad de Olavarría.

Desde el enfoque metodológico cualitativo nuestra investigación parte del análisis de la documentación preexistente del problema seleccionado, la cual Miguel Valles define (1996:119) como: "estrategia metodológica de obtención de información", permitiendo elaborar el estado de la cuestión o estado del arte, constituyéndose como parte del marco teórico de esta investigación, que como también señala Valles (1996:114), permite la contextualización del estudio, que en este caso es histórico, tecnológico y cultural.

En cuanto a la metodología de carácter cuantitativo se empleó la técnica de encuesta, la cual nos permitió obtener datos de los hechos/acontecimientos circunscriptos al ciberacoso/grooming; la misma se planteó desde la modalidad autoadministrada y anónima, utilizando un cuestionario web realizado con la herramienta del Formulario Google Drive, con una estructura cerrada y preguntas de tipo dicotómicas y politómicas (nominales y ordinales).

Referencias Bibliográficas

- **Chicos.net** ¿Qué pasa con el grooming en Argentina?. Consultado (9/9/23) https://www.chicos.net/novedades/que-pasa-con-el-grooming-en-argentina/
- **GARCÍA, J. (2019)**. Grooming en línea: un desafío legal y transfronterizo. Revista de Derecho Digital, 5(2), 45-58.
- **Grooming Argentina (2020)**. Informe grooming 2019/2020: 6 de cada 10niños, niñas y adolescentes habla con desconocidos por internet.
- **GÓMEZ, A. (2017)**. La importancia de la educación en seguridad cibernéticaen las escuelas. Revista de Educación y Tecnología, 12(3), 78-91.
- **GONZÁLEZ, M. (2021)**. Riesgos del Grooming en adolescentes: Estrategiasde prevención. Revista de Psicología Adolescente, 18(1), 35-48.
- **LÓPEZ, E. (2019)**. Comunicación abierta y prevención del Grooming en adolescentes. Revista de Psicología Digital, 25(4), 112-125.
- **MASCIULLI, C.; CHILANO y FREZZOTTI, Y. (2022)**. Jóvenes en red: vulnerabilidades, riesgos y ciberviolencia. Tarullo, Raquel (comp.) Narrativas digitales de jóvenes en red. Centro de Edición y Diseño, UNNOBA.
- **MORAES, R. (2020)**. La brecha generacional en el conocimiento de tecnologías en línea y su impacto en la vulnerabilidad de los menores. Revista de Ciencias Sociales, 15(1), 67-80.
- **PÉREZ, L. (2020)**. La capacitación de profesionales en la persecución del Grooming en línea. Revista de Derecho y Tecnología, 8 (4), 112-125.
- **RODRÍGUEZ, C. (2018)**. Colaboración entre el gobierno y la sociedad civil en la lucha contra el Grooming. Revista de Políticas Públicas, 21(2), 45-58.
- **SMITH, P. (2018)**. La importancia de la comunicación abierta en la prevencióndel Grooming. Revista de Psicología Infantil, 14(3), 78-91.
- **VALLES, M. S. (1996)**. Técnicas cualitativas de investigación social. Madrid: Síntesis.

[1] Los Puntos Digitales forman una red federal en Argentina que, a través de espacios públicos y gratuitos, brindan conectividad, capacitaciones, talleres y actividades culturales para personas detodas las edades.
https://www.argentina.gob.ar/jefatura/innovacion-publica/servicios-y-pais-digital/punto-digital

Análisis de consumos culturales para el diseño de estrategias educativas

Analysis of cultural consumption for the design of educational strategies

Peret, Maximiliano Andrés
Universidad Nacional del CentroDe la Provincia de Buenos Aires
Argentina
maximilianoperet@gmail.com

GI 9 – Habilidades digitales y consumos culturales transmedia

Palabras clave: CONSUMOS – HABILIDADES – EDUCACIÓN

Keywords: CONSUMPTION - SKILLS - EDUCATION

En los últimos 20 años los desarrollos tecnológicos se han acelerado y también han cambiado la forma en que nos comunicamos, aprendemos, nos entretenemos y hasta como actuamos como ciudadanos, dándole forma a lo que hoy definimos como “Cultura Digital”, un concepto que representa a un mundo cada vez más mediado por tecnologías, algo que se manifiesta claramente en lo que se constituye como los principales consumos culturales.

Los resultados de la Encuesta Nacional de Consumos Culturales realizada en la Argentina por el Sistema de Información Cultural dela Argentina (SINCA) nos permiten visibilizar no sólo aspectos de la realidad, sino también como la misma se ha ido modificando en los últimos diez años.

Entre los datos presentados se destacan algunos vinculados con los consumos más tradicionales, como por ejemplo que en el período mencionado el consumo de TV tradicional ha descendido del 97 al 91%, pero lo que se ha incrementado es el consumo de la misma desde el Smartphone, llegando al 16% de los usuarios. Relacionado con este dato vinculado al consumo audiovisual las plataformas de streaming que no se relevaron en la encuesta de 2013 a pesar de que Netflix se estaba expandiendo en el país desde fines de 2011 son elegidas por el 65% de los consumidores y en este caso casi el 60% las utilizan desde dispositivos de televisión y el 28% lo hacen desde smartphones. La música es uno de los principales consumos relevado (el 96% la escucha), lo interesante es que los teléfonos celulares aparecen acá como el dispositivo más utilizado (76%) y la radio que en 2013 era escuchada por el 87% de la población hoy es elegida por el 67% aunque es un consumo mucho más masivo entre adultos que en jóvenes, los que se identifican con uno de los consumos emergentes de la época, como lo son los podcast, la alternativa on demand a la radio tradicional. Los diarios digitales y las redes sociales (utilizadas por el 95%) se presentan como las principales formas de acceso a las noticias.

El trabajo realizado por el equipo de investigación de “Investigar en red” que analizó las prácticas y consumos de los estudiantes de Periodismo y Comunicación Social de Argentina a la hora de estudiar e informarse presenta resultados similares, que reflejan las habilidades digitales incorporadas por los estudiantes para adaptarse al contexto digital actual.

El presente trabajo tiene como objetivo analizar los cambios en los consumos culturales evidenciados en la última década, desde una perspectiva de la ecología de medios para poder vincular en qué medida esos cambios están influenciados por los cambios en los dispositivos de acceso, donde el desarrollo de los smartphones y el crecimiento de la conectividad móvil ocupan un lugar de centralidad.

La metodología desarrollada se centra en el análisis de la encuesta realizada por el SINCA y los resultados de la primera etapa del trabajo de “Investigar en red” ya que en ambos trabajos se presentan recurrencias en cuanto a los consumos culturales y instalados y emergentes en las poblaciones analizadas.

El análisis pretende convertirse en un insumo que permita diseñar estrategias educativas para el abordaje de la cultura digital en el diseño de estrategias educativas ya que se torna necesario pensar en la formación de ciudadanos digitales críticos en condiciones de enfrentar un contexto en el que la cultura digital modula la cotidianidad de niñas, niños y jóvenes (y personas adultas, por supuesto) y, en este sentido, promueve modos determinados de hacer, pensar, sentir y de relacionarse con las y los demás que condicionan las formas de experimentar el mundo .

Hablar de cultura digital implica poner en valor como se han dado los cambios en las formas de apropiación del conocimiento y como se han modificado las alfabetizaciones, el planteo generalizado indica que los cambios tecnológicos han impulsado las modificaciones sociales, sin embargo Alessandro Baricco (2019) afirma que es la revolución mental la que permite el desarrollo de la revolución tecnológica, lo cual supone un cambio de paradigma para analizar los cambios de la cultura digital y le da mayor relevancia al hecho de pensar su abordaje en el proceso de enseñanza para poner a la escuela en un lugar de centralidad en la formación ya no de ciudadanos que puedan desenvolverse en el contexto actual, sino en el mundo que se está gestando.

En este sentido, Rosana Reguillo (2017) destaca la importancia de comprender cómo los jóvenes se apropian de la cultura digital y la utilizan para expresar sus identidades y participar en la esfera pública, y con una mirada más pedagógica Cristobal Cobo (2019) enfatiza en la necesidad de desarrollar la competencia digital en los estudiantes, lo que implica no solo saber usar herramientas tecnológicas, sino también comprender cómo la tecnología puede mejorar el aprendizaje y la resolución de problemas.

Analizar consumos, comprender prácticas y reconocer habilidades será clave para poder pensar en un diseño de estrategias didácticas que incorporen el abordaje de prácticas transmedia que permitan potenciar los procesos educativos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Albarello, F. (2022). “Mutaciones: : hábitos de información y estudio de jóvenes en universidades argentinas”. Rosario: UNR.

Baricco, A. (2019). “The Game”. Buenos Aires: Anagrama.

Cobo, C. (2019). “Acepto las Condiciones: Usos y abusos de las tecnologías digitales”. Fundación Santillana

Reguillo, R. (2017): “Superficies de inscripción digital. Decodificar las expresiones de malestar contemporáneo” en Paisajes insurrectos: jóvenes, redes y revueltas en el otoño civilizatorio. NED ediciones.

SINCA (2023). “Encuesta Nacional de Consumos Culturales”. Disponible en: https://www.cultura.gob.ar/encuesta-nacional-de-consumos-culturales-2023-13287/

Multitarea y multiplataforma:
prácticas tecnológicas de estudiantes de Comunicaciónen la UNLP

Multitasking and multiplatform: digital practices of Communication students in the UNLP

Pereyra Melina Milagros
Comisión de Investigaciones Científicas de la Provincia de Buenos Aires (CICBA)/ IICOM FPyCS-UNLP
Argentina
pereyramel.99@gmail.com

Grupo de Interés 9: Habilidades digitales y consumos culturales transmedia

Palabras clave: usos, tecnologías digitales, habilidades transmedia.
Keywords: uses, digital technologies, transmedia skills.

Tema central

Esta ponencia propone una indagación en torno a las prácticas tecnológicas de estudiantes de Comunicación en la Universidad Nacional de La Plata (Argentina) con énfasis en los modos de usos que realizan a partir de las tecnologías digitales.

Se enmarca en los avances de una beca de investigación doctoral financiada por la Comisión de Investigaciones Científicas de la Provincia de Buenos Aires (CIBA) que tiene como objetivo analizar y describir las trayectorias tecnológicas de estudiantes de Comunicación en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, en Argentina.

Se parte de comprender a las tecnologías como instituciones sociales, producciones que implican un marco de conocimientos para su uso y desarrollo (Williams, 1991) y se reconoce el lugar de incidencia que adquieren en las trayectorias educativas de quienes transitan por la universidad pública.

Es así que se proponen algunas problematizaciones para abordar a lo largo del trabajo:
¿Cómo se caracterizan las prácticas tecnológicas del grupo de estudiantes? ¿Qué usos predominan en sus actividades académicas y extraacadémicas? ¿Con qué competencias y habilidades digitales cuentan?

Objetivos:

-Indagar en torno a las prácticas tecnológicas de estudiantes de Comunicación en la Universidad Nacional de La Plata, Argentina.
-Caracterizar los usos que realizan a partir de las tecnologías digitales.
-Reconocer las habilidades y competencias existentes.

Caracterización del estudio

Los usos tecnológicos se comprenden como prácticas hegemónicas mediadas por luchas de poder (Murolo, 2014) donde el concepto de decodificaciones (Hall, 1980 citado en Murolo, 2014) se recupera para señalar tres tipos de usos: dominantes, como objetos de consumo y capital laboral; negociados, como propiciadores de la creación de sentido; o de oposición, lo que implica usarlas de manera contraria a la propuesta hegemónica.

En la misma línea, se presentan "en tanto acciones que tienen su propia forma y organizan las maneras de consumir" (De Certeau, 1996 citado en Alonso, 2019, p.181) y existen

estrategias establecidas en el uso de los productos culturales y tácticas de resistencias, rechazos o transformaciones por parte de las personas usuarias.

Teniendo en cuenta el ecosistema de medios actual, consideramos que son necesarias competencias de tipo transmedia, donde diferentes lenguajes (gráfico, audiovisual, sonoro, digital) y soportes (medios interactivos, redes digitales, transmedia) convergen. De acuerdo con Scolari (2018), se definen como "una serie de habilidades relacionadas con la producción, el intercambio y el consumo de medios interactivos digitales" (p.8) que incluyen aspectos como la gestión social, individual y de contenidos; a los medios y tecnología; la ideología y ética; la narrativa y estética; la producción; prevención de riesgos y performance.

En este sentido, nos preguntamos en qué situación se encuentran quienes transitan por el sistema universitario argentino. La investigación de Analía Claudia Chiecher (2018) señala los usos académicos y no académicos así como las competencias digitales que poseen estudiantes ingresantes de la carrera de ingeniería en la Universidad Nacional de Río Cuarto (Córdoba).

Así destaca que la totalidad del grupo no cuenta con las habilidades y competencias necesarias para realizar actividades que requieren el uso de tecnologías mientras que en las prácticas de uso predomina el ocio, el entretenimiento y la comunicación antes que las actividades educativas. Nos preguntamos entonces en qué situación se encuentran las y los estudiantes de Comunicación en la UNLP.

Enfoque y/o metodología de abordaje

La metodología de abordaje es cualitativa ya que desde esta mirada metodológica no se busca investigar a alguien o a un grupo, sino que lo que se pretende es trabajar con alguien y con esos grupos, lo cual le permite a quien investiga posicionarse desde el campo y, en este caso, analizar las prácticas sociales desde una mirada comunicacional (Uranga et al, 2009). Al momento de escritura, la investigación se encuentra en una primera fase donde se llevó a cabo un relevamiento y análisis documental para conocer el estado de situación en el estudio sobre tecnologías, usos y competencias digitales.

Principales reflexiones y conclusiones más importantes

Reconocemos que las prácticas tecnológicas de estudiantes de Comunicación en la Universidad Nacional de La Plata se desarrollan de tres modos. En primer lugar, surgen usos de las tecnologías con fines académicos para realizar las actividades referidas a las cursadas como conectarse a las clases virtuales (durante la pandemia), instancias de evaluación, trabajos prácticos individuales y grupales, búsqueda de información y producción de contenidos con fines pedagógicos.

En segundo lugar, destacamos usos vinculados al ocio y entretenimiento, con un lugar predominante para sus hábitos informativos, de creación de contenidos también, con énfasis en las redes sociales y múltiples plataformas mediáticas. Y en tercer lugar, usos de tipo laboral, para llevar adelante las actividades profesionales en el caso de quienes trabajan.

En dichas prácticas, combinan estrategias de lectura transmedia (Albarello, 2019) donde dos dispositivos tecnológicos cumplen un rol central: el teléfono celular y la computadora. Asimismo, destacamos que el fenómeno de la multitarea o *multitasking* se desarrolla en los hábitos del grupo de estudiantes mediante el uso de numerosas pantallas, ventanas y plataformas a la vez.

Referencias

Albarello, F. (2019). *Lectura transmedia: leer, escribir, conversar en el ecosistema de pantallas.* Buenos Aires: Ediciones Ampersand.

Alonso, E. (2019). Prácticas de apropiación y usos de TIC de jóvenes estudiantes de comunicación y periodismo en FACSO UNICEN. *Intersecciones en Comunicación 13 (1)*, 179-195.

Murolo, L. (2014). Hegemonía de los sentidos y usos de las tecnologías de la comunicación por parte de jóvenes del Conurbano Bonaerense Sur: Estudio realizado en Quilmes 2011-2014. [Tesis de doctorado, UNLP] https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/462321

Pereyra, M.M. (2023). Las trayectorias educativas digitales en la Universidad: el caso de jóvenes estudiantes de Comunicación Social. [Tesis de grado, Universidad Nacional de La Plata]. Biblioteca de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social.

Scolari, C.(Ed.) (2018). Adolescentes, medios de comunicación y culturas colaborativas. Aprovechando las competencias transmedia de los jóvenes en el aula. Transliteracy.

Uranga, W., et al. (2009). "El sentido de las técnicas en el diagnóstico desde la comunicación. Algunos ejemplos y propuestas para trabajar", mimeo. La Plata, UNLP.

Williams, R. (1992). Historia de la comunicación. España: Casa Editorial Bosch.

Los días por venir:

Habilidades y hábitos digitales, él desafío para las Universidades

Os dias que virão:
Competências e hábitos digitais, o desafio para as Universidades

The days to come:
Digital skills and habits, the challenge for Universities

Paula Inés Porta
Facultad de Periodismo y Comunicación
SocialUniversidad Nacional de La Plata
Argentina
paulainesporta@gmail.com

GI 9 – Habilidades digitales y consumos culturales transmedia

Palabras clave: UNIVERSIDAD – HABILIDADES – CULTURA Palavras-chave: UNIVERSIDADE – HABILIDADES – CULTURAKeywords: UNIVERSITY – SKILLS – CULTURE

En Argentina, el Sistema Universitario es producto de más de 400 años de historia, objetivamente, en los últimos 100 años se consolidan las características que reconocemos en la actualidad y que han sido severamente alteradas durante el período de pandemia global. La experiencia de inmersión abrupta en el entorno digital durante la pandemia, mientras se dio una instancia extrema, fue una oportunidad para incorporar herramientas, dispositivos, plataformas y diseños pedagógicos. Un gran desafío para la enseñanza, por la urgencia en comprender en particular contexto, a los sujetos de aprendizaje que venían desarrollado nuevas habilidades y hábitos de lectura, de escritura, de comunicación y producción de contenidos; han generado otras estrategias de informarse propios del entorno digital (SCOLARI, 2015). Complementariamente, urge problematizar la mirada homogeneizadora del estudiantado (se diseña, desarrolla y evalúa para un grupo determinado) dar lugar a la perspectiva crítica y a las prácticas creativas.

El maestro Jesús Martín Barbero afirmaba, en el año 2009: “las mediaciones *tecnocomunicativas* que experimentan los jóvenes a través de los nuevos artefactos tecnológicos, les permiten establecer novedosas relaciones con la lectura y la escritura y, en consecuencia, con el conocimiento. Estas formas chocan con las que ha venido fomentando la escuela moderna, y ahora son cuestionadas por los adolescentes más proclives a las que propicia la cultura digital hegemónica” (MARTIN BARBERO, 2009)). La tecnología, las invenciones tecnológicas en diversos contextos históricos, transforman los modos de vincularnos y de producir sentidos incluido el proceso de

enseñanza/aprendizaje del periodismo. La tecnología digital, el potencial de convergencia de lenguajes y medios, los dispositivos móviles "inteligentes" con posibilidad de conectividad, facilitan y aceleran el acceso, la producción, edición y circulación de información en una escala desconocida hasta ahora. Se esfuman los límites, las categorías, las colecciones, que ordenaban el conocimiento, la información, esto habilita a un nuevo modo de producir conocimiento en modo colectivo y colaborativo.

Comprender las habilidades digitales con las que se desempeñan las y los estudiantes de nuestras Universidades adquiere un valor estratégico. Para ello retomaremos el trabajo realizado por el equipo interuniversitario de Investigar en Red (www.investigarenred.ar). Analizaremos especialmente las "evoluciones y tensiones del consumo digital" y las dinámicas entre las pantallas y el papel descriptos en el libro Mutaciones (ALBARELLO, Francisco, 2022) Valoramos las innovaciones en la Universidad, si van en consonancia con los objetivos pedagógicos para que el aula, el estudio, los laboratorios sean espacios para la producción de contenidos en diferentes lenguajes y formatos. Destacamos la instancia de aprender/hacer con pares y docentes, a trabajar en grupo a partir del potencial colaborativo de las redes digitales, contexto del presente y de los días por venir.

Referencias Bibliográficas

ALBARELLO, Francisco. (2022). *MUTACIONES: Hábitos de Información y Estudio de jóvenes en universidades Argentinas.* Rosario: Universidad Nacional de Rosario .

MARTIN BARBERO, J. (2009). (MARTIN BARBERO, 2009)Martín-Barbero, J. (2009). "Cuando la tecnología deja de ser una ayuda didáctica para convertirse en mediación cultural. *www.redalyc.org/articulo.oacid* (pág. 27). Bogotá: Teoría de la Educación. Educación Cultura y Sociedad de la Información.

SCOLARI, C. A. (2015). *Ecología de los Medios Entornos, evoluciones e interpretaciones.* BARCELONA: GEDISA.

UNIVERSIDADES ARGENTINAS 2030. Secretaría de Políticas Universitarias y Consejo Interuniversitario Nacional. (2021). https://www.cin.edu.ar/download/universidades-argentinas-del-2030/

Na esteira da Cultura Digital: Instagram como seguidor de lógicas materiais e colonialista de dados

In the wake of Digital Culture: Instagram as a follower of material logics and data colonialist

Jhonnatan O. dos Santos
Jhonnatan.oliveira@discente.ufma.br
Larissa Leda F. Rocha
larissa.leda@ufma.br
Universidade Federal do Maranhão (UFMA)/Brasil

GI 9: Habilidades digitales y consumos culturales transmedia

Palavras-chave: Dados, Plataforma, Teoria das materialidades.

Key-words: Data, Platform, Materiality Theory.

RESUMO

As tecnologias da informação, unidas à internet e sistemas globais neoliberais, geraram novas formatações e reorganizações do social, o que nos exige compreender o contexto contemporâneo de relações sociais na cultura digital. Especialmente, sob a perspectiva das plataformas e os seus formatos algorítmicos de aprendizados de máquina, que inclusive continuam a reprodução de lógicas extrativistas coloniais históricas. Assim, o colonialismo de dados (Coldry & Mejias, 2018) aqui é acionado visto a crítica reflexiva ascendente sobre a atuação de grandes empresas de tecnologia como o grupo meta - que realiza a gestão de redes sociais digitais como o Facebook, *Threads* e Instagram - por problematizar que elas produzem um "social" para mercantilizar os dados dos usuários e assim lucrar com publicidade on-line através de venda de anúncios (Fonseca, 2020; D'Andréa, 2020). Contudo, ressaltamos que mais uma crítica necessária levantada pelo colonialismo de dados é que, diferente do colonialismo histórico, na era das plataformas e da datificação que vivemos contemporaneamente, os dados se tornam uma verdadeira "manufatura" que não possui limites de expropriação.

Silveira (2021) nos diz que das quatro grandes empresas de tecnologia mundial – entendidas como Alphabet, Microsoft, Apple e Amazon – uma possui mais de noventa por cento de poderio de faturamento que se origina a partir de operacionalização de dados pessoais, sendo ela o grupo Alphabet que controla o Google. Por meio dos direcionamentos teóricos das materialidades, assim como, os estudos de plataforma (D'Andréa, 2020) compreendermos que os algoritmos, termos de uso, curtidas, interfaces e entre outras ações digitais, compõem o *hall* de atores técnicos que mediam a informação dentro das plataformas (Messias, 2020). Visto que

trabalhamos com o ideal de que se um objeto técnico (como algoritmos) interfere no social, ele se torna um ator indispensável para promover investigações.

Nesse sentido, aqui entendemos que a mediação técnica e informacional ganha "corpo" com a plataforma Instagram, principalmente com as interações promovidas pelas interfaces de seus mais de 2 bilhões de usuários no mundo e 113 milhões no Brasil, segundo relatório anual de 2023 da *We Are Social* [1] . Somando ao cenário crítico, é observado um movimento de mediação de acreditação da população nas plataformas como neutras, fato que tem vínculo com a chamada "alienação técnica" (Silveira, 2021). Para potencializar essa discussão, Fonseca (2020) informa que as plataformas utilizam de opacidade algorítmica e discursos/termos amigáveis para mascarar os seus objetivos de extração de dados dos usuários em prol de publicidade.

Nosso principal objetivo é responder à seguinte questão: a plataforma Instagram se apoia nos moldes de funcionamento propostos pelas materialidades e colonialismo de dados? Assim, buscamos empreender ensaios teóricos que discorrem sobre entendimentos de (1) algoritmos, mediação e agentes técnicos; (2) modelos de negócios e plataformas; e, por fim, (3) extração e tratamento de dados. Os delineamentos metodológicos, sobre materialidades (Lemos, 2020) e estudos de plataforma (D'Andréa, 2020) também costuram o ideal teórico-epistemológico junto à análise de materiais informativos do Instagram, sendo: blog institucional, relatório anual financeiro e interfaces dos usuários. Assim como, um mapeamento que localizou mais de sessenta atualizações promovidas pela plataforma em um recorte temporal de sete anos (2017 até 2023), incluindo ações recentes propostas para serem "testadas" nos usuários. Esse levantamento – realizado através de sites que tratam sobre a temática de redes sociais digitais - se baseia, especialmente, na coleta e mapeamento de ações - atualizações, mudanças de interface, implementações de novas sociabilidades na plataforma - que impactaram diretamente nas mediações técnicas dos usuários finais.

Dessa maneira, não é difícil de entender que ao estendermos o debate sobre algoritmos e as materialidades das plataformas – aqui como objeto empírico, sendo o Instagram – nos possibilita apontar que as dezenas de operações – as visíveis para os usuários – são construídas e reconstruídas cotidianamente. Esse pode ser entendido como uma formatação de "poder" de plataformas, em que mediam as informações, ao passo que desenvolvem padrões assimétricos mundiais da colonialidade (poder e subjetivação) como aponta Silveira (2021). Fato que, Van Djick, Poell e Nieborg (2020) acrescentam ao debate, pois concordam que constantemente esses instrumentos de governança digital são reprogramados e reajustados de acordo com as ações

dos usuários finais e complementadores. Eles ainda nos dizem que as plataformas são instrumentos (re)programáveis que tem como suas bases a monetização e captura dos dados.

Ao final da análise, podemos compreender que os levantamentos feitos dos últimos anos na plataforma, desembocaram em investimentos de lógicas algorítmicas para aproximar os usuários, indo de encontro ao que Couldry e Mejias (2018), assim como, Silveira (2020) nos alertaram. Desse modo, foi visto que em grande parte o Instagram aumentou significativamente as possibilidades de agrupamentos, exposições e interações entre os usuários. Notamos também, a existência de construções de agenciamentos através dos seus objetos técnicos – algoritmos – que mediam as interações sociais em prol do lucro, haja vista que quanto mais formas de utilizar a plataforma, mais tempo o usuário permanece e deixa seus rastros digitais. Assim, verificada a aproximação entre agentes humanos e não humanos, vimos que as plataformas mediam tecnicamente os comportamentos sociais. O termo que realizou o grande encaixe nesse sentido foi o de *affordances* no qual D'Andréa (2020) nos diz que são direcionamentos conceituais sobre a forma de constituir as relações mediadas entre usuário e as materialidades dispostas.

Além desses resultados constatados, foi possível cruzar levantamentos de discursos nos materiais informativos do Instagram (termos de uso, relatório e blog) que produzem informações divergentes entre si, ao passo que comunicam o funcionamento da mesma plataforma para públicos diferentes. Assim, observamos que para futuras pesquisas no campo das materialidades, uma possibilidade é se debruçar sobre o que as plataformas produzem de informações e suas respectivas divergências do comprometimento com seus "públicos", sejam eles usuários finais, anunciantes e investidores.

REFERÊNCIAS

Silveira, S. A. da. (Ed.) (2021). A hipótese do colonialismo de dados e o neoliberalismo. In: SILVEIRA, S. A. DA., SOUZA, J., & CASSINO, J. F. (Org.) *Colonialismo de dados:* como opera a trincheira algorítmica na guerra neoliberal. São Paulo: Autonomia Literária.

Couldry, N., & Mejias, U. (2018). *Data colonialism*: Rethinking big data's relation to the contemporary subject. Television and New Media, 20, 336-349.

D'Andréa, C. (2020). *Pesquisando plataformas online:* conceitos e métodos. Salvador: EDUFBA.

Fonseca, R. A. (2020). A vida mobile no capitalismo de dados: narrativas de negócios digitais e a constituição do consumidor conectado. São Paulo: Pimenta Cultural.

Poell, T., Nieborg, D., & Van Dijck, J. (2020). Plataformização. Fronteiras, 22(1), 2-10.

Messias, J. (2020). *Gambiarra como mediação:* um encontro entre materialidades da comunicação e filosofia da técnica a partir das mídias digitais. E-Compós, 25, 1-25.

Lemos, A. (2020). Epistemologia da comunicação, neomaterialismo e cultura digital. Galáxia (São Paulo), (43), 54-66.

[1] *We Are Social. (2023). The Changing World of Digital in 2023.* https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023/

GI 10 - “Periodismo en ecosistemas digitales. Debates, política y construcción de ciudadanía”

Oásis na América Latina: veículos independentes em desertos informativos[1]

Oasis in Latin America: independent vehicles in informative deserts

Marta Thaís ALENCAR[2]

Palavras-chave: desertos de notícias, jornalismo, desinformação
Keywords: news deserts, journalism, disinformation

Boatos e desinformações se alastram em regiões que padecem de cobertura jornalística profissional e de acesso à informação. Na América Latina, diversos países lidam com a escassez de notícias locais: Argentina, Venezuela, Colômbia e Brasil. Com uma população estimada em mais de 40 milhões de habitantes, a Argentina tem dentro de suas fronteiras, populações com diferentes necessidades de informação, o que afeta a configuração de gigantescos espaços sedentos de cobertura conforme o Fórum de Jornalismo Argentino (Fopea, 2021), que mostra que o país tem 47,9% de municípios como desertos de notícias, 25,2% como semidesertos.

Na Colômbia, os desertos informativos atingem mais de 10 milhões de colombianos. Dos 994 municípios mapeados pela *Fundación para La Libertad de Prensa* (FLIP, 2019), 578 correspondem a zonas silenciosas, locais onde não há veículos de comunicação que produzem notícias para a população. A pesquisa de Mapeamento da FLIP concluiu que a maioria dos colombianos tem mais informações sobre a realidade que ocorre nas principais cidades(Bogotá, Cali e Medellín) do que nos locais onde residem.

Enquanto sete milhões de venezuelanos vivem em desertos noticiosos, sem acesso a um jornalismo local de qualidade. Enquanto mais de oito milhões vivem em desertos moderados, onde o acesso também não é suficiente (Ipys, 2023). Apesar dessa escassez informacional, o rádio e a mídia digital são os meios mais frequentes no país, enquanto a televisão e os jornais impressos cobrem menos da metade dos municípios conforme levantamento do *Atlas del silencio* da IPYS Venezuela.

Com a maior quantidade de estados do Brasil, o Nordeste brasileiro apresenta

também maior proporção de desertos de notícias – 56,74% dos municípios. Na sexta edição do Atlas da Notícia lançada em agosto de 2023, a região Nordeste do Brasil se apresenta com o maior número de desertos noticiosos, em seguida o Norte do país (Lüdtke; Spagnuolo, 2023). Na edição anterior, o Nordeste era o segundo com maiores vazios noticiosos, com 62,4% dos municípios, perdendo para o Norte (63,1%).

Deolindo *et al*. (2021) identifica que a questão da escassez de produção noticiosa em cidades fora dos grandes centros urbanos demonstra que são regiões desprovidas de riqueza econômica, com carência de políticas públicas para saúde e segurança e baixa qualidade da educação e do meio ambiente. Existem lugares onde emergem fatos com valor-notícia e os lugares onde nada é noticiado, constituindo-se áreas desprovidas de um certo tipo de relato, que poderiam ser constituídas como periferias do mercado de comunicação.

Esta pesquisa não visa construir um mapa que sirva de guia, mas sim elencar as dinâmicas, os fluxos e as intensidades que se mostram os veículos independentes que se localizam em municípios próximos ou distantes de regiões que padecem com vazios informativos e atuam como "oásis" na América Latina.

Antes de destrinchar sobre os oásis informativos, esta pesquisa cita com maior profundidade o termo desertos de notícias. Miller (2018) observa que a crise nas notícias locais nas últimas décadas aumenta os vazios noticiosos. Embora a pesquisadora volte seus estudos à imprensa nos Estados Unidos, o trabalho revela que o dramático declínio da indústria jornalística envolve uma série de mudanças tecnológicas, econômicas e sociais.

Outro dado importante da pesquisa de Miller (2018) é que os crescentes desertos de notícias e a interrupção da cadeia alimentar tradicional de notícias foram acompanhados pela divulgação de informações sem curadoria ou não verificadas nas redes sociais digitais, que

também desembolsaram a maior parte da publicidade digital. Tal contexto acelerou não apenas a tendência ao jornalismo de "clique", mas também a disseminação de desinformação.

Deolindo *et al* (2021) descreve o colapso do antigo modelo comercial de negócios que sustentou o jornalismo desde o século XIX, as desvantagens e dificuldades financeiras que pequenos jornais independentes têm marcado pela

digitalização, além do avanço das *big techs* (Meta e Google, por exemplo) no mercado da informação. Partindo desses conceitos e tendo a cartografia como procedimento metodológico, o estudo cita os conhecimentos de Salaverría (2014a), que evidencia a consolidação de meios digitais na América Latina. O autor aponta que houve um verdadeiro boom de veículos independentes nos últimos anos, com títulos como La Silla Vacía na Colômbia, SinEmbargo no México e muitos outros.

É perceptível observar que os veículos independentes que atuam na América Latina graças à ascensão da internet, embora a maioria esteja sediada em capitais e atuem em municípios que estão vazios ou quase vazios noticiosos. Esses meios fazem com que a informação local seja de maior qualidade, mais plural e mais participativa. Além de permitir novas possibilidades de conteúdos locais, ampliando o espaço para sua veiculação.

Outro ponto importante em destaque é que diante da violência e dos ataques contra jornalistas, Venezuela e Colômbia por exemplo, veículos locais lidam com a precariedade e dificuldades de financiamento. Embora exerçam um papel importante na cobertura de eventos locais com pouca ou nenhuma cobertura jornalística, além de aproximarem os cidadãos das redações jornalísticas e os educarem a produzir notícias em suas próprias comunidades como o Consonante e o ElBus TV na Venezuela.

REFERÊNCIAS

Deolindo, J. et al. (2021). Os desertos de notícias e a comunicação em pequenas cidadesfluminenses. *44º CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM*, 2021, virtual. Comunicação e resistência: práticas de liberdade para a cidadania,2021. Recuperado de: https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2021/resumos/dt7- gc/jacqueline-da-silvadeolindo.pdf.

Fopea. (2021). *Desiertos de noticias en la Argentina*. Recuperado de: https://desiertosinformativos.fopea.org/dashboard/.

Ipys.(2023). *Más de 5 millones de venezolanos viven en desiertos de noticias*. Recuperado de:https://ipysvenezuela.org/desierto-de-noticias/.

Lüdtke, S, Spagnuolo, S. (2023). *Brasil tem redução de 8,6% nos desertos de notícias em 2023,mas jornalismo local precisa de incentivo*. Recuperado de:

https://www.atlas.jor.br/v6/brasil-tem-reducao-de-8-6-nos-desertos-de-noticias-em-2023-mas-o-jornalismo-local-precisa-de- incentivo/.

Miller, J. (2018). *News Deserts: No News Is Bad News*. Recuperado de: https://www.manhattan-institute.org/html/urban-policy-2018-news-deserts-no-news-bad-news-11510.html.

Salaverría, R. (2014). Periodismo em 2014: balance y tendencias. *Cuadernos de Periodistas,*
n. 29, 9-22, 2014a. Recuperado de: http://www.cuadernosdeperiodistas. com/periodismo-en-2014-balance- -y-tendencias.

[1] Trabalho apresentado no GI Periodismo en ecosistemas digitales. Debates, política y construcción de ciudadanía,XI Seminário da Associação Latino-Americana de Pesquisadores em Comunicação – (Seminário ALAIC 2023).

[2] Doutoranda em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), Brasil, email:martacoarnews@gmail.com.

A prática do comentário esportivo em podcast: uma análise doprograma “Posse de bola”

The practice of sports commentary in podcasting: an analysis ofthe show “Posse de bola”

NICOLAU SANTOS OLIVEIRA FERRAZ
nferraz.11@gmail.com
Universidade de Brasília

Fernando Oliveira Paulino
fopaulino@gmail.com
Universidade de Brasília

Anderson David Gomes dos Santos
anderson.gomes@santana.ufal.br
Universidade Federal de Alagoas

GI 12 — Jornalismo em ecossistemas digitais. Debates, política e construção da cidadania

PALAVRAS-CHAVE

jornalismo esportivo; jornalismo opinativo; podcast esportivo.

KEYWORDS

sports journalism; opinionated journalism; sports podcast.

TEXTO

No Brasil, a cobertura esportiva possui um espaço expressivo na história da imprensa. E o futebol, esporte mais popular do mundo[1], é uma marca para o desenvolvimento da imprensa esportiva no país. As receitas publicitárias geradas pelo futebol trouxeram prestígio social e econômico para o tema, que acabou se tornando uma editoria presente em veículos por todo o país, sob o nome de "Esportes".

Foi após a profissionalização do futebol, na década de 1930, no rádio, especificamente com as transmissões de partidas, onde a cobertura esportiva encontrou um espaço para expansão (SOUSA, 2006). O jornalismo esportivo, como uma área que possui a essência do jornalismo, independentemente da mídia na qual é propagado, foi um dos primeiros gêneros a se firmar no rádio.

Inclusive, características tradicionais da cobertura esportiva nascidas no rádio depois se expandiram para outros formatos de mídia que surgiram, como a televisão e, posteriormente, a internet.

Tratando-se especificamente de mídia sonora, no entanto, é possível falar de uma transformação com o advento do *podcasting* a partir dos anos 2000 (BONINI, 2020). O podcast é um formato surgido no século XXI em que conteúdo sonoro é produzido por uma ampla variedade de agentes e salvo como arquivos digitais que são distribuídos pela internet para serem consumidos sob demanda.

Na última década, é possível encontrar inúmeros programas que conquistaram uma audiência significativa e conseguem gerar retorno financeiro para quem está produzindo, seja de forma independente ou por um grande veículo de mídia.

Nesse processo de convergência e adaptação, é possível enxergar particularidades do rádio e da televisão se encaixando no podcast. Ou seja, ao longo do desenvolvimento do podcast como um formato de mídia de amplo alcance, aspectos próprios do jornalismo esportivo foram continuando presentes de maneira sólida.

Nisso, inclui-se a análise esportiva, como uma prática que vai além do comentário durante a transmissão de uma partida. Ao longo do tempo, a ação de comentar esporte, para além do jogo até, evoluiu e se firmou no jornalismo e na sociedade brasileira (Vasconcelos, 2021). Após muitas décadas, a prática do comentário esportivo como uma parte do jornalismo, especificamente na cobertura de futebol, consolidou-se.

[1] Recuperado em 19 de junho de 2023 de: Fifa: 265 milhões de pessoas jogam futebol no mundo.

Por conta desses fatores, e em um momento no qual o podcast conseguiu mais força, ganhando uma variedade de programas e temas e registrando aumento de ouvintes e receita (Orlando, 2020), a presença de produtos voltados para a cobertura esportiva a partir da opinião se torna mais presente na podosfera.

Portanto, o objetivo deste trabalho consiste em analisar como se dá a presença do comentário esportivo no universo de podcasts, tentando entender suas principais características, a partir da análise do podcast "Posse de Bola", do UOL, que é apresentado por Eduardo Tironi e tem comentários de Arnaldo Ribeiro, José Trajano, Juca Kfouri e Mauro Cezar Pereira. Para isso, realizou-se escuta ativa do programa e dos comentários específicos de cada jornalista. A análise permitiu evidenciar como o podcast mantém formatos tradicionais do jornalismo esportivo e da mídia sonora que já existiam antes e verificar como a análise praticada no produto traz um viés direcionado pela audiência e o clubismo.

Além de ser um podcast que tem como pauta o esporte, o objeto da pesquisa é produzido por um veículo relevante para a imprensa esportiva brasileira e oferece aos ouvintes a análise esportiva para além do jogo. O programa também é formado por profissionais e contém estilos que já estavam presentes em outros tipos de mídia anteriores e trata de um tema de ampla cobertura no Brasil, o futebol nacional, de forma a reproduzir padrões e visões típicas da mídia esportiva.

A fim de explorar os assuntos que o objeto de pesquisa permite refletir sobre e verificar e compreender o objeto com precisão, o percurso metodológico escolhido para a pesquisa — que tem caráter exploratório, segundo definição de Marconi e Lakatos (2003) — foi a análise de conteúdo, partindo da perspectiva qualitativa, com dados quantitativos para ajudar a ilustrar as hipóteses formuladas. Já para tratar os dados, dividiu-se a pesquisa em quatro partes: pré-análise, definição do *corpus*, codificação do conteúdo e categorização do conteúdo.

Foram definidos quatro episódios do programa, para garantir uma escuta ativa de edições específicas do programa que foram veiculados de forma ordinária. Os episódios têm equipe completa e tratam sobre as pautas mais comuns para o programa: jogos e acontecimentos do futebol brasileiro de clubes. Além disso, optou-se por contabilizar quantas vezes cada clube foi mencionado e se cada uma das categorias criadas para análise (opinião; setorismo; clubismo; e interação) estiveram presentes.

Essa análise qualitativa, com auxílio de dados quantitativos, permitiu perceber que o programa — que esteve entre os dez podcasts esportivos brasileiros mais escutados no

Spotify[2] entre os dias 10 e 23 de junho — foca em assuntos de maior apelo popular dentro do jornalismo esportivo: clubes de futebol masculino[3] com grandes torcidas e de maior potencial financeiro nacionalmente, com uma delimitação geográfica específica. É possível afirmar também que o podcast enxerga quatro equipes como pautas fixas, vistas pela produção do programa, deliberadamente ou não, como os objetos dominantes de análise: Corinthians, Flamengo, Palmeiras e São Paulo.

Santos, Borges e Figueiredo Sobrinho (2020, p. 122) apresentam que há motivos para uma concentração de cobertura em clubes como os quatro citados: "Os capitais político, econômico e midiático dão vazão ao maior poderio dos clubes do Rio de Janeiro e São Paulo no futebol brasileiro".

Já as quatro categorias criadas para análise mostraram-se frequentes no programa em todos os episódios e por praticamente todos os participantes. Por fim, levantou-se percepções sobre cada membro do programa. Com isso, fica perceptível que a cobertura esportiva por meio de opinião, na mídia brasileira, é pautada por um viés clubista e focada em clubes que já estão em evidência e movem torcidas quantitativamente maiores. Ou seja, o clubismo e a preocupação com audiência são os principais critérios de noticiabilidade valorizados.

[2] Recuperado em 27 de junho de 2023 de: https://podcastcharts.byspotify.com/br.
[3] Recuperado em 19 de junho de 2023 de: Dois lados do mesmo esporte: comparando futebol masculino e feminino.

REFERÊNCIAS

Bonini, Tiziano. (2020, janeiro a abril). A "segunda era" do podcasting: reenquadrando o podcasting como um novo meio digital massivo. Tradução: Marcelo Kischinhevsky. **Radiofonias — Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG, *11*(1), 13-32.

Marconi, Marina de Andrade; Lakatos, Eva Maria. (2003). **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo, Editora Atlas.

Orlando, Matheus Ramalho. (2020, novembro). Jornalismo esportivo em podcast: discussões sobre um formato em ascensão. **SBPJOR – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo.** São Paulo, p. 1-16.

Santos, Anderson David Gomes dos; Borges, Mellyna Andréa Reis dos Santos; Figueiredo Sobrinho, Carlos Peres de. (2020, janeiro) Quando um treinador substitui o nome do clube: uma análise do "Time de Ceni" como exemplo da lógica do clickbait na cobertura esportiva do Brasil. **Fulia**, Belo Horizonte, *5*(1), 119-138.

Sousa, Li-Chang Shuen Cristina Silva. (2006). **Noticiário esportivo no Brasil: uma resenha histórica**. Recife: Dissertação de Mestrado em Comunicação Social – Universidade Federal de Pernambuco.

Vasconcelos, Pedro. (2021, agosto). A Prática do Comentário Esportivo e o Papel do Comentarista em Tempos de Participação do Telespectador. **Revista Mediação**, *22*(31), 80-90.

Telejornalismo enfrenta a desinformação por meio de parcerias de *fact-checking*: um estudo das iniciativas e suas categorias

Television journalism confronts misinformation through fact-checkingpartnerships: a study of initiatives and their categories

KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos
Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil
valquiriakneipp@yahoo.com.br

GI 10 – Periodismo en ecosistemas digitales. Debates, política y construcción de ciudadanía

Palavras-chave: notícias falsas; pós-verdade; plataformização.

Keywords: fake news; post-truth; platformization.

RESUMO

As notícias falsas não são nenhuma novidade no mundo do jornalismo, mas tem se tornado problema no contexto da sociedade midiatizada Hjarvard (2014) e da plataformização de todas as mídias, "uma variedade de desinformação que pode variar entre a correta utilização de dados manipulados, a utilização errada de dados verdadeiros, a incorreta utilização de dados falsos e outras combinações possíveis" Ferrari (2018, P.44). De acordo com Empoli (2020, p. 78), em um estudo do Instituto de Tecnologia de Massachusets (MIT) estima-se que uma notícia falsa, "tem em média 70% a mais de probabilidade de ser compartilhada na internet, pois ela é, geralmente, mais original que uma notícia verdadeira". Ou seja, as notícias falsas parecem, mas não são verdade. Elas caracterizam, de acordo com D'Ancona (2018, p. 111) o contexto da pós-verdade, onde o objetivo e causar a dúvida, porque: "a pós-verdade é um fenômeno emocional. Diz respeito à nossa atitude em relação à verdade e não a própria verdade". Para ele, a pós-verdade têm muito mais a ver com a interpretação de um indivíduo do que a verdade em si, pois cada um escolhe no que lhe convém, se uma suposta informação publicada online é verdade ou não. Por isso, este estudo busca responder a problemática de como as cinco principais redes de televisão do país vem combatendo a desinformação em seus telejornais. A hipótese inicial é que não existe uma única estratégia para combater a desinformação, sendo necessário diversas propostas para o enfrentamento das notícias falsas. Cada emissora de TV pode desenvolver a sua própria estratégia, dependendo da estrutura na qual ela faz parte e dos investimentos a serem destinados. Isso sem contar o

real interesse político e ideológico de cada uma das emissoras estudadas. O instrumental metodológico conta com pesquisa bibliográfica, observação dos telejornais e seus respectivos sites, caracterizando-se com um estudo de caso Yin (2001) por tratar se de um fenômeno da contemporaneidade. O combate à proliferação de notícias falas é um desafio para o telejornalismo, mas que diante das estratégias que vem sendo adotadas pelas cinco principais redes do país, conforme o quadro 1 abaixo, como a intensificação da checagem de informações, com a criação de editorias específicas e a participação em pools para a realização de *fact-cheking* são uma realidade em construção. A partir da observação e de algumas entrevistas realizadas com os editores chefes dos cinco telejornais analisados identificou-se que não existe um padrão e sim três formas diferentes de lidar com o contexto da desinformação, sendo que cada iniciativa tem características semelhantes e diferentes mesmo sendo da mesma categoria. Sendo que a primeira (1ª) propõe-se denominar com a categoria Interno – que se identificou em duas emissoras – a TV Globo (Jornal Nacional) e a TV Record (Jornal da Record). Está relacionada, no caso da Globo, que criou uma editoria dentro do grupo para checar as supostas informações falsas, unindo a emissora de TV, os jornais impressos e site de informação do grupo e emissoras de rádio com o serviço de verificação Fato ou Fake. "Tem como objetivo esclarecer conteúdos duvidosos disseminados em redes sociais e aplicativos de mensagens instantâneas"[1]. Já no caso da TV Record (Jornal da Record) trata-se da Central de Notícias, que já existia na redação, para apurar e produzir informações, que foi ampliada e potencializada as atividades em parceria com as emissoras afiliadas. Apesar de as duas iniciativas terem características específicas e de certa forma diferentes, desenvolvem o trabalho de checagem de forma particular dentro do âmbito interno das emissoras. No caso da segunda (2ª) iniciativa proposta neste estudo temos as emissoras SBT (SBT Brasil) e a TV Bandeirantes (Jornal da Band), que fazem parte do Projeto Comprova que uma iniciativa de checagem de informações, "é um trabalho colaborativo entre vários veículos de comunicação coordenado pela Abrji com o objetivo de verificar a veracidade de informações divulgadas nas redes sociais e na internet em geral, centralizando a checagem dos fatos em seu website e desmascarando notícias falsas."[2] Como a própria autodefinição da iniciativa propõe-se como uma categoria nesse estudo – Colaborativa, por tratar-se de um trabalho em parceria. Na terceira (3ª) iniciativa proposta temos a TV Cultura (Jornal da Cultura), que por meio de um acordo entre a

[1] Disponível em: https://g1.globo.com/fato-ou-fake/
[2] Disponível em: https://projetocomprova.com.br/

emissora de televisão e uma Agência de *Fact-checking* (Aos Fatos) potencializou as atividades de checagem de informações, além da equipe da redação, por isso, propôs-se denominar como Independente, porque faz diversificação e ampliação das atividades.

Quadro 1 - Editorias/Parcerias de *Fact-checking*

	Emissora	Telejornal	Iniciativa	Categoria
1ª	TV Globo	Jornal Nacional	Fato ou Fake[3]	Interno
1ª	TV Record	Jornal da Record	Central de Notícias	Interno
2º	SBT	SBT Brasil	Projeto Comprova[4]	Colaborativo
2ª	TV Bandeirantes	Jornal da Band	Projeto Comprova[5]	Colaborativo
3ª	TV Cultura	Jornal da Cultura	Aos Fatos[6]	Independente

Elaborado pela autora

Em resposta ao problema dessa pesquisa identificou-se que, a partir da proposta de uma categorização das iniciativas de checagem adotadas pelas cinco redes pesquisadas, foi possível considerar que não existe um padrão, mas sim uma adaptação, que cada emissora conseguiu colocar em prática para combater a desinformação, revelando a busca de um telejornalismo mais cidadão ao adotar novas práticas sociais para a verificação das informações. A partir de três categorias propostas: Interno, Colaborativo e Independente se reflete sobre as diferentes movimentações, que cada emissora buscou, sendo que cada uma delas se adaptou ao cenário de midiatização Hjarvard (2014) como uma mudança social e cultural nas práticas sociais do telejornalismo, levando em conta o aumento da circulação de informações falsas pela internet, por meio das redes sociais digitais, como pano de fundo. Desta forma confirmou-se a hipótese levantada. Sendo que se pôde observar, ainda, que com a criação das agências de checagem, um novo campo de trabalho se abriu para os jornalistas, com foco específico na checagem e não na produção de conteúdo. Essas três categorias propostas pela pesquisa revelam o panorama de um momento específico, que vai de 2018 até 2023, quando houve a proliferação de notícias

[3]Disponível em: https://g1.globo.com/fato-ou-fake/
[4] Disponível em: https://www.sbt.com.br/jornalismo/comprova#noticias
[5] Disponível em: https://projetocomprova.com.br/
[6] Disponível em: https://www.aosfatos.org/

falsas no Brasil e que as emissoras de televisão se empenharam no combate a desinformação, mas abre o debate para novos estudos e reflexões, que envolvam as práticas sociais no telejornalismo e os novos cenários dessa atividade que está em constante transformação.

REFERÊNCIAS

COMPROVA, Projeto (2023). Disponível em: https://projetocomprova.com.br/. Acesso.

D´ANCONA, Matthew (2018) **.** *Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news.* Tradução Carlos Szlak – 1.ed – Barueri: Faro Editorial.

EMPOLI, Giuliano Da (2020). *Os engenheiros do caos.* São Paulo: Vestígio.

FAKE, Fato ou (2023). Disponível em: https://g1.globo.com/fato-ou-fake/ .

FATOS, Aos (2023). Disponível em: https://www.aosfatos.org/ .

FERRARI, Pollyana (2018). *Como sair das bolhas.* São Paulo: EDUC/ Fortaleza: Armazen de Cultura.

HJARVARD, Stig (2023). *Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural.* Disponível em https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/download/38327/41182.

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

Comunicação e eleições: uma cartografia das decisões julgadas pelo TSE na campanha presidencial de 2022

Communication and Elections:
a cartography of decisions judged by the TSE in the 2022 presidential campaign

Carlos Locatelli[1]

Renatha Giordani[2]

GI 10 – Jornalismo em ecossistemas digitais. Debates, política e construção da cidadania (Presencial e Remoto)

Palavras-chave: Eleições 2022; Comunicação; Campanha Eleitoral; TSE.

Keywords: Elections 2022; Communication; Electoral Campaign; TSE

O presente estudo apresenta as características dos processos apresentados por coligações e/ou candidaturas à presidência da república ao Tribunal Superior Eleitoral (TSE) no primeiro e segundo turno da eleição de 2022.

Parte de uma perspectiva teórica que considera o período eleitoral como um ambiente propício à controvérsia e judicialização da política (TATE; VALLINDER, 1995; MORAES, ANDION e PINHO, 2017), às estratégias de *veto points* dos candidatos (TAYLOR; DA ROS, 2008), ao papel "esclarecedor" do judiciário em eleições (MARCHETTI, 2008), especialmente em um momento de metamorfose da esfera pública (MENDONÇA; AGGIO, 2021).

As transformações informacionais da sociedade contemporânea deram um novo lugar para a comunicação na política, especialmente na fase das campanhas eleitorais: A comunicação é agora protagonista do processo político (ITUASSÚ et. al., 2022). Nesse novo ambiente, o foco de candidatos e partidos é induzir e atingir a opinião pública dos eleitores, altamente conectada por arenas de conversação, com métodos que vão da argumentação racional à produção e disseminação de fake news e a construção de um império de desinformação digital (GOMES, 2014).

[1] Professor do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, Posjor/UFSC. Email: locatelli.jor@gmail.com.

[2] Jornalista, mestre e doutoranda em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Bacharel em Jornalismo (UNICENTRO). renathagiordani@gmail.com

Neste ringue de disputas, as instituições e os atores políticos buscam apoio da opinião pública por meio dos assuntos que os sujeitos acreditam ter impacto nas eleições. Nas disputas, uma das estratégias dos candidatos é buscar no judiciário respaldo para atuar e deslegitimar os adversários na esfera pública, não demanda sequer uma expectativa de vitória judicial uma vez que os atores políticos fazem uso dos tribunais como *veto points*.

Com este cenário em vista, o presente estudo se concentra na catalogação de todas as 1.764 ações impetradas no Tribunal Superior Eleitoral (TSE) durante o primeiro e o segundo turno das eleições de 2022. Os procedimentos metodológicos contemplam a catalogação quantitativa e descritiva das ações com as mesmas variáveis para se obter uma compreensão ampla das disputas judiciais, identificar e isolar dados relevantes.

Principais resultados, reflexões e conclusões

- ➔ As disputas em torno da comunicação foram elevadas nos dois turnos em relação ao total de ações e cresceram do primeiro turno (42,1%) para o segundo turno (59,6%).
- ➔ Os processos por cargo mostraram a centralidade da disputa nos cargos para presidência, sendo 202 no primeiro turno e 402 no segundo turno.
- ➔ A natureza das ações que envolvem comunicação esteve centrada em Propaganda Política - Propaganda Eleitoral, correspondendo a 73,7% dos casos no primeiro turno e 49,38% no segundo turno.
- ➔ Notou-se uma relevância da categoria Direito de Resposta no segundo turno (48,14%), isso porque em determinado momento da campanha, quando o TSE pediu para que ambos os lados encerrarem a briga por direito de respostas em inserções de televisão[3]. As ações podem ser vistas como estratégia de campanha tanto para compor o *veto point* como para retirar o foco de campanhas virais de desinformação.
- ➔ Em relação às subcategorias das Naturezas das ações, no primeiro turno, a maior parte dos casos (29,3%) dizem respeito a propagandas realizadas antes do início do período eleitoral, seguidas de divulgação de notícias sabidamente falsas (25,3%). Já no segundo turno, para além do direito de resposta, as subcategorias com maior número de ações são Internet (13,4%); Televisão (8,7%) e Divulgação de Notícias Sabidamente Falsa (8,4%).

[3]https://oglobo.globo.com/politica/eleicoes-2022/noticia/2022/10/tse-busca-acordo-entre-campanhas-de-lula-e-b olsonaro-para-encerrar-guerra-por-direito-de-resposta-em-insercoes-na-tv.ghtml

- ➔ Percebeu-se ampla variedade de tipos de infrações eleitorais. Entre as mais comuns estão a propaganda eleitoral antecipada, a divulgação de informações falsas ou enganosas, a disseminação de fake news, a utilização indevida dos meios de comunicação, a compra de votos e a prática de abuso de poder econômico oupolítico.
- ➔ No primeiro turno foi possível catalogar o tempo entre a data do acontecimento e a publicação da decisão, superior a 10 dias na maioria dos casos, implicando em dano significativo caso a ação tenha sido julgada procedente. No segundo turno não foi possível obter esta informação nas argumentações dos autores. A falta dessa informação demonstra que a internet possui uma difícil identificação da cronologia de um fenômeno, ainda mais quando se trata de ações que precisam ser instantâneas.
- ➔ Quanto à titularidade dos autores e réus, no primeiro turno percebeu-se uma concentração nos candidatos Luiz Inácio Lula da Silva e sua coligação e Jair Messias Bolsonaro e sua coligação (80% dos processos). Nos dois turnos, Bolsonaro e a Coligação Pelo Bem do Brasil aparecem como réus em mais ações do que Lula e a Coligação Brasil da Esperança.
- ➔ Do total de ações,67,32% têm como autores os candidatos Jair Bolsonaro e Luiz Inácio Lula da Silva, seus partidos, coligações e atores políticos vinculados a eles. Esses atores também figuram como réus em 56,93% dos casos.
- ➔ Em relação aos processos relacionados à comunicação ligados às estratégias políticas, com destaque para a propaganda eleitoral e a disseminação de notícias falsas. Os candidatos e coligações de Lula e Bolsonaro foram os principais envolvidos nas ações, e houve uma presença significativa de empresas de comunicação tradicionais e plataformas digitais nos processos.
- ➔ As empresas de comunicação tradicionais foram diretamente citadas apenas em 39 ações no primeiro turno e em 22 no segundo, geralmente relacionadas a danos à honra e imagem dos candidatos. As plataformas digitais estiveram envolvidas em mais processos, 39 ações no primeiro turno e 29 ações, principalmente relacionados à disseminação de notícias sabidamente falsas.
- ➔ As redes são mais processadas que as empresas de jornalismo. Entre as empresas de jornalismo mais processadas estão a Jovem Pan e outros alinhados à campanha de

Jair Bolsonaro. As emissoras que compõem o que se convencionou chamar de "jornalismo hegemônico" (Globo, Folha de São Paulo, Estado de São Paulo etc) foram menos processadas.

➔ As redes sociais e empresas de comunicação estiveram envolvidas em 81,25% dos processos analisados, seja como réus ou como depositários de conteúdo de terceiros.

Percebe-se do primeiro para o segundo turno a ampliação de questões como a divulgação de notícias falsas, propaganda extemporânea e desinformação. Isso reflete a crescente importância das redes sociais e da internet como plataformas de disseminação de informações durante as eleições, bem como a necessidade de combater práticas que possam comprometer a integridade do processo eleitoral.

Referências

GOMES, Wilson. (2014). Dinâmicas e estruturas da esfera pública contemporânea: a esfera pública além da deliberação pública. Mutações no espaço público contemporâneo. São Paulo: Paulus, p. 177-214.

ITUASSU, Arthur; PECORARO, Caroline; CAPONE, Leticia; LEO, Luiz; MANNHEIMER, Vivian. (2022) Mídias Digitais, Eleições e Democracia no Brasil: Uma Abordagem Qualitativa para o Estudo de Percepções de Profissionais de Campanha. Dados, v. 66.

MARCHETTI, Vitor. (2008). Governança eleitoral: o modelo brasileiro de justiça eleitoral. Dados, – Revista de Ciências Sociais, Rio de Janeiro, Vol. 51, no 4, pp. 865 a 893.

MENDONÇA, Ricardo Fabrino; AGGIO, Camilo de Oliveira. (2021). As metamorfoses da esfera pública ou a nova mudança estrutural. Em: , 2021. 45o Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais - Anpocs. [S. l.: s. n.].

MORAES, Rubens Lima; ANDION, Carolina; PINHO, Josiani Lúcia. (2017) Cartografia das controvérsias na arena pública da corrupção eleitoral no Brasil. Cadernos EBAPE.BR, v. 15, p. 846-876.

TATE, C. Neal; VALLINDER, Tornbjorn. (1995) The global expansion of judicial power. Nova Iorque: New York City University Press.

TAYLOR, Matthew M.; DA ROS, Luciano. (2008). Os partidos dentro e fora do poder: a judicialização como resultado contingente da estratégia política. Dados, v. 51, p. 825-864.

Plataformas digitales: adecuaciones profesionales y construcción de ciudadanía desde la gestión de la información

Digital platforms: professional adjustments and construction of citizenship from information management

Lila Luchessi

Universidad Nacional de Río Negro – IIPPyG / Universidad de Buenos Aires
Argentina
lluchessi@unrn.edu.ar

GI 10 – Periodismo en ecosistemas digitales. Debates, política y construcción de ciudadanía

Gestión informativa – Acción política- construcción de ciudadanía

Information management – Political action – construction of citizenship

En un contexto de comunicación a través de plataformas, la co-creación (Bashkar, 2017), las intervenciones y la participación de los usuarios transforman a las audiencias tradicionales. Con el foco puesto en analizar los efectos de las interacciones en la calidad de la información, las formas de producirla, los modos de comprenderla y la circulación informativa a través de las plataformas, vemos cómo algunos segmentos de la ciudadanía se alejan de la información e interactúan a partir de supuestos.

Las afirmaciones que ordenan, a partir de prejuicios y pocos datos, los grupos que pactan con los medios los modos de producir e interactuar para elaborar la información, suelen dar cuenta de encuadres minoritarios que conforman una sociedad fragmentaria y construida a partir de minorías intensas que, en la mayoría de los casos, no se autoperciben en su justo punto de politicidad.

La conformación ghetificada de la sociedad transforma la idea de comunidades para establecer modos individuales de expresar, compartir y organizar los datos que dan cuenta del desarrollo informativo, su ubicación espacial y su concepción temporal. (Han, 2021 y Bauman, 2003)

Los contextos, ineludibles para comprender los momentos históricos, la predominancia de ciertas tecnologías y sus efectos sobre la percepción y las expresiones sociales se pierden en una sobredosis de ofertas que replican al infinito pocos tópicos de información y operan

necesariamente en una precarización de la ciudadanía.

Así, la crisis de credibilidad de las instituciones (de las que los medios y sus profesionales
forman parte) y la acción de los usuarios -sostenida en creencias y sesgos confirmatorios de los supuestos que establecen el contrato con los productores de información, erosiona las rutinas generando mediaciones entre los profesionales y la información y esta y los usuarios.

La interacción entre la producción y las audiencias se vuelve tensa, al tiempo en que quienes producen la información también se integran a ghetos que niegan al resto de los ciudadanos y elaboran un delicado equilibrio entre sus pertenencias institucionales y sus modos de negarlas para no perder audiencia.

Si bien un 40% de la población mundial no tiene acceso a internet (BM, 2020) la tendencia de la gestión informativa establece que los usuarios se caracterizan por realizar consumos activos, en los que la participación y la cocreación son centrales para la elaboración de las noticias, al tiempo que establecen vinculaciones a través de canales lejanos a la prensa institucionalizada.

Esta idea, que no da cuenta de los ciudadanos que no alcanzan a información profesional porque no tienen acceso, no comprende que -aun teniéndolo- hay grupos se autoexcluyen de la posibilidad de informarse en la medida en que consideran negativamente toda forma de
organización institucionalizada.

En las negociaciones que se requieren para elaborar un equilibrio entre las formas de producción tradicionales y el quiebre que las audiencias (devenidas usuarias y coproductoras de la información exigen) se logró establecer que las formas no convencionales de consumo, interacción y circulación de la información se incluyan dentro de una estabilidad de usuarios y productores para elaborar la acción del periodismo.

En este contexto, signado por la plataformización, las prácticas tradicionales que caracterizaron a los medios de comunicación analógicos y el proceso de *newsmaking* deben ser -nuevamente- revisadas.

Los desplazamientos que se establecen no son novedosos. En el juego por la atracción de usuarios, las plataformas se concentran en segmentos homogéneos con los que la interacción no es solamente fluida, sino que permite consolidar nichos que justifican la inversión
publicitara y el consumo de minorías intensas.

En trabajos preliminares, encontramos que los desplazamientos de la sociedad hacia el centro de la fijación de las agendas no lograron establecer una mejora cualitativa en la información socialmente necesaria para la construcción de comunidades. (Luchessi; 2018, 2016, 2007)

El ejercicio ciudadano debe fundarse en el conocimiento y la información. Sin embargo, la
paradoja de esta época es que la potencial diversidad tiende a generar minorías

homogéneas y que la posibilidad de crecimiento comunitaria genera un decrecimiento de la calidad ciudadana dentro de los segmentos que conforman los grupos que intervienen en torno de la
información.

Es el objetivo general del trabajo es problematizar acerca de qué agentes de la sociedad protagonizan la producción, circulación e influencia de la información y cuáles son los modos
en los que el periodismo establece ciertas regularidades para elaborar los datos que requiere la sociedad.

Referencias

Bhaskar, M (2017) Curaduría. El poder de la selección en un mundo de excesos.

Fondo de Cultura económica. México.

Bauman, Z (2003) Comunidad. En busca de seguridad en un mundo hostil Madrid.

Siglo XXI Byung Chul Han (2021) NO – Cosas. Quiebres del mundo de hoy.

Buenos Aires, Taurus

Luchessi, L (2018) ViralNewsContent,Instantaneity,andNewsworthiness Criteria. En Gambaratto Rampazo, R y Alzamora G (eds) "Exploring Transmedia Journalism in the Digital Age". Hershey. USA. IGI Global

Luchessi, L (2016) Descentramientos, influencias y reacomodamientos en el ejercicio periodístico. En Amado Suárez, A. Periodismos argentinos: modelos y tensiones del siglo XXI. Buenos Aires. Konrad Adenauer Stiftung

Luchessi, L y Cetkovich Bakmas, G "Punto ciego". En Luchessi, L y Rodsrioguez, M (2007)
Fronteras globales. Cultura, política y medios de comunicación. Buenos Aires, La Crujía. Pp. 251-273

O Jornalismo Guiado por Dados como contraponto às fontes oficiais:o caso do Instituto Fogo Cruzado

Data-Driven Journalism as a counterpoint to official sources: the case of the Fogo Cruzado Institute

Bruna Mastrella[1]

Palavras-chave: jornalismo de dados; segurança pública; violência armada
Keywords: data-driven journalism; public security; armed violence

O Jornalismo Guiado por Dados (JGD) tem se notabilizado como um conjunto de práticas que incrementa o potencial investigativo da imprensa. A progressiva sofisticação de técnicas de extração, análise e visualização de dados subsidia o jornalismo com evidências capazes de contrapor versões oficiais e de pautar os debates públicos. A segurança pública, como uma área historicamente resistente à vigilância jornalística e ao escrutínio público em geral, tem sido alvo de crescente interesse por parte de veículos de mídia independente e de entidades da sociedade civil. O Instituto Fogo Cruzado (IFC) é uma dessas iniciativas que buscam mecanismos próprios, incluindo a colaboração de comunidades periféricas atingidas pelo crime organizado, para contabilizar dados da violência urbana.

O contraponto às fontes e dados oficiais feito por essa entidade é o tema deste trabalho. O objetivo é identificar como e em que medida o IFC emprega o JGD para coletar e divulgar números relativos à segurança pública no Brasil que costumam ser intencionalmente ocultados por agentes públicos. Para essa análise, de natureza qualitativa, o estudo de caso é o método de pesquisa adotado. Esse instrumento, segundo Yin (2001), é adequado para o estudo de fenômenos contemporâneos bastante ligados ao contexto que os circundam. Estudos e pesquisas sobre JGD e sobre a produção de estatísticas criminais no Brasil trazem o substrato teórico ao trabalho.

O IFC é uma plataforma digital sem fins lucrativos criada em 2016 para monitorar em tempo real os tiroteios registrados nas regiões metropolitanas do Rio de Janeiro, Recife e, mais recentemente, de Salvador. Com base em uma metodologia colaborativa própria, o instituto mantém uma base de dados formada por informações provenientes de diferentes fontes. A principal delas é uma rede de colaboradores composta principalmente por jovens moradores de favelas e periferias que, por meio de um aplicativo baseado em tecnologia de

[1] Doutoranda no Programa de Pós-graduação da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB), Brasil, e-mail: brunamastrella@gmail.com. GI 10 – Jornalismo em ecossistemas digitais. Debates, política e construção da cidadania.

georreferenciamento, registra ocorrências de tiroteios e disparos de armas de fogo em suas comunidades.

Somente após confirmação dessas ocorrências por meio de outras fontes, incluindo o cruzamento com *scripts* e filtros que coletam informações nas redes sociais sobre disparos de armas de fogo, é que os dados são incluídos no banco de dados do instituto. Trata-se do maior repositório sobre violência armada da América Latina[2], que é aberto e gratuito. Além de dados brutos, que podem ser obtidos via API ou por planilhas – meios que favorecem o uso por parte de jornalistas e imprensa em geral para que façam a própria interpretação e cruzamento dos dados, o IFC disponibiliza as informações por meio de visualizações e textos mais analíticos nos quais as ferramentas de JGD ficam mais evidentes.

Os dados sobre mortes violentas são historicamente deficientes no Brasil. Segundo Lima (2008), o desenho institucional de nossos aparatos de segurança e justiça criminal promovido pelo regime militar em 1964 foi mantido mesmo com a promulgação da Constituição Federal de 1988. Essa estrutura, baseada em políticas criminais pautadas pelo direito penal, autoritárias e ineficientes na prevenção da criminalidade também dificultam e negligenciam a produção de estatísticas criminais. Além de aspectos culturais, como a visão persistente de que segurança pública se refere estritamente às questões policiais, prisionais e de justiça, outros inúmeros fatores agravam esse cenário, como a crônica resistência de corporações policiais em cumprirem o princípio da transparência.

Assim, além de dados insuficientes, esse problema dificulta a construção de políticas públicas amparadas em evidências (Lima *et al*., 2016). Leeds (2013) observa que a atuação de movimentos de direitos humanos, pesquisadores e entidades da sociedade civil, como o Fórum Brasileiro de Segurança Pública, o Instituto Sou da Paz, a Rede de Observatórios de Segurança, etc, tem sido decisiva na busca por um novo paradigma para enfrentar a violência armada no Brasil.

Mais recentemente, organizações jornalísticas independentes passaram a reforçar essa cruzada ao buscarem meios alternativos de contabilizar dados de violência em zonas urbanas periféricas, a exemplo do LabJaca[3], mas também sobre o cotidiano e questões locais ignoradas pelo poder público – uma forma de "humanização de dados" (Mathias & Mesquita, 2021, p.15). O IFC, embora não seja propriamente uma organização de mídia, também se alinha a essas iniciativas ao usar o JGD para abastecer a imprensa com informações confiáveis e que ajudam a dimensionar o real impacto da violência armada. O JGD se mostra valioso nessa empreitada por unir métodos de investigação das ciências sociais a ferramentas

[2] Metodologia disponível em https://fogocruzado.org.br/perguntas-frequentes
[3] Laboratório de dados formado exclusivamente por jovens negros da favela do Jacarezinho, zona norte do RJ. Disponível em https://www.labjaca.com/

computacionais para a busca, seleção, tratamento, interpretação e visualização de dados que incrementam, inovam e fortalecem a prática jornalística. Gehrke (2021) acrescenta a ampliação da transparência e da colaboração como atributos desse segmento.

Como resultado desta análise, o estudo de caso permitiu:

1) identificar evidências de que os números do banco de dados do IFC, ao serem apropriados por veículos jornalísticos independentes e tradicionais, confrontam diretamente os dados oficiais sobre violência urbana, sobretudo os homicídios de civis decorrentes de ações policiais;

2) confirmar que os dados do IFC mostram registros ocultados ou sequer contabilizados pelos estados, comprovam o alto índice de letalidade policial injustificada e confirmam que o aparato policial penaliza desigualmente jovens pretos, pobres e periféricos;

3) o IFC consegue agendar e pautar os debates sobre segurança pública no País;

4) o uso de dados do IFC pode reduzir a dependência da imprensa de fontes oficiais e até mesmo qualificar coberturas jornalísticas sobre violência urbana e criminalidade, que são historicamente marcadas por certa naturalização da violência policial e pelo jornalismo declaratório. Conclui-se, ainda, que a colaboração de comunidades periféricas na construção do banco de dados do IFC é uma ação concreta de geração cidadã de dados e também uma contraofensiva da sociedade em relação à opacidade dos órgãos de segurança pública.

REFERÊNCIAS

Fórum Brasileiro de Segurança Pública. (2023). *17º Anuário Brasileiro de Segurança Pública*.

Gehrke, M. (2021). *Os elementos de transparência no Jornalismo Guiado por Dados*. Tese (Doutorado). [Tese de Doutorado]. Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Leeds, E. (2013). A sociedade civil e a segurança cidadã no Brasil: um relacionamento frágil, mas em evolução. *Revista Brasileira de Segurança Pública*. 7 (2), 134-142.

Lima, R. S. de. (2008). A produção da opacidade: estatísticas criminais e segurança pública no Brasil. *Novos estudos CEBRAP*, 80, 65–69.

Lima, R.S. de; Bueno, S; Mingardi, G. (2016). Estado, polícias e segurança pública no Brasil. *Revista Direito GV*. 12 (1).

Mathias, F. L.S; Mesquita, L. (2021) Data Journalism in favela: Made by, for, and about Forgotten and Marginalized Communities, *Journalism Practice*, 17(1), 108-126.

Sou da Paz. *Diagnóstico dos homicídios na cidade de São Paulo: análise das ocorrências registradas entre janeiro de 2012 e junho de 2013*.

Yin, Robert K. (2001). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. (2a ed.). Bookman.

Cidadania Digital: impasses éticos na produção massiva de informação

Digital Citizenship: ethical impasses entailed by massive information production

Ms. Rodrigo Malcolm de Barros Moon[1]

Prof. Assoc. Maria Cristina Gobbi[2]

GI10- Jornalismo em ecossistemas digitais. Debates, política e construção da cidadania

Palavras-chave: Redes digitais; Ética da Informação; Comunicação.

Este trabalho discute a problemática ética na produção de grandes quantidades de informação em ambientes digitais. Objetiva-se mostrar que o sujeito, frente a um grande volume de informação, não sabe discernir o que é verdadeiro e o que não é. Em grande medida o que se visa apontar é que o ambiente das redes não pode se estabelecer como uma ágora digital que legitime verdades.

O conceito de cidadania contemporâneo possui origens gregas, nas cidades repletas de homens livres – e aqueles que eram deixados de lado. Designava assim os direitos e deveres do cidadão frente ao funcionamento da cidade, cobrando participação política nas discussões e deliberações que tomavam *locus* nas praças públicas. Tal transposição temporal não pode ser feita sem antes questionar as devidas semelhanças que queremos trazer para a atualidade. Em primeiro lugar a democracia participativa cedeu lugar à representativa, visto que não havia espaço e tempo suficiente para concentrar todos os cidadãos modernos e contemporâneos em discussões e deliberações.

Através da digitalização dos processos comunicacionais, altera-se sobremaneira o que conhecemos como democracia representativa, na qual agora se possibilita um *locus* virtual que abrigue cidadãos, para que todos tenham liberdades semelhantes de expressão, salvo código de restrições da plataforma. Contudo, disparate do modelo analógico, uma ágora digital não permite as mesmas dinâmicas de disseminação de discurso, impedindo que possamos atribuir qualquer semelhança com uma democracia *offline*. Algoritmos de recomendação e análise rapidamente agem para alavancar certos discursos mais do que outros ao criar câmaras de eco, oferecendo mais um empecilho ao funcionamento das instituições democráticas, muito por não exibirem transparência e explicabilidade sobre seu modo de funcionamento.

Contudo, tal democratização do acesso à rede e poder de voz em plataformas sociais oferece ‘espaço’ para tais procedimentos, mas ainda não altera o tempo, de tal forma que todo cidadão possa ter participação ativa e

ciência das discussões que se desenrolam a todo momento em diversas frentes, às vezes paradoxais. Em regime neoliberal (Dardot, Laval, 2016), o trabalho empregado desempenha grande parcela do tempo de um indivíduo. Sem tempo livre, como os cidadãos gregos o tinham (terceirizando o trabalho para escravos e servos), existe uma problemática que aí se instaura: não há tempo para se informar. Algumas causas podem ser levantadas.

Abordaremos a problemática da produção massiva de informação pela perspectiva do usuário. O paradigma, portanto, é de caos informacional. Discursos díspares, contraditórios, replicados, as vezes produzidos por máquinas e modelos de linguagem, inundam o sujeito por todas as formas de acesso à rede. Sem saber filtrar certo e errado, verdadeiro e falso, resta confiar no canal ao invés da informação. Neste sentido, a mídia tradicional com seus grandes canais de transmissão e anos de história acabam recebendo mais confiança. Entretanto, abundam canais que transmitem fatos alternativos, bem como outras versões do mesmo fato, que digladiam pela atenção do sujeito. E não faltam pessoas que confiem e deem credibilidade a todos os formatos de informação.

A arquitetura das mídias digitais revela que o lucro sempre foi sua principal função (Zuboff, 2019), deixando a comunicação e a cidadania à mercê, como meros subprodutos de um modelo de organização social mediada por aparelhos digitais que produzem mais-valia comportamental. A problemática aqui explorada é a necessidade constante do indivíduo se expressar, compartilhar, se posicionar e consumir informação de diversos tipos. Ou seja, produzimos e consumimos, cada vez mais, um volume maior de informação diariamente, sobrando pouco tempo para que a reflexão ocorra. Tal paradigma mais se aproxima a um em que informações se transformam em instruções, não importando o que o sujeito pensa.

O processo de construção da verdade leva tempo e demanda reflexão. O que nossas pesquisas apontam é que a condição existencial de fake news depende de um modelo comunicacional veloz e superficial, visto que para existir mentiras que são interpretadas como verdades há necessidade de uma concepção de que a verdade poderia ser determinada imediatamente segundo procedimentos científicos, ou de que algum veículo de comunicação seria o portador dos fatos verossímeis. Lembramos apenas que o julgamento de jurisprudência que acaba por determinar verdades podem levar anos a fio.

Para pensar uma ética na construção da informação que leve em conta tais parâmetros, se baseia em um princípio muito simples: não há necessidade de se expressar a todos os momentos. O silêncio é deveras importante. Isso implica em tomar como valorosa a informação verdadeira, e ao não se saber a verdade, o simples procedimento de espera é suficiente para dar conta de que pelas instâncias corretas, que não os fóruns na internet, emerja a realidade. Enfim, fazer postura crítica frente às mídias digitais em suas proposições de poderem substituir tudo aquilo que a história nos legou, apostando na pós-história (Flusser, 2011) como argumento do progresso em direção ao vazio.

Ao favorecer um compromisso com a verdade, renunciando à velocidade, podemos ressignificar o contexto das comunicações atualmente. Porém, tal ética ainda não existe, precisa ser fabricada através de um extensivo debate sobre princípios e valores que vigoram no desenho das plataformas, pois ao reconhecer que o problema é estrutural e transversal, somente ao modificar as condições nas quais os processos comunicativos se dão é que poderemos produzir uma mudança eficaz.

Referências

Dardot, P. & Laval, C. (2016). *A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal.*
Boitempo.
Flusser, V. (2011). *Pós-história: vinte instantâneos e um modo de usar*. AnnaBlume.
Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: the fight for a human future at the new frontier of power*. Public Affairs.

[1] Doutorando em Mídia e Tecnologia, da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC) da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP). rodrigo.moon@unesp.br. https://orcid.org/0000-0001-5811-8659. Brasil.
[2] Professora Livre docente do Programa de Pós-Graduação (doutorado) em Mídia e Tecnologia, da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC) da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP). cristina.gobbi@unesp.br, https://orcid.org/0000-0001-5629-5010. Brasil.

A desmediatização pré e pós Jair Bolsonaro: uma análise dos discursos contra imprensa feitos por Olavo de Carvalho no Facebook (2017-2019)

Pre and Post Jair Bolsonaro demediatization: an analysis of anti-press discourses by Olavo de Carvalho on Facebook (2017-2019)

Pullin, Lucas Monteiro
Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro), Paraná – Brasil.
lucaspullin@gmail.com

GI 10 - Jornalismo em ecossistemas digitais. Debates, política e construção da cidadania

Palavras-chave: Imprensa; Extrema-direita; Bolsonarismo Keywords:
Press; Far Right; Bolsonarismo

Introdução

O historiador Pierre Nora (1979) disse, no final da década de 1970, que os acontecimentos eram mediados pelos meios de comunicação de massa. Eram eles que propunham o agendamento dos fatos a serem discutidos pela sociedade. No entanto, o ambiente descrito por Nora já não reflete o tempo presente. Atualmente, vemos os meios de comunicação de massa serem suplantados novas formas de comunicação, que crescem vertiginosamente desde o final do século passado.

A internet e as redes móveis, trouxeram novas maneiras de pensar o processo comunicacional, as quais Castells (2017) vai chamar de autocomunicação de massa. O modelo tradicional dos meios de comunicação, no qual um emissor fala para muitos receptores, é reconfigurado e o papel do emissor e do receptor se misturou, todos podem falar para todos, desde que estejam dentro das plataformas de redes sociais (SILVEIRA, 2019).

Dessa maneira, a relação da sociedade com a imprensa também foi reconfigurada. As formas de circulação de conteúdos digitais nas plataformas, com novos mecanismos de consumo de informação, criaram oportunidades para que outros atores surgissem, assumindo para si o papel de informar que antes era destinado aos jornalistas. O problema é que, ao invés desses novos personagens exercerem o jornalismo pautado na ética, a imprensa passa a ser atacada e descredibilizada. O discurso dominante nas primeiras décadas do século XXI passa a ser o de descrédito em todas as notícias que sejam publicadas por veículos de comunicação tradicionais (Bruno; Roque, 2019).

Este movimento de desmediatização, em que a mediação passa a ser sinônimo de ineficiência e manipulação, como descrito por Han (2019), será estratégico e vai ser efetuado por grupos mobilizados em tomar o poder institucional. No Brasil, este processo vai ganhar força a partir da ascensão de movimentos da extrema-direita, que surgem após os protestos contra a corrupção, ocorridos em 2013, mas com mais força nos anos que antecederam e sucederam o impeachment da ex-presidenta Dilma Rousseff (PT), em 2016 (GOMES, 2020).

Neste contexto, esta pesquisa se propõe a analisar os discursos feitos no Facebook pelo influenciador digital da extrema-direita Olavo de Carvalho, entre os anos de 2017 a 2019. O recorte temporal é caracterizado pelo período em que o nome do ex-presidente Jair Bolsonaro se consolida como possível candidato ao Palácio do Planalto, a sua eleição e o primeiro ano de governo dele. A escolha por Carvalho se dá porque ele foi considerado o guru do bolsonarismo, um dos principais nomes do pensamento da extrema-direita brasileira e um dos mais influentes propagadores de mentiras e teorias conspiratórias contra a imprensa.

Diante disso, esta pesquisa irá buscar responder a seguinte questão: "de que forma Olavo de Carvalho usou as plataformas digitais para descredibilizar a imprensa?". O objetivo é identificar as principais características usadas pela extrema-direita para criar um ambiente desmetiatizado, exercendo poder sobre uma parcela significativa da população.

A metodologia aplicada para a análise será a genealogia do poder, a partir de Michel Foucault (1999). Nela o filósofo francês vai apontar que os discursos são estratégias para o exercício do poder e o poder só pode ser exercido por meio da criação de discursos de verdade. As postagens de Olavo de Carvalho contra os veículos de comunicação serão entendidas como estratégicos para criar a imagem do jornalista como sinônimo de mentiroso.

O referencial teórico desta pesquisa será composto, ainda, por Han (2019) na conceituação de desmediatização. Gomes (2018 e 2020), será a base para se entender o papel da comunicação digital e a ascensão do bolsonarismo. Já Santaella (2018) dará suporte nas discussões acerca de *fake news*, enquanto Tarrow (2009) será referência para entender o papel dos movimentos sociais.

Estudo de caso

Foucault (1999) vai defender que é preciso estudar e entender os mecanismos de exercício do poder, seus efeitos e suas relações na sociedade. Sob esta perspectiva, é preciso olhar para os discursos produzidos atualmente nas plataformas digitais porque eles estão impactando diretamente as democracias no mundo. No Brasil, os últimos 10 anos são significativos para melhor compreender a proposição foucaultiana, uma vez que boa parte dos

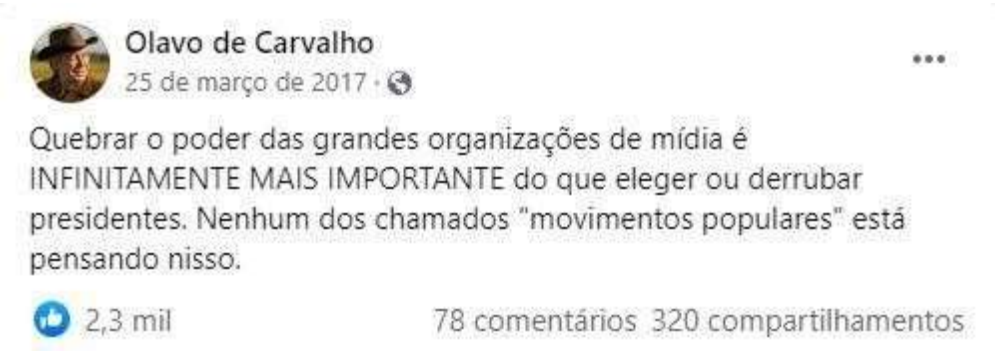
atores, que hoje são significativos na política nacional, apareceram e se tornaram fenômenos nas redes sociais.

É o caso de Olavo de Carvalho, escritor e influenciador digital brasileiro que morreu em janeiro de 2022. Desde o final da década de 1970 ele tentava ganhar alguma projeção de destaque, mas foi só a partir de 2013, com os protestos contra a corrupção é que vai se tornar mais conhecido. Na época, era comum ver pessoas empunhando cartazes com o escrito "Olavo tem razão" e o influenciador acabou se tornando nome comum entre defensores de ideias conservadoras (GOMES, 2020).

Após o impeachment da ex-presidenta Dilma Rousseff, em 2016, Carvalho se tornou um dos principais defensores do então deputado federal Jair Bolsonaro. Portanto, era preciso criar estratégias para descredibilizar a imprensa tradicional que, até aquele momento, não levava a sério a candidatura de Bolsonaro.

Um exemplo disto pode ser visto na postagem feita por Olavo de Carvalho, ainda em março de 2017, em que o influenciador conclama seus apoiadores.

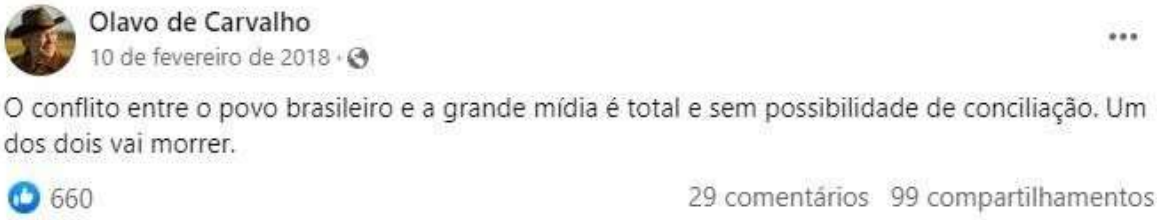
Figura 01 - 25/03/2017



Fonte: https://www.facebook.com/275181425967272/posts/802557263229683

Os ataques contra a mídia continuaram constantemente ao longo dos meses. Em fevereiro de 2018, Carvalho sobe o tom em uma postagem em que vai colocar mídia e população em lados opostos em uma suposta guerra imaginária.

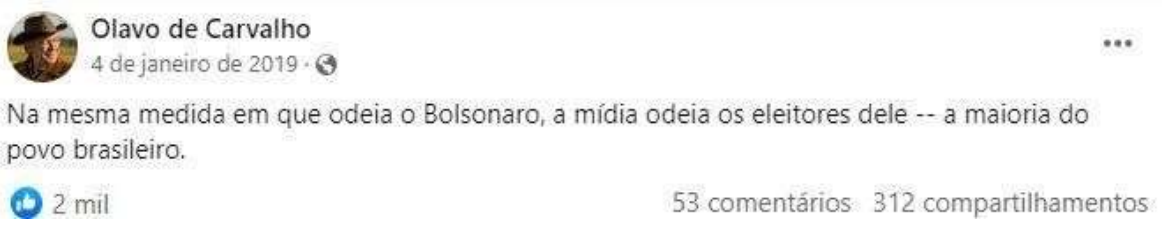
Figura 02 - 10/02/2018



Fonte: https://www.facebook.com/275181425967272/posts/972332896252118

No entanto, mesmo com a vitória de Bolsonaro em 2018, os ataques não pararam. Era preciso continuar garantindo o descrédito da imprensa que, naquele momento, apontava diversos problemas no governo bolsonarista.

Figura 03 – 04/01/2019



Fonte: https://www.facebook.com/275181425967272/posts/1201395366679202

Considerações finais

Este resumo procurou mostrar que as plataformas digitais têm um papel fundamental no processo de desmediatização. Olavo de Carvalho, como um dos principais influenciadores da extrema-direita, criou discursos que se tornaram comuns entre uma parcela significativa da população. Diante disso, esta pesquisa aponta para a necessidade urgente de que as ciências da comunicação se debrucem com atenção a esse tipo de discurso, uma vez que o descrédito com a imprensa já tem provocado sérios danos à democracia.

Referências bibliográficas

BRUNO, F., & ROQUE, T. A ponta de um *iceberg* de desconfiança. (2019). In: BARBOSA, M. *Pós-verdade e fake news*: reflexões sobre a guerra de narrativas. Rio de Janeiro: Cobogó.

CASTELLS, M. (2017). *O poder da comunicação*. 2. ed. São Paulo, Paz e Terra.

FOUCAULT, M. (1999). *Em defesa da sociedade*: curso no Collège de France (1975-1976). São Paulo: Martins Fontes.

GOMES, W. (2018). *A democracia no mundo digital:* história, problemas e temas. São Paulo: Edições Sesc São Paulo.

GOMES, W. (2020). *Crônica de uma tragédia anunciada:* como a extrema-direita chegou ao poder. Salvador: Sagga Editora e Comunicação.

HAN, B. C. (2018). *No enxame*. Petrópolis: Vozes.

NORA, P. (1979). O retorno do fato. *In:* LE GOFF, J., & NORA, P. *História*: novos problemas. 2. ed. Rio de Janeiro: Livraria Francisco Alves Editora.

SANTAELLA, L. (2018). *A pós-verdade é verdadeira ou falsa?*. Barueri: Estação das Letras e Cores Editora.

SILVEIRA, S. A. (2019). *Democracia e os códigos invisíveis*: como os algoritmos estão modulando comportamentos e escolhas políticas. São Paulo: Edições Sesc São Paulo.

TARROW, S. (2009) *O poder em movimento*. movimentos sociais e confronto político. Petrópolis: Vozes.

Divulgar temas do espaço no ecossistema digital constitui-se em desafiopara a ciência e para o público

Serpa, Leoní.
Universidade Federal de Rondônia, Brasil
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Brasil
leoniserpa@gmail.com; leoni.serpa@unir.br

GI 10 – Jornalismo em ecossistemas digitais. Debates, política e construção da cidadania (Presencial e Remoto).

Palavras-chave: Jornalismo. Exploração do espaço. Sistema de inteligibilidade.

O resumo consiste numa reflexão empírica/teórica sobre a divulgação do tema espaço. Parcamente explorado na perspectiva da pesquisa em comunicação. No entanto, faz-se presente cotidianamente na esfera mediática. Observam-se informações emersas em sínteses visuais, ora pelo conjunto espetacular das imagens, através das missões espaciais. Por vezes, mostra-se em discursos intangível sobre a ciência. São aspectos que desafiam os preceitos dos divulgadores e jornalistas, especialmente nas relações com as fontes, a fim de alcançar o público sobre este tema, de forma inteligível.

Na complexidade da divulgação desta área, reside-se a possibilidade de análise reflexiva sobre um dos temas inquietantes da atualidade e movediço de uma nova corrida espacial no cenário das relações internacionais e no papel social informacional da divulgação de ciência, junto ao público. Mediante o exposto, conforme ressalta Morin (2000), a ciência é complexa porque é inseparável do seu contexto histórico e social. Em outro sentido, o conhecimento complexo não está limitado à ciência. Isso porque ele se encontra em outras áreas do saber, seja na literatura, seja nas artes, seja no jornalismo, seja na comunicação. Para o autor, o profundo conhecimento evidencia a vida.

Outrossim, a referida temática expressa versatilidade em vários campos da vida humana. Serve de inspiração às artes, especialmente no cinema, com a ficção científica, mas, contudo, motiva disputas geopolíticas, como observa-se historicamente desde a corrida espacial entre Russos e Americanos, até a atual expansão de empresas privadas, como por exemplo, dos magnatas Elon Musk (SpaceX) e Jeff Bezos (Blue Origin), e suas respectivas empresas aeroespaciais, com investimentos bilionários em missões espaciais.

Faz-se nesta proposta um recorte, síntese decorrente de uma investigação mais acurada, que por seis anos sistematicamente procurou-se acompanhar a divulgação do referido tema e, assim culminou na análise de publicações do ano de 2020, em dois países, Brasil e Portugal, em jornais na versão digital e na plataforma digital do Youtube. Identificou-se assim, uma preponderância dos divulgadores científicos e das agências especiais na comunicação deste tema junto ao público. Também, há pouca divulgação por parte dos jornalistas e existe muita dependência das agências espaciais.

Por conseguinte, insere-se a presente reflexão no aporte teórico-metodológico, sobre os estudos de jornalismo especializado e comunicação de ciência, na proposta de que a divulgação científica tem função social contributiva, necessária, especialmente ao "partilhar com o grande público as descobertas especializadas nos mais diversos ramos do conhecimento científico, social, tecnológico ou cultural", (Luengo e Elías, 2014, pp. 27-28).

Insere-se assim, o aspecto peculiar de construto profissional, que na abordagem desta temática, em específico, procura tornar decifrável o conhecimento do espaço. Com efeito a especialização jornalística constitui-se em duas frentes: na forma de produção e na relação com as fontes, que são especializadas. A produção e circulação de informações especializadas envolvem inúmeros centros produtores de conhecimento, laboratórios de pesquisa, centros de tecnologias, universidades, institutos de pesquisas agências espaciais, periódicos especializados.

Consequentemente a validade do conhecimento científico estabelece-se "como construção social" e poderá vir a quebrar um paradigma, ao desafiar as "noções tradicionais acerca do conhecimento científico, tais como haviam sido consagradas pela filosofia da ciência" (Cupani, 2018, p. 38). Essa nova característica em proposta procura fazer com que a ciência e o conhecimento sejam mais compreensíveis e inteligíveis pelos cidadãos. Como resultado, propõe Sodré (2013) um novo sistema de "inteligibilidade" que decorre da possibilidade de um contraponto a um mundo cada vez mais globalizado e dominado pela tecnologia, que escamoteia o verdadeiro motivo para quem deve existir o desenvolvimento e o conhecimento, ou seja, o ser humano.

Com efeito o termo "espaço" é adotado em referência a toda a temática que envolve pesquisas e explorações do espaço exterior. A expressão identifica a expressividade que associa às descobertas, atividades astronáuticas e astronômicas e ligadas às produções e divulgações a partir de fontes derivadas de investigações e pesquisas, seja por periódicos, institutos ou pelas agências espaciais. Na abstração

conceitual da geografia, Brunet, Ferras e Thery (1992, p. 152), sintetizam a palavra "espaço", como vital na geografia e só pode ser entendida no social, como expressão dos fenômenos sociais.

Em suma, ao divulgar os temas do espaço pelos meios digitais, divulgadores e jornalistas de ciência são desafiados a criar sistemas de inteligibilidade comunicacional que facilite a compreensão do público sobre um conhecimento, de certa medida inatingível, imaterial. Exigem, por tanto, um discurso que concentra formas interpretativas, além das analogias, e da utilização de pareidolia (significado conhecido para atribuir ao desconhecido). Para além de explicar, através de códigos significantes, mapas e construtos mentais, sobre a exploração do espaço, a divulgação pelos meios digitais necessita criar sistemas de inteligibilidade que façam pontes no diálogo do conhecimento, tanto da ciência, como do público.

Referências

Brunet, R.; Ferras, R.; Thery, H. (1992). La géographie recentrée: les mots de la géographie, dictionnaire critique. 2018. ed. In: *Travaux de l'Institut Géographique de Reims*. Montpellier, n° 83-84.

Cupani, A.O. (2018). *Sobre a ciência: estudos de filosofia da ciência*. Florianópolis. Editora da Ufsc.

Luengo, M.; Elías, C. (2014). Periodismo Especializado y áreas de especialización en el currículo de los Grados de Periodismo en las Universidades españolas. Madri, Schedas. v. 1. p. 510.

Morin, E. (2000). Da necessidade de um pensamento complexo. *Para navegar no século 21: tecnologias do imaginário e cibercultura*. Porto Alegre, Edipuc-RS e Sulina.

Nielsen, R.K. (2021). Notícias digitais como formas de conhecimento: um novo capítulo na sociologia do conhecimento. In: Intexto. Porto Alegre, nº 52, e-96916. Disponível em: <https://doi.org/10.19132/1807-8583202152.96916>. [Consultado em abr. 2021].

Sodré, M. (2013). Um novo sistema de inteligibilidade. *In*: *Questões Transversais*. São Leopoldo, v. 1, n. 1. Disponível em <https://revistas.unisinos.br/index.php/questoes/article/view/5709>. [Consultado em 11 set. 2021].

Organização das Nações Unidas (ONU). (1967). Tratado sobre Princípios Que Regem as Atividades dos Estados na Exploração e Uso do Espaço Sideral, incluindo a Lua e outros Corpos Celestes. *Decreto-Lei n.º 286/71*. Disponível em: <https://www.unoosa.org/oosa/en/ourwork/spacelaw/treaties/introouterspacetreaty.html>. [Consultado em mar. 2022].

GI 11 - “Narrativas y representaciones mediáticas sobre las migraciones”

Inmigración venezolana en Chile: la construcción de un acontecimiento discursivo desde la noticia

Venezuelan immigration in Chile: the construction of a discursive event from the news

Nathalia Cedillo Carrillo
Universidad de Chile
Chile
nathalia.cedillo.c@gmail.com

GI 11 - Narrativas y representaciones mediáticas sobre las migraciones

Palabras claves: producción de sentido, discurso político, inmigración (production of meaning, political discourse, immigration)

Tema central: Producción noticiosa sobre inmigración venezolana en medios de información chilenos

Objetivos

El objetivo es examinar la producción del discurso sobre inmigración venezolana en las noticias de medios de comunicación chilenos en su soporte digital, entre los meses de marzo – agosto del 2018, durante la presidencia de Sebastián Piñera y en el periodo marzo-octubre de 2022 en el gobierno de Gabriel Boric. El análisis de la noticia como objeto significante permitirá determinar cómo se construye el acontecimiento migratorio desde los discursos que aparecen materializados en la prensa escrita, qué visiones aporta la noticia para la comprensión del proceso migratorio y qué tipo de relaciones sociales construye el relato en contextos de contienda política, donde los distintos gobiernos disputan la construcción de lo real.

Discusión teórica propuesta

En su análisis sobre la construcción del acontecimiento, Eliseo Verón (1987) describe las complejas operaciones que entran en funcionamiento para que un hecho se convierta o no en

un acontecimiento discursivo, en el marco de la industria de la información: "desde la materia prima, pasando por las cadenas de montaje, los ajustes, los controles de calidad, hasta el producto final: la noticia" (Verón, 1987, p. II). Esta idea de la noticia como objeto manufacturado en la fábrica mediática, nos aleja de la pretensión de considerarla un reflejo objetivo de la realidad y más bien, es entendida como el producto de una institución informativa socialmente legitimada para construir significados y dar forma a un tipo de conocimiento social, que deriva de los métodos empleados por las y los periodistas para dar cuenta del acontecer social (Hernández, 1995).

Para Verón, todo funcionamiento u orden social tiene una dimensión significante constitutiva, por tanto, toda producción de sentido está inserta en lo social (Verón, 1993). Esta doble hipótesis es fundamental para comprender que los discursos sociales no existen en el vacío, sino que están socialmente constituidos y que el análisis discursivo no es inmanente, sino que guarda correspondencia con sus condiciones productivas y la situación sociocultural en la que surge. De este modo, sostiene el autor que "es en la semiosis donde se construye la realidad de lo social" (Verón, 1993, p.126), es decir, que en todas las prácticas sociales la semiosis interviene como articuladora de significados y sentidos.

Por tanto, en esta investigación se reconoce al discurso como una construcción social de sentido que se enmarca en un contexto histórico determinado. Desde la perspectiva de Verón, la relación dialéctica que se establece entre la sociedad y el lenguaje, permite hablar de una construcción de lo real en el discurso e identificar en la actividad periodística un campo socialmente legitimado para construir representaciones en torno a los acontecimientos de interés público, como lo es el caso de la inmigración venezolana de los últimos años en Chile.

Más allá de su lugar como intermediarios entre los hechos y las audiencias, los medios de comunicación son actores con un poder decisivo sobre el sistema político, particularmente, el discurso político no podría ser tan influyente, sin la mediación del discurso mediático. Adquieren por tanto un rol central en la sociedad, entre otras cosas porque pueden contribuir a producir lo que aparentemente describen, aquello que se expresa como *realidad objetiva*. Como señala Bourdieu "dar nombre, significa hacer ver, significa crear, significa alumbrar" (1997, p. 25), en este sentido las palabras hacen cosas, crean fantasmagorías, temores, fobias, representaciones o lo que se le conoce también como *efecto de realidad* (Bourdieu, 1997).

La construcción de lo real en el discurso implica para Bourdieu una lucha por la representación legítima del mundo social (Bourdieu, 2014). Desde esta perspectiva, el juego político busca el monopolio de la capacidad de posicionar ideas-fuerza en la sociedad, ideas que funcionan como fuerza de movilización (Bourdieu, 2000) y en esta apuesta, los medios de comunicación juegan un rol significativo como generadores de conocimiento y mediadores entre la percepción y la representación de los objetos de referencia. En consecuencia, considero que el acontecimiento de la inmigración está mediado por discursos hegemónicos que le otorgan sentido y que juegan una batalla simbólica en el campo de la opinión pública por la construcción de la realidad y que, además, es posible conocer cómo se construye el acontecimiento discursivo de la migración, a partir del rastreo de las operaciones de asignación de sentido que subyacen a la elaboración de los textos noticiosos y de la identificación del contexto en el que se insertaron dichos discursos.

Enfoque metodológico

En este trabajo se emplea una metodología cualitativa de análisis semiótico del discurso, que consiste en la descripción e interpretación del contenido de veinte noticias sobre inmigración venezolana publicadas en diversos medios de comunicación chilenos, desde su soporte digital: La Tercera, Emol, El Mostrador, Diario Financiero, Radio Universidad de Chile, Radio Cooperativa, Radio Bio Bio, Radio ADN, Canal 13 (T13); durante los primeros meses de gobierno del expresidente Sebastián Piñera y del actual mandatario Gabriel Boric, es decir, entre marzo–agosto del 2018 y marzo-octubre de 2022 respectivamente.

La estrategia de análisis ha sido construida en base a la teoría de la discursividad de Eliseo Verón (1993, 2004) para la reconstrucción del proceso productivo del sentido, así como de la propuesta metodológica de análisis del discurso de María Cristina Mata y Silvia Scarafía (1993) que contiene un enfoque sociosemiótico.

El procedimiento consiste en articular tres etapas que constituyen el proceso productivo o gramática de producción (Verón, 2004) del discurso: el contexto, la enunciación y el enunciado. La reconstrucción del contexto está basada en fuentes bibliográficas recientes, mientras que para el análisis de el enunciado y la enunciación se diseñaron planillas que permitan la lectura diferenciada de las siguientes categorías que componen el discurso:

ítems, temas, léxico, temporalidad, actores, roles, objeto, espacio de representación, conflictos, consensos y a su vez, estrategias de posicionamiento, persuasión y legitimación.

Principales resultados

1. La migración como una crisis es un argumento político que se ha convertido en un acontecimiento discursivo a partir de las declaraciones públicas de los dos mandatarios chilenos y es utilizado como marco interpretativo para construir, explicar y justificar políticas y prácticas institucionales restrictivas frente a los cambios en el patrón migratorio.

2. Las voces que definen la migración provienen casi exclusivamente del campo político, sin embargo, los medios no cuestionan a este poder y asumen como legítima la posición securitista de los gobiernos, limitándose a reproducir declaraciones y transformando dichos enunciados en acontecimientos noticiables. Finalmente, se construye a la inmigración venezolana como un significante de la "amenaza" y el "desorden" a partir de un ejercicio retórico de repetición y espectacularización.

Conclusión

Se concluye que la inmigración venezolana como acontecimiento discursivo, es el resultado de una dinámica de producción de sentido donde los campos político y mediático se interrelacionan a partir de la construcción del vínculo entre migración y crisis.

Referencias

Bourdieu, Pierre (1997). *Sobre la Televisión*. Editorial Anagrama. S.A., Barcelona.

Bourdieu, Pierre (2000). *Sobre el campo político*. Edición Presses Universitaires de Lyon.

Hernández, María Elena (1995). *La producción noticiosa.* Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Universidad de Guadalajara. Doble Luna Editores S.A., Jalisco.

Mata, María Cristina y Silvia Scarafía (1993). *Lo que dicen las radios: Una propuesta para analizar el discurso radiofónico*. Quito: Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica – ALER.

Verón, Eliseo (1987). *Construir el acontecimiento. Los medios de comunicación masiva y el accidente en la central nuclear de Three Mile Island.* 2da. Edición. Editorial Gedisa, España.

Verón, Eliseo (1993). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad.* Editorial Gedisa. Barcelona, España.

Verón, E. (2004). *Fragmentos de un tejido*. Primera Edición. Editorial Gedisa S.A. Barcelona.

¿Hacia una reconfiguración de la comunicación popular?: apuntes sobre la evolución de lasOrganizaciones Territoriales de Base según espacio y territorio en Los Andes Bolivianos

Cossio Zambrana Angela Fabiola
Universidad Mayor de San Andrés
fazambrana@outlook.com

GI 11 – Narrativas y representaciones mediáticas sobre las migraciones

Palabras clave: Comunicación popular; Acceso-Participación; Migración rural-

urbana

Key words: Popular Communication; Access-Participation; Rural-urban migration

Tema central

La comunicación popular entendida desde los espacios y territorios diferenciados, brinda una perspectiva de los nuevos escenarios en los que la comunicación se ha reconfigurado. El concepto de relocalización, comprendido desde la comunicación, permite contemplar a lo popular desde las relaciones sociales, las formas de representación y organización colectiva, a partir de territorios delimitados como económicamente potenciales; en ellos la comunicación se ubica no sólo como un recurso o herramienta sino como un nudo troncal de identidades, posiciones, superposiciones y representaciones dialógicas concernientes a niveles políticos, económicos y culturales diferenciados.

Un productor de hortalizas puede habitar brevemente la ciudad como transportista o comerciante e intercalar sus actividades económicas según el territorio que convenga; asimismo puede pertenecer a las Organizaciones Territoriales de Base en cada espacio social perteneciente a cada territorio; puede ser parte de la junta vecinal de un barrio en la ciudad, cumplir un cargo social en el área rural y transitar territorios periurbanos en búsqueda de ampliar su vivienda y la de su familia. Cada uno de estos nexos o relaciones produce un intercambio de sentidos en base a las diferentes culturas cohesionadas en espacios multidireccionales como asambleas y ampliados gremiales, agrarias o vecinales.

Objetivo

El presente artículo explora los principios de acceso y participación como la esencia misma en lademocratización comunicacional, su expansión y sus formas de representación.

Caracterización del estudio o discusión teórica propuesta

La conflictualidad y las contradicciones en la expansión y/o creación de territorios, se podrían considerar como procesos desterritorializantes; no obstante, también se trata de procesos des- espacializantes. Las juntas vecinales, asociaciones comunitarias o controles sociales en la ciudad, guardan el reflujo de información que transita en la historicidad de los sindicatos mineros, las comunidades indígena campesinas, y los movimientos obreros que transmitieron sus saberes a través de la organización social y sindical del espacio social. Por otro lado, los espacios sociales

en territorios periurbanos y rurales se componen y articulan por la multi-territorialidad y la multi- espacialidad ya que habitan las zonas periurbanas de las ciudades y las comunidades rurales segúnlas potencialidades económicas de cada una.

En ambos casos la comunicación popular es diferenciada, desde el concepto de "relocalización" en el que se observan los principios de acceso y participación en espacios urbanos, periurbanos y rurales; mismos que establecen espacios multidireccionales como las asambleas y ampliados concernientes a las necesidades inmediatas y a la toma colectiva de decisiones. No obstante, los territorios urbanizados que reúnen un conjunto de sentidos y también acoplan una multiplicidad de espacios sociales, no convergen en el acceso y la participación colectiva, la población masiva no siempre se articula a los espacios sociales ya que habitan el territorio de manera parcial y desvinculada a las necesidades locales.

Enfoque y/o metodología de enfoque

El articulo contempla un enfoque cualitativo en base al método de la etnografía y la investigación, acción participativa basada en el trabajo con diversas instituciones y organizaciones presentes en territorios campesinos e indígenas y urbanos.

Principales resultados, reflexiones y conclusiones más importantes

La articulación de la comunicación en movimientos sociales urbanos se caracteriza por la relación estrecha con los medios de comunicación tradicionales, con las redes sociales y con la cercanía diferentes niveles del gobierno. Mientras el reflujo de información en territorios periurbanos y rurales corresponde a los medios de comunicación locales, a la comunicación directa (cara a cara) y al acceso y participación de las bases poblacionales de manera obligatoria y controlada.

Luis Ramiro Beltrán (1968:26) afirma que es difícil que haya un país bien desarrollado con malas comunicaciones, entendiéndose que el desarrollo implica interacción, movilización y participación universal en la toma de decisiones, en cuestiones de interés público y en el proceso de logro de losobjetivos nacionales.

Sin embargo, es necesario comprender que las comunicaciones son diferenciadas entre los territorios, espacios sociales y sus conflictualidades respecto al acceso y la participación de las poblaciones, las maneras de representarse, de comunicarse y de movilizarse. Si bien, la historia emblemática de las radios comunitarias, habían

germinado un espíritu de resistencia y movilización entre las poblaciones subalternizadas, los constantes cambios migratorios, primero a la ciudad y luego a diferentes territorios, han generado nuevos espacios sociales donde la comunicación popular se observa en procesos internos de constitución y articulación con los distintos niveles de gobierno.

Las visiones de desarrollo son diferenciadas a través del potencial económico de los territorios y son el núcleo de la movilización, el acceso y la participación de las bases poblacionales. Si bien la comunicación popular es necesaria para la organización del mismo poder popular, ya que se sustenta prioritariamente en la participación de los sujetos que en ella intervienen, eliminando las restricciones que interfieren en el espacio democrático y participativo que las caracteriza, no es

homogénea, su constitución depende de las características territoriales y el espacio social en losque se germinan sus visiones de desarrollo.

Referencias

Alfaro, María (1993). "La comunicación como relación para el desarrollo". Una comunicaciónpara otro Desarrollo, Reedición 2015, páginas del artículo: 27-39.

Bauman, Zygmunt (2005). Modernidad liquida. Buenos Aires, Argentina: Fondo de CulturaEconómica de Argentina.

Beltrán, Luis Ramiro (1968). Las comunicaciones: instrumento olvidado de desarrollo nacional, Centro Regional de Ayuda Técnica, Agencia para el Desarrollo Internacional (AID). Desarrollo agrícola internacional. Ciudad de México.

De la Garza, Rafael (2011). "Las teorías de los movimientos sociales y el enfoque multidimensional". Estudios Políticos, Novena Época: Número 22, páginas del artículo 107-138.

Di Pietro, Luis José (2001). Hacia un desarrollo integrador y equitativo: Una introducción al desarrollo local. Buenos Aires: Editorial Ciccus.

Gonzales, Néstor (2019). "Comunicación y extensión. Herramienta para la intervención social". La comunicación en los territorios. Experiencias en la construcción colectiva del conocimiento. Universidad Nacional de Quilmes, páginas del artículo: 13-24.

Gumucio, Alfonso (2001). Haciendo olas: Historias de Comunicación Participativa para el CambioSocial. La Paz, Bolivia: Plural Editores.

Mançano, Bernardo (2021). "Movimientos socioterritoriales y movimientos socioespaciales. Contribución teórica para una lectura geográfica de los movimientos sociales". Movimientos socioterritoriales. Casos de América Latina y Europa, Volumen 17: Número 2, páginas del artículo: 14-34.

Martin Barbero, Jesús (2002). Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura. Chile: Fondos de cultura económica.

Merino, Jorge (1988). Comunicación alternativa y participatoria. Primera Edición: CIESPAL.

Simpson, Máximo (1984). Comunicación alternativa y democracia entre la "Vanguardia" y la teoría de la dependencia. Número 71: Nueva Sociedad.

A representação midiática e social da pessoa com deficiência em situação de refúgio

The media and social representation of people with disabilities in asituation of refuge

Amanda Christina Pereira Sorio Ganzarolli
Universidade Metodista de São Paulo (Brasil)
Programa de Pós-Graduação em Comunicação
aamandaganzarolli@gmail.com

GI 11 – Narrativas e representações midiáticas sobre migrações (Presencial e Remoto)

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo Humanitário; deslocamento forçado; pessoa comdeficiência

Para se alcançar uma narrativa midiática mais inclusiva para imigrantes com deficiência, pretende-se analisar a sub-representação social e midiática do grupo estudado nesta pesquisa, as pessoas em situação de refúgio com Transtorno do Espectro Autista (TEA). Entende-se que as ideias que permeiam os estereótipos relacionados a este grupo não foram construídas apenas a partir da esfera midiática, mas sim, por meio de um contexto cultural que transcende séculos. No entanto, é fundamental reconhecer a mídia como uma das mais importantes esferas públicas. Por meio do levantamento histórico na pesquisa de Emílio Figueira (2021), pesquisador brasileiro da temática da deficiência, mecanismos de exclusão, políticas de assistencialismo, sentimentos de piedade, caridade, inferioridade, oportunismo, entre outros, contribuíram para as diversas nomenclaturas que se referem às pessoas com deficiência ao longo da história. Ou seja, uma construção cultural.

Percebe-se também uma tentativa de se adequarem os termos conforme se ampliavam os conhecimentos na área da saúde. Exemplos concretos são os termos usados em 1925, como a Escola de Anormais, Escola para Anormais Educáveis, Supernormais, Excepcionais, Escola Especial, portadores de deficiência, até chegar em pessoas com deficiência nos dias atuais (Figueira, 2021). Cada definição usada, não importa a época, amplificou a categorização do grupo, seja o indivíduo adulto ou não, rico ou pobre, homem ou mulher. Os estudos sobre a deficiência foram ao longo dos anos inserindo-se em outras áreas, como a escola, o que possibilitou alcançar uma abordagem multidisciplinar que, na perspectiva de Morin (2005), permite observar os fenômenos na sua complexidade. Assim, o termo "aleijado" deixou de ser considerado correto para ser definido como inadequado, e as

próprias pessoas com deficiência começaram a se posicionar mais a respeito de sua inclusão na sociedade, uma das consequências da aplicação dos estudos do modelo social da deficiência, como defendido por Shakespeare e Watson (2002).

Nesse contexto, ao refletir sobre o exposto, a opacidade e o capacitismo da pessoa com deficiência em situação de refúgio na cobertura midiática podem se apresentar mesmo em um pequeno recorte, como no caso do *Portal G1* de notícias, que há 15 anos traz conteúdos do Brasil e do mundo sobre política, economia, emprego, educação, saúde, meio ambiente, tecnologia, ciência e cultura. No que se refere à opacidade, a pesquisa realizou um levantamento que resultou em 238 notícias no buscador do *G1*, no período entre 2 de janeiro e 9 de maio de 2022, usando o termo-chave "refugiado com deficiência". Desse total, 80 matérias abordavam as pessoas com deficiência e 158, a questão do refúgio. Nenhuma delas, no entanto, faz referência a refugiados com deficiência. Esta análise quantitativa exemplifica a escassez de notícias em relação ao imigrante com deficiência na imprensa brasileira. A análise quantitativa da cobertura da imprensa brasileira revela também que 106 notícias sobre pessoas em situação de refúgio eram a respeito dos imigrantes ucranianos, o equivalente a 44,54%, mostrando a predominância de pautas sobre esse grupo em detrimento de imigrantes de outros países, o que evidencia também a cobertura factual sobre o assunto.

Com esses resultados, expõem-se os conceitos de valor-notícia exemplificados por Sodré (2012) pela proximidade, atualidade, impacto e interesse público. Ao não encontrar resultados de pautas sobre pessoas em situação de refúgio com deficiência, pode-se indicar que o tema não está próximo ao público, pois este, em sua maioria, não se enquadra nem como imigrante e nem como um indivíduo com deficiência; não há impacto direto no cotidiano da população, portanto deixa de ser interesse de todos. Para Sodré (2012), os valores de algo para que se transforme em notícia estão relacionados ao lugar do acontecimento, ao reconhecimento pelas pessoas em âmbito social, às circunstâncias de como aconteceu o fato, ao foco de conteúdo do veículo e se o acontecimento é importante para a esfera pública. Assim, como defendido por Sodré em relação ao enquadramento, a pauta sobre pessoas em situação de refúgio tem o potencial de se transformar em iniciativas em grupo na sociedade, já que "um problema social é suscetível de converter-se em problema público, dando margem ao surgimento de ações coletivas" (Sodré, 2012, p. 38). Outra observação é o valor-notícia de pautas sobre pessoas cujos direitos foram violados e buscam acolhimento. Além de aproximarem o público muitas vezes por um apelo sensacionalista, essas pautas possuem outras características que reforçam seu lugar de espaço na mídia, como o impacto social, a quantidade de pessoas envolvidas e a duração do acontecimento.

Percebe-se, portanto, que pautas sobre pessoas em situação de refúgio e pautas sobre pessoas com deficiência são abordadas na cobertura jornalística, pois possuem o necessário dentro dos conceitos de noticiabilidade, exceto quando estão juntas.

Dessa forma, percebe-se que notícias relacionadas a pessoas com deficiência geralmente aparecem em portais ou veículos especializados no tema. O mesmo vale para a questão da imigração. Esses grupos só se tornam notícia em outros veículos quando envolvem violência, desrespeito a leis com nomes de grandes instituições ou pessoas famosas e indivíduos que executam feitos incomuns na sociedade. Na maior parte do tempo, as pautas permanecem em áreas já trabalhadas pela mídia.

REFERÊNCIAS

FIGUEIRA, Emílio. **As pessoas com deficiência na história do Brasil**. 4. ed. Rio de Janeiro: Wak, 2021.

MORIN, Edgar. Ciência com Consciência. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

SODRÉ, Muniz. **A narração do Fato**: Notas para uma teoria do acontecimento. 2. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2012.

SHAKESPEARE, Tom; WATSON, Nicholas. The social model of disability: an outdated ideology? **Journal Research in Social Science and Disability**. 2002. Disponível em: https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1016/S1479-3547(01)80018-X/full/html. Acesso em: 25 jul. 2023.

Emprendimiento en la comunidad indigena Yukpa: desde una mirada del bienestar económico-colectivo

Martha Isabel Monsalve Gómez[1]

Carmenza Castellanos Cotamo[2]

Maribel Sánchez Alba[3]

Colombia

Universidad Francisco de Paula Santander Facultad de Educación Artes y Humanidades

Departamento de Ciencias Humanas Sociales e Idiomas

Grupo de Investigación GIPSERF

Semillero de Investigación SIRFMarthaisabelmg@ufps.edu.co

carmenzacaco@ufps.edu.co

Palabras claves: Tradiciones arraigadas, Cultura, Problemas Sociales,

Resumen

Esta investigación pretende demostrar la importancia que tienen los emprendimientos indígenas en sus comunidades; dada la importancia de fortalecer el emprendimiento cultural, social y económico de la comunidad yukpa

, un pueblo indígena binacional, que ha migrado de su territorio, a causa de la crisis en Venezuela y que vive en condiciones de miseria en una ciudad de frontera, esta propuesta tiene como objetivo la creación de una oportunidad desde el emprendimiento que genere impacto y se enfoque en solucionar problemas sociales, y económicos de los miembros de esta comunidad. La propuesta se radica en fortalecer el emprendimiento de la comunidad indígena yukpa, la cual aportará el desarrollo económico local, exaltando a las contribuciones en beneficio de las comunidades y el desarrollo sostenible basados en la tradición y los valores comunitarios, desarrollados en un entorno de ofrecimiento de sus bienes y servicios, sus creatividades, artesanías, tejidos, estas tradiciones arraigadas a sus culturas originarias. El acompañamiento se realiza desde la Universidad Francisco de Paula

Santander y la fundación social y comunitaria FUNSOCORE, entes fundamentales en este importante proyecto, desde la Investigación, extensión y la proyección social.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN:

Los problemas sociales de los Yukpa tienen enfoques diferentes, pero comparten un eje común el centro que es la región. Surgieron tensiones en la región procesos migratorios presentes en esa comunidad, como la falta de recursos, la falta de visibilidad de este pequeño grupo de población en las comunidades control gubernamental y militar sobre varios actores armados. Por lo tanto, fue necesario determinar en este estudio cómo ocurre este proceso cambios regionales basados en la adaptación de nuevos espacios ciudades y cómo se cambió la dinámica poblacional de la región Yukpa, que vive en el departamento en la zona El Escobal de la ciudad de Cúcuta de Santander Norte. Las pérdidas de territorio por las fuerzas de estas comunidades alcanzan una mayor vulnerabilidad. Lo que demuestra la experiencia es que, en estos escenarios de inseguridad urbana, posiblemente en algunos miembros de este grupos étnicos pueden encontrar refugio en el alcoholismo o comenzar a usar drogas psicoactivas evidenciándose espacios donde la discriminación, la violencia y el racismo puede ser predominante, ante este panorama tan desolador con esta propuesta en curso se pretende impulsar la economía en el aspecto del El emprendedurismo es la capacidad de idear, gestionar y llevar a cabo proyectos, transformando ideas en productos, servicios y negocios donde la fuente es el conocimiento empírico y ancestral a través de los tejidos, las artesanía en busca del rescate de esos conocimientos y las tradiciones dados de generación en generación de los miembros de esta comunidad.

La importancia de este proyecto es la necesidad de inclusión expresada por la comunidad originaria, se muestra que los esfuerzos de visibilización del pueblo yukpa son escasos y es dado localmente porque permanecen anónimos, donde se pretende mostrar el arte a través del contacto con la sociedad exterior como mecanismo de supervivencia cultural.

Recientemente, los mecanismos de participación del pueblo Yukpa han sido hipotetizados y pasivamente, debido al obstáculo, tienen que hacer conexiones continuas fuera de la población.

3-OBJETIVOS:

Objetivo General

Proyectar el emprendimiento en la comunidad indígena yukpa: desde una mirada del bienestar económico-colectivo

Objetivos específicos

1- Realizar un diagnóstico de los aspectos históricos, sociodemográficos, culturales e interacciones en el territorio de la comunidad indígena Yukpa y los actores sociales involucrados

2- Identificar las dinámicas sociales, costumbres, creencias y cultura la agricultura, la confección y artesanías, de la comunidad indígena Yukpa.

3. Capacitar a los miembros de la comunidad con referencia al emprendimiento para la convivencia, desarrollo comunitario y sostenibilidad.

4. REFERENTE TEORICO:

Los grupos indígenas deben apostarle a un cambio dramático en la forma de generar ingresos y garantizar el desarrollo socioeconómico, ya que, al cambiar las costumbres y tradiciones, los grupos indígenas debieron pensar e iniciar otras actividades para lograr su sostenibilidad. Si bien actividades artesanales y ecoturísticas, han tenido presencia desde hace varias décadas en estos colectivos, solo hasta los años recientes, se ha venido a analizar la injerencia y proyección de las mismas, con miras a la productividad y competitividad (Martínez, 2013; Acle- Mena, Villalobos-Abrego & Herrera-López, 2016)

Lo expresa Balza-Franco & Cardona-Arbeláez, (2015). Colombia donde se evidencia un

país de regiones, se pueden encontrar diversidad de colectivos y poblaciones indígenas que, según sus tradiciones, posición geográfica y cultura histórica, desarrollan sus actividades o emprendimientos con orientaciones específicas.

Según Triana, (2001) En las comunidades indígenas colombianas, el tema de la asociatividad o agrupamiento para el fomento de actividades productivas ha estado presente desde la época prehispánica. Los primeros avances reportados hacen referencia a la unión familiar o alianza de individuos para gestionar formas de producción y convivencia, en poblaciones de la región caribe y región andina colombiana, de lo anterior como no aplicar esta teoría con el grupo indígena Yukpa.

También lo expresan Arbeláez, (2011;) Del Río-Cortina,(2012) Durante décadas, la asociatividad ha persistido y se ha convertido en una característica inherente a estas poblaciones que, si bien se han visto seriamente afectadas por los cambios de territorio, la violencia, el desplazamiento y demás factores del conflicto armado colombiano, todavía hoy se reconoce como un aspecto de importancia para la sostenibilidad, productividad y desarrollo socio-económico de estas comunidades que son fuentes para el desarrollo y emprendimiento de actividades con sentido social.

5. METODOLOGIA: Se pretende en esta investigación en curso recolectar la información requerida en un análisis de enfoque exploratorio/descriptivo, se aplicará un cuestionario a los líderes indígenas vinculados a esta comunidad en programas de corte socioeconómico. Los resultados permitirán entrever que el emprendedor indígena puede tener predilección por las actividades tradicionales de su etnia: ecoturismo, artesanías y agricultura. El instrumento que se aplicará, es la encuesta, se estructurará con 5 interrogantes fundamentales, derivados del estudio de Caracterización de la Población Indígena Colombiana, del Ministerio de Cultura (2016). Las encuestas se desarrollarán para explorar las características sociales,

económicas y culturales con más detalle de este grupo indígena Yukpa. Para ello se utilizarán las guías de Sánchez, Jiménez, Carvajal y Acosta (2008) y Jurado (2011), porque describen algunos parámetros reconocidos y de utilidad práctica en este tipo de investigaciones

6. RESULTADOS:

Se espera que este tipo de investigación provea de herramientas a este Grupo indígena ya esta etnia es tan diversa y auténtica, cualquier iniciativa empresarial no solo debe abordar su entorno y tradiciones, sino también promover aspectos de su riqueza cultural. Así es posible que los proyectos iniciados no queden sin terminar.

Gracias a esta característica, la actividad productiva puede abrirse camino en el corto, mediano y largo plazo. Para lograr el efecto deseado de estos procesos, se debe promover el emprendimiento y la asociatividad, de modo que el individuo o comunidad líder participe voluntariamente y tenga en cuenta todas las variables culturales, tradicionales y sociales de cada población.

7. CONCLUSIONES:

Al estudiar el emprendimiento y/o asociatividad en la población indígena, se encuentra que esta dinámica o forma de trabajo común, data históricamente de la época prehispánica, su evolución ha sido progresiva y los ajustes asociados a los cambios socioeconómicos de estas comunidades.

Revisado los Teoricos sobre el tema del emprendedor indígena se caracteriza por guardar sus actividades y rituales ancestrales, lo que demanda que cualquier tipo

de actividad productiva que se quiera estimular, debe asociar los aspectos culturales, sociales, económicos y tradicionales, para garantizar así la sostenibilidada largo plazo.

8. REFERENTES

Balza-Franco, V. B., & Cardona-Arbeláez, D. (2015). La Responsabilidad Social Empresarial Y La Lucha Contra La Pobreza. Saber, ciencia y libertad, 10 (1), 115- 124. doi: http://dx.doi.org/10.22525/sabcliber.2015v10n1.1151.

Carbal-Herrera, A. (2011). Sistema de gestión social para pequeñas y medianas empresas. Saber, Ciencia Y Libertad, 6 (1), 105-118.doi: http://dx.doi.org/10.22525/sabcliber2011v6n1.66.

Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE). (2005) Censo Nacional de la Población Colombiana. Recuperado de: https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/.../censo-general-2005-1

Guzmán, A., & Trujillo, M. (2008). Emprendimiento Social- Revisión de Literatura. Estudios Gerenciales, 24 (109), 105-125).

Martínez, B. (2013). Actividad Empresarial por la Reintegración: una apuesta por la Sostenibilidad (cartilla-libro) Acompañamiento empresarial integral participantesdel proceso de reintegración. Medellín, Colombia: Centro Editorial.

1 Posdoctora en Innovaciones Educativas y Tics, Doctora en Educación, Directora del Grupo de Investigación GIPSERF, Directora del Semillero SIRF(semillero de investigación región y frontera). Docente Universidad Francisco de Paula Santander.
2 Estudiante en la Licenciatura de Educación Comunitaria Universidad Francisco de Paula Santander, investigadora del Semillero SIRF.
3 Estudiante en la Licenciatura de Educación Comunitaria Universidad Francisco de Paula Santander, investigadora del Semillero SIRF

Migración venezolana. Representaciones sociales de usuarios y receptores de la zona oriente de Colombia.

Venezuelan migration. Social representations of users and receptors of the eastern zone of Colombia.

Zaireth Natalia Tamayo
Vera Guerra López
Alejandra Giovanni Bohorquez-Pereira.

Universidad Pontificia Bolivariana, UPB, sede BucaramangaSantander. Colombia
giovanni.bohorquez@upb.edu.co
zaireth.tamayo.2019@upb.edu.co
alejandra.guerra.2019@upb.edu.co

G11: Narrativas y representaciones mediáticas sobre las migraciones

Palabras claves: Actores sociales, motivación mediática, contextos interpersonales.

Key Words: Social actors, media motivation, interpersonal contexts.

Resumen.

Representaciones sociales, RP, imaginario social, "violencia simbólica" y el efecto *priming* son los conceptos que enmarcan la ponencia que se postula, siendo el objeto de estudio donde estos se relacionan: la migración.

Al cumplirse una década de la crisis de Venezuela, producto de situaciones económicas, sociales y políticas internas y por decisiones de organizaciones internacionales, se considerar oportuno continuar estudiando el fenómeno social desde la perspectiva de los usuarios de medios digitales y también por los propios migrantes.

El trabajo base se enmarcó en la línea de estudios de la teoría de la RS sobre recepción, que de acuerdo con Rodríguez Salazar (2009, p.33) dicha perspectiva activa las capacidades de los actores sociales para pensar y construir realidades y con ello hacer públicas lo que piensan y opinan quien consume medios y también de quiénes se habla

en estos medios. Es decir, se tiene la posibilidad de que el otro(s) se expresen sobre los mensajes mediáticos que reciben.

Lo anterior, nos permite relacionar el segundo concepto señalado al inicio. Desde de Echeverría (2013, 64-66) se puede asumir el imaginario social como la elaboración cultural que individuos y grupos sociales crean de manera objetiva y subjetiva sobre un objeto- sujeto, que de acuerdo con la motivación mediática recibida (visual, sonora, impresa, digital) y la expresión individual inducida en contextos interpersonales (reuniones sociales o familiares) hacen que la narrativa elaborada se traduzca en acciones de aceptación, comprensión o rechazo, en este caso, seres humanos que provienen de otros lugares.

Los siguiente dos conceptos, pertenecen al campo de la sociología de la comunicación de masas y en particular a la relación de los efectos, que las publicaciones de los medios tradicionales o digitales generan en las audiencias. Roiz (2002) reseña con precisión que el concepto "violencia simbólica" surge hacia 1960 por P. Bourdieu como parte de su discurso relacionado con el poder hegemónico y posteriormente el teórico alemán H. Pross (1983) lo reelabora para indicar que los medios públicos ejercen presión sobre los ciudadanos en el momento que seleccionan acontecimiento y los reinterpretan "a través de los códigos y símbolos que se utilizan para su transmisión" (p.96).

D´Adamo, García y Freindenberg (2007, p.131) indicarán por su parte, que los medios de información no solamente influyen porque resaltan la importancia de algunos temas o situaciones particulares, sino que también proporcionan los estándares que las personas adoptan para evaluar las cuestiones sociales y políticas a la hora de tomar decisiones. A lo anterior se denomina priming que Fiske y Taylor (1984), Collins y Lofuts (1975) y McCombs y Reynolds (2002) estudiaran de manera atenta a fin de concretar la premisa de que los ciudadanos que siguen medios asumirán posiciones sociales y políticas, como respuesta a la relevancia dada por el emisor.

Para hacer posible el análisis de estos cuatro conceptos y a fin de tener un análisis superior, se tomaron como base los resultados de un estudio cuantitativo realizado en dos etapas (2022-2023) el cual fue aplicado a población residente en cuatro municipios de la zona oriente de Colombia, que durante el tiempo de migración ha sido punto de atención y recepción de los migrantes de origen venezolano.

De igual forma se trabajó con la técnica de la entrevista semi-estructurada, la cual se aplicó a seis mujeres migrantes con las que se abordó temas de percepción informativa y sobre las personas con las que interactúa en su cotidianidad durante el paso por la ciudad o al establecerse en la misma.

Como datos sobresalientes de la encuesta aplicada nos indican que los 740 encuestados tanto hombre y mujeres se ubican en la tipología de público votante (Vicent Price, 1994), reciben información en general de los medios masivos, en particular por web y redes sociales (48%) seguido de la televisión (28%).

Aseguran dialogar con su núcleo familiar de diversos temas que reciben por diferentes medios y de los cuales Inseguridad (201 frecuencias), la gestión del presidente de la República (197 frecuencias) la gestión del alcalde (152) los migrantes venezolanos (139) y la reforma a la salud que se discute en el congreso (138), fueron los cinco mayores temas que hablaron recientemente.

REFERENCIAS

D´Adamo O., García. V. Freidenberg. F. (2007). Medios de comunicación y Opinión Pública. McGraw Hill.

Echeverría Victoria, Martín. (2013). Cultura migratoria y comunicación masiva e interpersonal en los imaginarios juveniles. *Comunicación y sociedad*, (19), 61-86. Recuperado en 11 de septiembre de 2023, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2013000100004&lng=es&tlng=es

Rodríguez Salazar, T. (2015). Sobre el potencial teórico de las representaciones sociales en el campo de la comunicación. *Comunicación Y Sociedad*, *6*(11), 11-36. https://doi.org/10.32870/cys.v0i11.1792

Roiz. M. (2002). La sociedad persuasora. Control cultural y comunicación de masas. Paídos.

GI 12 - “El rol de los movimientos sociales en procesos de cambio social y de comportamiento”

Mobilizações digitais: impactos na cobertura jornalística sobre a violência contra os povos da Terra Indígena Yanomami

Digital mobilizations: impacts on journalistic coverage of violence against the people of the Yanomami Indigenous Land

Lynara Ojeda[1]

Tatiane Queiroz[2]

GI 12 – O papel dos movimentos sociais nos processos de mudança social e comportamental

Palavras-chave: Direitos humanos. Jornalismo. Povos indígenas.

Keywords: Human rights. Journalism. Indian people.

O presente trabalho propõe compreender de que forma as mobilizações relacionadas à violência contra os povos da Terra Indígena (TI) Yanomami, realizadas nas redes sociais digitais por lideranças indígenas, ativistas dos direitos humanos e movimentos sociais entre outros grupos, impactam na cobertura jornalística sobre esse tema.

A população indígena do Brasil é composta por 1.693.535 indivíduos (IBGE, 2023). A Terra Indígena com maior quantitativo populacional é a Yanomami, com 27.152 indígenas, além de ser a maior do país em área, com 9,5 milhões de hectares, nos estados do Amazonas e de Roraima.

Ao longo das últimas décadas, diversos episódios de violência, de violação aos direitos humanos, de descaso e omissão do poder público, além de acontecimentos sociais e ambientais catastróficos atingiram esses grupos ameríndios, os yanomami. Um desses episódios foi a abertura de canteiros de obra para a construção da rodovia Perimetral Norte (BR-210), na década de 1970. O projeto, que atravessava parte do território ocupado por esses povos, no Amazonas, seguida pela implantação de programas de colonização agrícola, provocou um choque epidemiológico, o que gerou graves perdas demográficas dos yanomami (Kopenawa e Albert, 2015). Já na década de 1980, a chamada "Corrida do Ouro" no estado de Roraima fez com que a imprensa internacional voltasse a atenção aos povos yanomami devido às invasões de garimpeiros na região.

Na época, estimava-se que cerca de 40 mil garimpeiros estivessem operando atividades ilegais na TI Yanomami. Nos dias atuais, a presença do garimpo continua a causar sistemáticas violações de direitos às comunidades indígenas que residem no local, gerando, além de impactos ambientais, impactos sociais, econômicos e sanitários.

A partir do contexto acima explicado, identificamos que setores da sociedade têm atuado na defesa dos direitos humanos da população indígena, e nesta pesquisa interessa-nos verificar como se dá a cobertura jornalística sobre a temática a partir das mobilizações nas redes sociais digitais de lideranças indígenas, ativistas e integrantes de movimentos sociais no contra-agendamento dos acontecimentos. Para tanto, propomos um exercício de articular as reflexões apresentadas com a análise exploratória do Portal G1 na cobertura do caso da menina indígena, de 12 anos, que foi estuprada e morta por garimpeiros na TI Yanomami, no Brasil. A escolha desse caso se dá por acreditarmos que ele foi responsável por chamar a atenção de diferentes setores da sociedade para as diversas violências que estão acontecendo dentro desse território, dando, assim, pistas para a dimensão da situação de vulnerabilidade em que vivem os indígenas da região. No início de maio de 2022, mês em que o crime foi divulgado por lideranças indígenas por meio de um vídeo publicado na internet, a *hashtag* #cadeosyanomamis, foi difundida tornando-se um dos tópicos mais comentados no *Twitter*.

Para cidadãos e jornalistas, a avalanche de informações e o acesso a diversas formas de produzir e difundir notícias provocam diferentes impactos e a própria desconstrução da lógica da *agenda-setting*, mudança que não podemos negligenciar ao pensarmos na prática jornalística. Sites de redes sociais, ferramentas de participação, produção colaborativa de informações disponibilizadas pela internet dão voz a diferentes grupos, que ganham protagonismo e indicam a constituição de diferentes fluxos de agendamento. Nesse sentido, grupos sociais organizados e diversas instituições que atuam na proteção e garantia dos direitos humanos, reconhecendo a importância e poder da imprensa e aproveitando esse cenário, exercem um papel estratégico no agendamento de temas ligados à cidadania. Utilizam-se da internet e redes sociais que possibilitam a pressão social e passam a influenciar na produção noticiosa, criando uma lógica de contra-agendamento (Silva, 2010).

Como procedimentos metodológicos, empreendemos uma pesquisa exploratória sobre os conteúdos publicados pelo Portal G1 ao longo de 2022, por meio do uso da ferramenta de busca disponível no site jornalístico. O mapeamento das publicações foi construído à partir das palavras-chave: yanomami; indígenas; estupro; menina indígena;

garimpeiros. Após a busca, identificamos a publicação de 16 matérias jornalísticas. O mesmo levantamento foi realizado no primeiro semestre de 2023, todavia não foram encontradas matérias sobre o caso no período. Dentro desse *corpus*, observamos como se deu a dinâmica da cobertura sobre o estupro e morte da criança da TI Yanomami, os desdobramentos relacionados ao caso, e atentamo-nos a verificar de que forma as denúncias e as mobilizações feitas nas redes sociais digitais impactaram para a construção das notícias a respeito do acontecimento, além de qual espaço os atores sociais envolvidos nas mobilizações ocuparam na cobertura jornalística, sendo ouvidos ou até mesmo referenciados.

Observamos que as manifestações nas redes sociais digitais foram importantes para o contra-agendamento da imprensa, mas não foram suficientes para manter a cobertura jornalística sobre o caso, sobretudo frente à "voz dissonante" de uma fonte classificada como "oficial" para o jornalismo, como a Polícia Federal. Outro aspecto importante observado nos conteúdos publicados é a falta de contextualização e de complexificação dos fenômenos que envolvem os povos indígenas. Ao descrever a TI Yanomami, as matérias apontam apenas características geográficas e demográficas, como extensão territorial e quantitativos populacionais, no entanto a cobertura não tensiona os fatos a serem noticiados com aspectos econômicos, sociais e culturais dessas populações. Inferimos que esse aspecto da cobertura indica a dificuldade de o jornalista se colocar no lugar do outro, sobretudo, quando esse outro é o indígena.

Por fim, percebemos a importância das mobilizações desses atores sociais para o contra-agendamento, no entanto, compreendemos que essas possibilidades oferecidas pelo ambiente digital não são suficientes para que o jornalismo, enquanto prática social e profissional, seja exercido de maneira mais aprofundada sobre temáticas que exigem interpretações mais críticas e complexas.

Referências

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). (2023).

Kopenawa, D.; Albert, B. (2015). *A queda do céu. Palavras de um xamã Yanomami*. São Paulo: Companhia das Letras.

Silva, L. M. da. (2010). Sociedade, esfera pública e agendamento. In: Benetti, M.; Lago, C. (Orgs.). *Metodologia de pesquisa em jornalismo.* Petrópolis: Vozes.

[1] Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Brasil. E-mail: lynaraojeda@gmail.com.
[2] Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Brasil. E-mail: jornalistatatianequeiroz@gmail.com.

A relação entre a midiatização da sociedade e os processos de interação na circulação de conteúdos de movimentos sociais

The relationship between the mediatization of society and the interaction processes in the circulation of social movement content

PAIVA, Carla Negrim Fernandes de
Doutoranda e bolsista CAPES no Programa de Pós-graduação Comunicação da Universidade Estadual Paulista – UNESP, Brasil.
carlanegrim@gmail.com

Palavras-chave: Midiatização da sociedade; Lógicas de Midiatização; Movimentos Sociais.

Keywords: Mediatization of society; Mediatization Logics; Social Movements.

Frente ao contexto em que a midiatização integra a estrutura social de forma a trazer consequências para campos de atuação específicos e a constante relação de influência entre esses e as instâncias midiáticas, este estudo tem por objetivo refletir sobre a relação entre o processo de midiatização da sociedade e a circulação de demandas e conteúdos propostos por movimentos sociais no ambiente digital.

A intensidade da geração de conhecimento e trocas informacionais vivenciadas na contemporaneidade apresentam a necessidade de discussão acerca de movimentos sociais e suas formas de participação junto a uma esfera em processo de midiatização. Portanto, através de uma abordagem teórica, este estudo irá mobilizar duas perspectivas a respeito de midiatização: a institucional com os principais conceitos desenvolvidos por Hjarvard (2012, 2014) e a socioconstrutivista, especialmente a partir dos estudos de Braga (2012, 2015) que compreende esse processo como tentativo e experimental.

Para refletir sobre o atravessamento da mídia em outros campos sociais e a reorganização deles a partir da assimilação de novos padrões e suas implicações para os atores envolvidos nesse processo, a abordagem teórica de Hjarvard (2012, 2014) destaca como a mídia se estrutura como uma instituição enquanto seu espaço de influência expande-se para outras instituições e âmbitos da sociedade. É caracterizado como um processo social motivado por diversos atores que acionam os recursos midiáticos para suas operações de modo que a sociedade passa a ser permeada pela mídia.

Hjarvard (2012) compreende que as diversas instituições necessitam se submeter as lógicas de funcionamento da mídia e, embora esta tenha alcançado certo grau de

autodeterminação e autoridade afirmando sua independência, ao mesmo tempo ainda constitui o tecido da sociedade e faz parte do seu funcionamento ao se interpor entre outras instituições. O autor afirma que as mídias mais tradicionais e as digitais oferecem um fluxo de informação que faz com que indivíduos reajustem suas práticas à essa condição contemporânea de institucionalização da vida social.

Em outra perspectiva, Braga (2015) concorda ser inegável a presença de lógicas midiáticas no que compreende por processos interacionais de demais campos, entretanto, o autor considera também os atores sociais que carregam suas próprias lógicas desenvolvidas de acordo com seu contexto social e histórico. Com a participação da sociedade, os indivíduos desenvolvem relações interacionais para os usos dos meios, em especial através da tecnologia, para a difusão e circulação de mensagens que são apropriadas e ressignificadas. Nas relações de produção e recepção, os espectadores não mais são vistos como passivos e a recepção torna-se um lugar de reconhecimento e apropriação de mensagens. (Braga, 2012).

Através da exploração da tecnologia disponibilizada que, testada para outros processos interacionais, são gerados exercícios não previstos, processo caracterizado pelo autor como "invenção social". São invenções não produzidas pela tecnologia, mas sim por experimentações em circuitos comunicacionais – através de debates, críticas, ações sociais organizadas, entre outros produtos desenvolvidos. As apropriações tecnológicas e comunicacionais são determinantes na condução de ações sociais e políticas e redefinem a posição dos atores sociais (como os movimentos sociais), gerando novas formas de interação entre mídia, instituições e indivíduos a partir dos novos vínculos entre produtores e receptores.

O campo midiático passa a ser desafiado por outros participantes que tencionam os padrões de interação anteriormente estabelecidos para gerar conversas e interações através de suas perspectivas e que, anteriormente, eram controladas por outras lógicas. Ao contrapelo do que é habitual, os campos sociais inventam outros modos e táticas a partir das tecnologias midiáticas disponíveis, modificando a hegemonia de seu uso através do processo de midiatização. A partir do referencial teórico levantando, é possível refletir sobre as transformações na relação entre mídia e movimentos sociais decorrentes de apropriações tecnológicas para a circulação de conteúdos.

Cogo (2004) salienta que, para além de serem dispositivos técnicos, mídias como a televisão e a internet atribuem visibilidade às ações de campos sociais e instituições, de forma a assegurar a estruturação de suas realidades. De acordo com a autora, movimentos

sociais que atuam na era desse protagonismo midiático constroem-se em torno da exigência da visibilidade pública que é atribuída pela lógica dos meios de comunicação. A partir do tensionamento e uso dessas lógicas, os atores sociais constroem espaços de conflitos e negociações entre os interesses que circulam na esfera social. Desses processos de disputa surgem as estratégias de visibilidade midiática, cujas dinâmicas incluem na agenda pública uma multiplicidade de demandas.

Diante desse cenário, compreende-se que o processo de midiatização da sociedade permite que os sujeitos sociais tenham contato com discursos e posicionamentos de forma intensa e instantânea através da circulação de produtos midiáticos em ambientes variados, o que resulta em menor possibilidade de controle e uma diversidade de resultados que podem ser alcançados. Considerando que os atores sociais não têm um dimensionamento preciso desse resultado, eles necessitam negociar com lógicas de forma a estabelecer uma constante relação de influência e disputas de sentido junto a mídia e, dessa maneira, as lógicas de midiatização se manifestam na circulação dos conteúdos contestatórios pautados por movimentos sociais.

A introdução de tecnologias da comunicação na rotina de cidadãos e ativistas provoca transformações na produção de informações e, melhor compreender processos que possuem a comunicação como suporte para estabelecer o sucesso de uma pauta social ou entraves à organização civil, é um passo na ampliação do escopo sobre a mútua influência entre mídia e sociedade e os possíveis dilemas estratégicos impostos nas dinâmicas acionadas.

Referências

Braga, J. L. (2012). Circuitos versus campos sociais. In Mattos, M. Â., Janotti Junior, J., & Jacks, N. (Orgs.). *Mediação & Midiatização.* (pp. 31-52). EDUFBA/COMPÓS. https://static.scielo.org/scielobooks/k64dr/pdf/mattos-9788523212056.pdf

Braga, J. L. (2015). Lógicas da mídia, lógicas da midiatização? In Fausto Neto, A., Anselmina, N. R., & Gindin, I. L. (Orgs.). *Relatos de investigaciones sobre mediatizaciones*. (pp. 15-32). UNR Editora.

Cogo, D. (2004). Mídia, identidades culturais e cidadania: sobre cenários e políticas de visibilidade midiática dos movimentos sociais. In Peruzzo, C. M. K. (Org.). *Vozes cidadãs: aspectos teóricos e análises de experiências de comunicação popular e sindical na América Latina*. (pp.41-56). Angellara Editora,

Hjarvard, S. (2012). Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. *MATRIZes***,** *5*(2), 53-91. https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v5i2p53-91.

Hjarvard, S. (2014). Midiatização: conceituando a mudança social e cultural.

*MATRIZes***,** *8*(1), 21-44. https://doi.org/10.11606/issn.19828160.v8i1p21-44.

GI 13 – “Ouvidorias y Defensorías de las Audiencias”

Ombudsman/ouvidor ou crítico de mídia?
Um paradoxo na campanha à presidência e na realidade governamental

LOPES FILHO, Boanerges Balbino
bblopes@ufjf.br
Universidade Federal de Juiz de Fora, MG, Brasil

GI 13 – Ouvidorias y Defensorías de las Audiencias

Palavras-chave: Cartas ácidas e críticas; Ombudsman; Governo Lula; Marketing político e eleitoral; Comunicação pública.

Keywords: Acidic and critical letters; Ombudsman; Lula government; Political and electoral marketing; public communication.

Escritas diariamente e entregues ao presidente logo cedo, as Cartas Ácidas e Críticas circularam em 1998 e entre os anos 2003 e 2006. Produzidas pelo jornalista e professor Bernardo Kucinski comentavam de forma direta e crítica os principais temas veiculados nos meios de comunicação e que viriam a ser decisivos na vida do Brasil e dos brasileiros. Os informativos cobriram os períodos em que o profissional atuou junto às caravanas da cidadania e como assessor especial de Comunicação da Presidência, no primeiro mandato. Problematiza-se no artigo dissonâncias nos relacionamentos entre o governo federal e meios de comunicação, além do papel desenvolvido por Kucinski em questões internas em que não fica claro se as atividades são efetivas de ombudsman/ouvidor ou de um crítico de mídia. Pondera-se no texto ainda que a intenção predominante de autocrítica interna estabelece um paradoxo: sinaliza para mudanças na realidade governamental, mas aponta para ações de marketing político e eleitoral.

Durante longo período, entre as décadas de 1960 e 1980, estruturas autoritárias predominaram em alguns países, entre eles o Brasil, provocando cerceamento do direito de defesa do indivíduo diante do Estado. Atrelado a um intenso estrangulamento do acesso do cidadão ao controle e avaliação da gestão pública, o aparelho administrativo permaneceu asfixiado. Mas a história recente tem demonstrado que uma das características básicas da instituição do *ombudsman* é justamente a postura de guardiã dos direitos dos cidadãos da administração pública. Em determinados países, o *ombudsman* tem se consagrado como um profissional na

luta contra o que se popularmente define como “lentocracia” ou “burrocracia” e também na resistência para transpor a tirania burocrática, decorrente da crescente complexidade das instâncias do Estado sobre a sociedade atual. O que gera metaforicamente um “tiroteio” de ideias e ações no campo político, onde se formaliza a indagação primordial sobre o verdadeiro papel por ele exercido: o de um agente de mudanças ou mero marqueteiro?

Segundo Lira Neto (2000), se tomarmos como referência a mídia em geral, a pergunta fica no ar: “O representante do leitor não passa mesmo de uma estratégia de marketing para apaziguar os ânimos de leitores indignados?”. Rosas (2015) tem seu próprio questionamento: “Afinal, o ombudsman é mesmo só uma ação estratégica?” Acrescento algumas questões a serem tratadas no transcorrer do texto: no caso da realidade governamental, qual o papel deve desempenhar o responsável por atividades que se relacionam originalmente com o “representante do povo”? Será que a ouvidoria no Brasil, por estar situada no seio da Administração Pública, não tem sua condição de independência funcional duvidosa? A inexistência de um *ombudsman* nacional é justamente face às características do nosso sistema federativo e outras alegorias? As questões apontam as possibilidades de avançarmos no texto em algumas condições reflexivas.

No caso específico da área governamental, dados do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada constantes na página da ouvidoria do TRT 14ª (2006) apontam que até 2002, no país, havia apenas 40 ouvidorias vinculadas ao governo federal, número que triplicou em dois anos, chegando a 120 organizações em 2006. Segundo estimativa da Associação Brasileira de Ouvidores/Ombudsman (criada em março de 1995), existem hoje, no Brasil, mais de dois mil ouvidores e ombudsmen em atividade. Embora a expansão proporcione a presença de profissionais nas mais diversas áreas possíveis, algumas confusões são observadas. Por exemplo: a figura do ombudsman é identificada com o Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC). Também há distorções quando se tenta caracterizar as duas vertentes. Na opinião de Matos (2006) entre outros profissionais, a diferença não está no nome. A diferença está no objetivo específico de cada setor e de cada órgão: defender um serviço justo para o cliente, defender o cidadão ou defender a qualidade do jornalismo a que o público tem direito.

As cartas lidas para o desenvolvimento do artigo e que auxiliaram nas

reflexões aqui presentes cobrem um período de 27 de julho a primeiro de outubro de 1998, parte delas tornadas públicas por Kucinski (2000), e as compiladas do período de 2003 a 2006 e reunidas em um capítulo denominado "Relações com a Mídia" (KUCINSKI, 2014), são abordadas com algumas inferências. As cartas não eram neutras nem ingênuas: "Era um exercício duro e consciente que só não foi desautorizado por Lula porque tomávamos extremo cuidado nas informações e caprichávamos nos seus conteúdos didáticos" (KUCINSKI, 2014, p. 12-20). Lula, de acordo com Kucinski, via vantagens de ter esse

instrumento. Dava a ele uma "alavancagem nas reuniões e nos encontros com ministros" (KUCINSKI, 2014, pág. 12-14).

Pelas cartas, busca-se entender se Kucinski influenciou ou foi propositivo em decisões do próprio presidente. Bem como se foi possível perceber que tipo de jornalismo que se fez ou faz no Brasil. Ou ainda se é viável avançarmos para um sistema de comunicação pública que permanece não existindo. Segundo Kucinski (2014), um sistema que atenda a necessidade do Estado de se comunicar. E que se contraponha a uma imprensa oligárquica e hostil perante um governo popular.

Referências

Associação Brasileira de Ouvidores/Ombudsman; Instituto DataFolha. **Estudo para medir o conhecimento e uso do serviço de ouvidoria entre os brasileiros**. Pesquisa realizada entre 04 e 14 de setembro de 2017. Disponível em: http://www.abonacional.org.br/files/pesquisa-datafolha- abo.pdf.

KUCINSKI, Bernardo. **Cartas a Lula** – o jornal particular do presidente e sua influência no governo do Brasil. RJ: Edições de Janeiro, 2014.

_____. **As c@rtas ácidas da campanha de Lula de 1998**. SP: Ateliê Editorial, 2000.

_____; A. DE LIMA, Venício. **Diálogos da perplexidade**, reflexões críticas sobre a mídia. SP: Editora Fundação Perseu Abramo, 2009.

_____. **Sobre as cartas a Lula**. Agência Carta Maior, 30/1/2015. Disponível em: https://www.cartamaior.com.br/?/Editoria/Politica/Sobre-as-Cartas-a-Lula/4/32754. Acesso em: 17 jul. 2018.

LIRA NETO. **A herança de Sísifo**: da arte de carregar pedras como ombudsman na Imprensa. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2000.

LOPES, Boanerges. **'Ombudsmania' chega à TV**. Observatório da Imprensa, edição 297, 5 out. 2004. Disponível em: http://observatoriodaimprensa.com.br/interesse-publico/ombudsmania- chega-a-tv/. Acesso em: 2 jul. 2018.

_____. Entrevista concedida ao autor em 30/7/2018.

MATOS, H. H. G. de. Comunicação Política e Comunicação Pública. Organicom, [S. l.], v. 3, n. 4, p. 58-73, 2006. DOI: 10.11606/issn.2238-2593.organicom.2006.138911. Disponível em: https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/138911.

ROSAS, Juliana de Amorim. O ombudsman entre liberdades, políticas e estratégias. Communicare, São Paulo, v. 15, n. 1, p. 126-142, 1º sem. 2015.

Alfamed: apuestas y desafíos para la literacidad mediática como derecho en Iberoamérica con foco en América Latina y el Caribe"

Alfamed: Challenges and Strategies for Media Literacy as a humanright inIberoamerica focused in Latin America and the Caribbean

Silvia Bacher
Representante de América Latina y el Caribe ante la Alianza Global dela UNESCO para la Alfabetización Mediática e Informacional
Las Otras Voces. Comunicación para la Democracia , AC, Argentina,
bachersilvia@gmail.com
Julio-César Mateus
Universidad de Lima, Perú
jmateus@ulima.edu.pe

GI 13 – Ouvidorias y Defensorías de las Audiencias (Presencial y Remoto)

Palabras claves

- Alfabetización mediática e informacional (AMI)
- Ciudadanía, Educación y Comunicación
- Derechos Humanos

Texto

El contexto regional se ha caracterizado por la concentración de medios, las dificultades para el ejercicio pleno de los derechos comunicacionales, las brechas de acceso y apropiación significativa de la tecnología por parte de la ciudadanía. A su vez, los sistemaseducativos -cajas de resonancia de las sociedades que los albergan- han sufrido fuertes crisis que, desde los estados, se han buscado resolver con la incorporación de tecnologías en las aulas, omitiendo una comprensión de sus impactos socioculturales necesarios para una orientación más pertinente (Mateus et al, 2020). Desde nuestro punto de vista, estas políticas pueden obturar los derechos comunicacionales y educativos, en pos de decisionesmeramente instrumentales (Bacher, 2016).

En esa línea, el impulso de la alfabetización mediática en América Latina y el Caribe demanda el reconocimiento de un ecosistema de actores sociales comprometidos. Esta ponencia reflexiona sobre la importancia de la construcción y fortalecimiento de las redes de colaboración al tiempo que sugiere algunas orientaciones para una agenda regional que permita abordar el impacto de la incorporación de las TIC (hoy potenciadas por la IA Generativa) desde una perspectiva de derecho en la ciudadanía y las audiencias.

Tomamos como punto de partida la experiencia de Alfamed, una red interuniversitaria euroamericana de investigadores en competencias mediáticas para la ciudadanía fundada el 2014, a partir de una iniciativa de la Universidad de Huelva, España, y que actualmente "reúne a más de 240 investigadores de 19 países euroamericanos para propiciar espacios de fortalecimiento, actividades académicas de investigación, extensión, producción y difusión sobre la educación en medios" (Alfamed, s/f).

Desde sus inicios, Alfamed ha impulsado la realización de investigaciones y publicaciones conjuntas entre diversos actores y, a partir del año 2016, ha organizado congresos en diferentes países (Colombia, Brasil, Ecuador, República Dominicana, Perú) que incluyeron debates sobre los retos de popularizar este campo de estudio para promover el desarrollo de la competencia mediática en el siglo XXI. En el presente trabajo, combinamos una revisión documental de la producción académica de los investigadores participantes en los seis congresos celebrados hasta hoy, materializada en las actas publicadas (*proceedings*), así como entrevistas a expertos en los países de la región para identificar los esfuerzos de esta red como catalizadora de prácticas, así como espacio de inspiración para abordar una temática central para garantizar derechos en el entorno digital.

Como resultados generales, se reconoce que en el caso de las políticas públicas, si bien en la mayoría de los países se ha incrementado el gasto en infraestructura tecnológica y conectividad (UNESCO/CEPAL, 2022), estas decisiones, impulsadas en gran medida por falta de visión de los funcionarios de turno así como por la presión de grupos tecnológicos interesados en ingresar a las escuelas, no se han correspondido con un desarrollo que promueva un uso significativo de las mismas, concretamente desde el enfoque de ciudadanía y valores democráticos. Este escenario ha limitado el optimismo en el impacto del acceso significativo de las TIC para la educación de ciudadanías empoderadas, en línea de lo que promueve UNESCO (2023) desde su actualizado *Currículo para Docentes en Alfabetización Mediática e Informacional*.

Por otro lado, las diferentes denominaciones que históricamente se construyeron en la región alrededor del campo, desde educación mediática, educomunicación, comunicación y educación, actualmente dialogan en un espacio amplio que se identifica como alfabetización mediática e informacional. Siguiendo a Carlos Scolari (2016), entendemos el alfabetismo mediático como un "repertorio de competencias que permiten a las personas analizar, evaluar y crear mensajes en una amplia variedad de medios de comunicación, géneros y formatos". Organizaciones como la UNESCO o la Unión Europea (UE) vienen promoviendo la alfabetización mediática con el propósito de "dotar a los sujetos de conocimientos y herramientas para que funcionen como ciudadanos autónomos y puedan realizar un consumo crítico de los medios" (Scolari, 2016).

Sin haber, superado aún las barreras mencionadas, las aceleradas transformaciones tecnológicas emergentes, potenciadas por las nuevas herramientas basadas en inteligencia artificial generativa, demandan actualizar el sentido de la AMI para integrar los desafíos planteados por los algoritmos y la inteligencia artificial, "así como al desarrollo de competencias para el prosumo de contenidos creativos que exploten con criterio consciente, ético y juicioso la comunicación humana" (Aguaded et al., 2022, p. 9).

Es importante notar que durante la pandemia, emergieron diversas iniciativas impulsadas por organizaciones civiles, gubernamentales, periodísticas cuyos enfoques de *fact-checking*y desarrollo de capacidades para interactuar críticamente con los medios (Fundación Gabo,2023), sin embargo, estas perspectivas resultan insuficientes para abordar las transformaciones culturales ya que no parecen partir de la perspectiva de que la "mutación social y cultural configurada por las tecnologías de la comunicación y la información no es algo que le llegue a la escuela desde afuera sino tatuado en los cuerpos y las sensibilidades de los alumnos" (Martín-Barbero, 2009). Todo lo anterior da cuenta de un conjunto de demandas y retos que resulta conveniente proponer a modo de agenda regional.

Referencias

Aguaded, I., Civila, S., & Vizcaíno-Verdú, A. (2022). Paradigm changes and new challengesfor media education: Review and science mapping (2000-2021). *Profesional De La información, 31*(6). https://doi.org/10.3145/epi.2022.nov.06

Alfamed (s/f.). Nuestra red. https://www.redalfamed.org/

Bacher, S, (2016). *Navegar entre culturas. Comunicación, Educación y Ciudadanía digital.*
Buenos Aires: Paidós

Ágamez, C.. (2023). "El desafío es implementar la educación mediática en las escuelas de Latinoamérica y el Caribe". *Fundación Gabo.* https://fundaciongabo.org/es/noticias/articulo/el-desafio-es-implementar-la-educacion-mediat ica-en-las-escuelas-de-latinoamerica

Martin Barbero, J. (2009). Cuando la tecnología deja de ser una ayuda didáctica para convertirse en mediación cultural. *Revista Electrónica Teoría de la Educación: Educación yCultura en La Sociedad de la Información, 10*(1): 19-31.

Mateus, J.C, Andrada, P. & Quiroz, M.T. (2020). *Media Education in Latin America.* Londres:Routledge. https://doi.org/10.4324/9780429244469

Scolari, C, (2016). Alfabetismo transmedia, Estrategias de aprendizaje informal y competencias mediáticas en la nueva ecología de la comunicación. *Revista TELOS, 103*,1-9. https://goo.su/AKCy5

UNESCO/CEPAL (2022). La encrucijada de la educación en América Latina y el Caribe. Informe regional de monitoreo ODS4-Educación 2030.

https://hdl.handle.net/11362/48153

UNESCO (2023). Pensar críticamente, hacer clic sabiamente. Ciudadanía alfabetizada enmedios e información. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000385119

Las personas con discapacidad en el Código de Etica de la TV Pública People with disabilities in the ethics code from the Public TV.

Verónica Carolina Gonzalez Bonet
Lic. En Informática y Periodista
integrante de la Red por los Derechos de las Personas con Discapacidad;
trabajadora de la TV Pública.

GI13

Palabras clave: accesibilidad; comunicación, inclusión; medios públicos.
Accessibility; communication; inclusión; public media.

El objetivo de esta ponencia es analizar el modo de incorporación de la temática de la discapacidad bajo el modelo social, en el Código de Etica elaborado en la TV Pública argentina.

El acceso a la información y la comunicación es una condición previa para la libertad de opinión y de expresión, garantizada en el artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos y en el artículo 19, párrafo 2, del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos y debe considerarse integrante del derecho humano a la comunicación, garantizado por la legislación vigente en la Argentina.

En ese sentido, Argentina ratificó la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad en 2008 (CDPD) a través de la Ley 26.378, con rango constitucional desde 2014 (Ley 27.044).

Esta Convención incorpora la accesibilidad como un Principio en su artículo 3 y también en los artículos 9, 21 y 29 más detalladamente.

En el acceso a la información, así como en el ejercicio de otros derechos, las mujeres y niñas con discapacidad sufren una especial desventaja, es por ello que en el artículo 6 de la CDPD se insta a que los Estados promuevan acciones tendientes a potenciar el desarrollo de las mujeres con discapacidad, reconociendo el especial riesgo de sufrir violencia, malos tratos y abuso dentro y fuera del hogar. La necesidad de transversalizar la temática género y discapacidad se torna imprescindible dentro de los medios públicos, ya que la principal barrera es el desconocimiento que deriva en los prejuicios, siendo éstos la raíz de un estigma social que condiciona profundamente el acceso a derechos. La concientización, podría ser entonces, un modo de reducir aquella desigualdad estructural y profunda que marca a fuego la vida y la posibilidad de desarrollo de las PCD.

El Comité sobre los Derechos de las PCD, es el órgano de Naciones Unidas encargado de Monitorear el cumplimiento de la Convención por parte de los Estados, así como emitir recomendaciones a los países y observaciones

Generales para interpretar el tratado.

En su Observación General N°2 sobre accesibilidad, de Mayo de 2014, señala: “Los medios de comunicación no solo deben tener en cuenta la accesibilidad de sus propios programas y servicios para las personas con discapacidad, sino que también deben contribuir activamente a la promoción de la accesibilidad y a la creación de conciencia”.

Asimismo, nuestra Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (26.522) establece:

ARTICULO 3º —Se establecen para los servicios de comunicación audiovisual y los contenidos de sus emisiones, los siguientes objetivos:

a) La promoción y garantía del libre ejercicio del derecho de toda persona a investigar, buscar, recibir y difundir informaciones, opiniones e ideas, sin censura, en el marco del respeto al Estado de Derecho democrático y los derechos humanos, conforme las obligaciones emergentes de la Convención Americana sobre Derechos Humanos y demás tratados incorporados o que sean incorporados en el futuro a la Constitución Nacional;

n) El derecho de acceso a la información y a los contenidos de las personas con discapacidad.

En el artículo 66 desarrolla específicamente los mecanismos de accesibilidad para favorecer el acceso a la información de las audiencias con discapacidad: subtitulado oculto, interpretación en Lengua de Señas Argentina, audiodescripción para PCD visual y en lenguaje simplificado para PCD intelectual.

En este orden de ideas, se receptó la perspectiva de discapacidad en el Código de Ética elaborado para la TV Pública y aprobado por el Directorio de RTA. S.E. por unanimidad, debatido por trabajadoras y trabajadores y sus sindicatos, durante un año, con participación de personas expertas y de las audiencias.

Se destaca de manera específica los artículos 1, 2 y 9 que incorporan a las PCD. El artículo 9 refiere a una guía, realizada de manera colectiva, que desarrolla algunos de los mecanismos de accesibilidad previstos en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, a fin de establecer standares de calidad que no están en la reglamentación.

En ella se enuncian recomendaciones sobre cómo implementar subtítulos ocultos, Interpretación en Lengua de Señas Argentina y Audiodescripción para PCD visual.

No se ha desarrollado la audiodescripción para PCD intelectual, ya que son muy pocas las experiencias mundiales de adecuaciones para este colectivo, implementadas algunas a través de audiodescripción, como establece nuestra Ley y en otras mediante subtítulos. Se considera pertinente entonces, emprender una investigación junto con las PCD intelectual que permita dilucidar qué contenidos se requiere accesibilizar y la manera más adecuada de hacerlo. Se arribaría entonces a la posibilidad de delinear procesos y estándares de calidad, así como posibles necesidades de reformar la normativa para llegar debidamente a esta población tan postergada.

Resulta oportuno tener en cuenta que en marzo de este año, el Comité recomendó a la Argentina que garantice la accesibilidad para las PCD, adopte un enfoque de derechos

humanos en la temática y cumpla con la Ley de Servicios de Comunicación audiovisual, derribando las barreras que aún persisten en el acceso a la información y la comunicación.

La temática de la discapacidad ha sido históricamente excluída de las agendas periodísticas y no se visualiza en los y las profesionales de la comunicación la necesidad de formarse e investigar sobre este tópico. Es por ello que tal como se establece en el código de Etica, se incluyó en las capacitaciones para su implementación y también en una capacitación efectuada en relación con niños, niñas y adolescentes instrumentada por una denuncia recibida en el Observatorio previsto por el código, transversalizando el enfoque del modelo social.

Conclusiones:

- La discapacidad está aún sub representada en los medios de comunicación.
- Recibir información accesible es un derecho del que las personas con discapacidad también debemos gozar, al igual que el resto de las audiencias.
- La presencia de la temática en el código de ética permite que las personas que se capaciten en su implementación adquieran conocimiento básico sobre la discapacidad bajo el modelo social.
- La elaboración de la guía es una herramienta que puede contribuir a la implementación de accesibilidad para PCD.

Taxonomia e Sistemática de Instrumentos de Accountability e Participação na Mídia Pública Audiovisual: exercício metodológico para análises comparadas na América Latina e na Europa[1]

Jairo Faria Guedes Coelho[2]

Nos últimos 25 anos, países da América Latina têm desenvolvido diversas iniciativas que têm como objetivo promover a participação da audiência na construção de conteúdos mais plurais e responsáveis em empresas de radiodifusão pública. Em países europeus esses mecanismos também se desenvolvem de maneira diferenciada, a depender dos aspectos econômicos, sociais, culturais e as conjunturas relacionadas à evolução das mais diferentes sociedades democráticas. Descrições e análises desses instrumentos têm sido documentadas em diversas pesquisas que buscam compreender de que forma as iniciativas atuam nos diversos contextos (e.g. Paulino e Silva 2013; Ottaviano, 2014; Coelho, 2019; Fengler et al., 2022). Neste artigo buscamos desenvolver um exercício metodológico de análise comparativa para a identificação e classificação dessas experiências, considerando aspectos estruturais e conjunturais na conformação de ambientes sociais e organizacionais propícios para a aparição e manutenção desses mecanismos. Para isso, utilizamos princípios adotados em estudos da *taxonomia* e da *sistemática filogenética*, campos da Biologia que classificam e comparam a evolução seres vivos em diferentes *habitats* naturais. Essa abordagem interdisciplinar nos permite captar a dinamicidade e a interdependência desses processos com aspectos que vão dos microcontextos (profissional, organizacional, etc.) aos macrocontextos (sociais, culturais, econômicos).

Na região latino americana, podemos observar desde a experiência colombiana - na qual a legislação exige que os canais de televisão aberta do país (privados e públicos, em âmbito local, regional e nacional) possuam *defensores/as de los televidentes* com emissão de programas específicos - até o caso mexicano, que envolve por exemplo a criação de *defensorías* nas rádios públicas como forma de estimular a educação crítica das audiências com relação aos conteúdos emitidos. Outros países, como Argentina, Brasil e Costa Rica, também adotaram esse tipo de mecanismo por meio de regulação formal de maneiras diferenciadas. No continente europeu também é possível perceber múltiplas formas de desenvolvimento desses instrumentos que também variam de acordo com a região do continente (países ibéricos, Europa Central, países nórdicos e Leste Europeu, por exemplo). A partir dos exemplos dessas regiões, o trabalho, ainda em andamento, propõe uma análise sistemática desses mecanismos, considerando abordagens comparativas que coloquem em diálogo os diferentes processos culturais e sociais vividos nessas localidades. Esse exercício metodológico não pode ser, num primeiro momento, considerado em termos globais, uma vez que se baseia em realidades específicas da América Latina e da Europa. Apesar disso, esta contribuição é cumulativa e abre portas para que outras pesquisas possam ser realizadas em contextos diversos ao redor do mundo, considerando características e

perspectivas ainda não analisadas.

A taxonomia, campo da Biologia que busca classificar organismos na natureza, tem suas origens nos estudos de Aristóteles, filósofo grego que desenvolveu um sistema que categorizava organismos vivos pelas formas de reprodução e pela cor do sangue. No entanto, o desenvolvimento moderno dessa metodologia de classificação no Ocidente está alicerçado nos estudos realizados pelo cientista sueco Karl Von Linné na obra *Systema Naturae*, no século XVIII[3]. A proposta de Linné incluia a definição de regras para essa classificação baseadas nas características naturais e evolutivas dos seres identificados, com a definição de categorias denominadas de nomenclatura binomial (Hamada, Nessimian e Querino, 2014, p. 17). Atualmente, essa classificação de seres vivos segue uma hierarquização comumente estudada nas escolas brasileiras como ReFiCOFaGE, sigla que remete a uma cadeia de grupos classificadores, na ordem do mais abrangente para o mais específico: Reino, Filo, Classe, Origem, Família, Gênero e Espécie. Assim, ao descobrir uma nova espécie de ser vivo, o trabalho de um taxonomista é agrupá-lo com base em regras já acordadas pela comunidade científica, considerando aspectos biológicos que compõem aquele organismo. O padrão para a nomeação de reinos, filos, classes, ordens, famílias e espécies é a designação de nomes em latim que expressem uma característica específica daquela criatura, mas em alguns casos há também o registro de espécies e subespécies em outros idiomas e dialetos. A classificação de seres vivos em diferentes partes do planeta abre espaço para a comparação entre as diferentes formas evolutivas em cada ecossistema. Alguns estudos no campo da *Sistemática Filogenética* ajudam a compreender semelhanças e diferenças entre seres vivos que vivem em diferentes ecossistemas.

Essa discussão interdisciplinar exige que façamos uma reflexão sobre as diferentes formas de classificação de fenômenos e objetos nos mais diversos campos científicos. Enquanto nas ciências ditas "duras" temos, a princípio, objetos mais palpáveis e cujas mutações se percebem a muito mais longo prazo, nas Ciências Sociais os desafios são outros, ao trabalharmos com objetos mais dinâmicos e cujas mudanças podem ser observadas a mais curto prazo. Nesse sentido, um senso de abstração (Vasconcelos, 2009) que seja construído coletivamente por visões de mundo das mais multicoloridas pode contribuir na elaboração de parâmetros que sirvam de referência em várias localidades. Outra face dessa reflexão é a forma como a comparação qualitativa de objetos tão difusos (Downey, 2020) pode contribuir para possibilitar os diálogos necessários no estabelecimento desses parâmetros. Ouvidorias, *defensorías*, *provedorías*, *mediatéurs*, *ombudsmen*, *public editors*, *Publikumstelle* e outras denominações que possam ter essas instâncias que recebem, encaminham, analisam, debatem e publicam demandas do público com relação aos conteúdos emitidos nos meios audiovisuais conseguimos distinguir diversas funções comuns, mas também maneiras diferenciadas de atuar que nos dão bases para as análises. Identificar, classificar e comparar essas estruturas nos auxilia a materializar essas "criaturas" que se desenvolvem nos diferentes "*habitats"*, e assim a estabelecermos parâmetros de

análise e nomenclatura comuns que poderiam favorecer diálogos transnacionais nesse campo de estudos. Como resultados iniciais do exercício metodológico elaborado para este trabalho, chegamos a um modelo que considera sete níveis (ou dimensões) de análises conjunturais e contextuais para a classificação desse tipo de mecanismo em empresas públicas de radiodifusão: 1) Cidadania; 2) Democracia; 3) Sitema Midiático; 4) Regulação da Radiodifusão; 5) Estruturas Organizacionais da Comunicação Pública; 5) Mecanismos de Accountability; 6) Instrumentos de Participação Social; 7) Ferramentas de Acesso, Interação e Participação do Público na Mídia Audiovisual.

Referências

Coelho, J.F.G. (2019). **Ombudsman e Comunicação Pública no Brasil e em Portugal**. Tese de Doutorado. Brasília: Universidade de Brasília. https://repositorio.unb.br/handle/10482/35794

Downey, J. (2020). **Comparative Communication Research**: Why We Really Need Some More Fuzzy Thinking". Loughborough University. https://hdl.handle.net/2134/13325363

Fengler, S.; Eberwein, T.; Karmasin, M. (ed.) (2022). **The Global Handbook of Media Accountability**. London and New York: Routledge. https://www.routledge.com/The-Global-Handbook-of-Media-Accountability/Fengler-Eberwein-Karmasin/p/book/9781032156156

Hamada, N.; Jorge Luiz Nessimian, J.L.; Querino, R.B. (ed.). (2014). **Insetos aquáticos na Amazônia brasileira**: taxonomia, biologia e ecologia. Manaus: Editora do INPA. https://repositorio.inpa.gov.br/handle/1/36169

Ottaviano, C.L. (2014). **Cuando las audiencias toman la palabra**: un recorrido histórico y de gestión desde la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual de Argentina. Atas do Congresso ALAIC Peru 2014. GT18: Ética, Libertad de Expresión y Derecho a la Comunicación. Lima: ALAIC. https://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/11/vGT18-Cynthia-Ottavia no.pdf

Paulino, F.O.; Silva, L.M.D. (2013). **Comunicação Pública em debate**: ouvidoria e rádio. Brasília: Universidade de Brasília. https://repositorio.unb.br/handle/10482/14774

[1] O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001 no

âmbito do projeto “Communication and democracy: media accountability, public service media, internet access and the right to information in Germany and Brazil”, realizado com apoio do Programa Probral - Projetos de Cooperação em Pesquisa entre o Brasil e a Alemanha - CAPES/DAAD (Processo 88881.371423/2019-01).

[2] Doutor em Comunicação pela Universidade de Brasília (Brasil) e pesquisador visitante de pós-doutorado no Instituto Erich Brost, da Universidade Técnica de Dortmund (Alemanha). jairofaria@gmail.com.

[3] Apesar de ter colaborado com metodologias de classificação que até hoje são utilizadas na ciência, várias dos estudos de Linné foram ressignificados ou descartadas por estimularem ideias racistas. Aqui, porém, não é o espaço para essa discussão.

Ouvidoria da EBC como rizoma para o campo da Comunicação Pública

Joseti Marques[1]
Organização Interamericana de Defensoras e Defensores de Audiências(OID)
Josetimarques@oidaudiencias.org

GI 13 – Ouvidorias y Defensorías de las Audiencias (Presencial y Remoto)

PALAVRAS-CHAVES: Ouvidoria; método cartográfico; comunicação pública
KEYWORDS: Ombudsman; cartographic method; public communication

O tema central deste estudo é o lugar da Ouvidoria da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) na construção de uma comunicação pública capaz de cumprir o papel que a lei da criação da empresa estabelece como princípios e objetivos da radiodifusão pública, notadamente os que se referem a desenvolver a consciência crítica do cidadão e fomentar a construção da cidadania, a consolidação da democracia e a participação na sociedade. As reflexões e abordagens trazidas neste artigo se pautam pelo olhar cartográfico proposto pelos filósofos Deleuze e Guattari e tomam como base a experiência como Ouvidora Geral da EBC por dois mandatos e o acompanhamento posterior dos acontecimentos que afetaram e seguem desfigurando a missão da Ouvidoria.

A inspiração para que diversos campos das ciências humanas e sociais comecem a observar a realidade e os acontecimentos em termos do método cartográfico surge da obra dos filósofo Gilles Deleuze e do psicanalista e ativista político Félix Guattari, cujo conjunto de cinco volumes da edição brasileira, denominado *Mil Platôs* (1995a, 1995b, 1996, 1997a, 1997b), tem início como uma sequência da releitura crítica e filosófica da psicanálise em *O Anti-Édipo - Capitalismo e Esquizofrenia (*1972).

No campo da Comunicação, ainda são poucas as pesquisas que utilizam o método como aporte metodológico, havendo ainda a necessidade de aprofundamento e problematização científica no uso do método (Rosário, Coruja e Segabinazzi, 2021). O objeto da reflexão que trazemos a este Grupo de Interesse (GI) é a Ouvidoria da EBC, seus propósitos originais e os

[1] Presidenta da OID em final de mandato; ex-ouvidora geral da Empresa Brasilde Comunicação (EBC) por dois mandatos.

obstáculos que foram desidratando seu território, ou, no sentido cartográfico inaugurado por Deleuze e Guattari, promovendo um movimento factual de desterritorialização de uma ouvidoria cuja missão, prevista no projeto de criação da empresa estatal,[2] não é reconhecida na lei que, no Brasil, institui ouvidorias em todos os setores da administração pública.[3]

> Ao desconhecer a singularidade de uma Ouvidoria voltada para a comunicação pública, a lei que "dispõe sobre participação, proteção e defesa dos direitos do usuário dos serviços públicos da administração pública" promove uma espécie de homogeneização, que equivale ao apagamento dos atributos que conferem à Ouvidoria da EBC a função de zelar pelos princípios e objetivos da radiodifusão pública, principalmente através de análises e críticas internas da programação. A Ouvidoria da EBC tem hoje um militar como Ouvidor Geral, sem qualquer experiência profissional ou acadêmica que o qualifique para o cargo - foi designado pelo Governo Bolsonaro e mantido no Governo Lula, que poderia ter questionado a inadequação junto à Controladoria Geral a União (CGU), mas não o fez.

> O sistema público de radiodifusão audiovisual nasceu no segundo Governo Lula, em 2008, mas já estava em gestação no seio de movimentos sociais que impulsionaram a decisão oficial: uma árvore com raízes pivotantes e radículas políticas resistentes, encampando um rizoma ainda frágil em seu desejo de expansão.

> Quando um rizoma é fechado, arborificado, acabou, do desejo nada mais passa; porque é sempre por rizoma que o desejo se move e produz. Toda vez que o desejo segue uma árvore acontecem as quedas internas que o fazem declinar e o conduzem à morte; mas o rizoma opera sobre o desejo por impulsões exteriores e produtivas. (Deleuze e Guattari, 1995, p.22)

Como pensar o panorama da *comunicação pública* do Brasil, ao longo de sua ainda curta existência, senão como aproximações e afastamentos entre diferentes platôs, nos quais se trava uma disputa pela conquista de um território simbólico que, em termos concretos, é tido como posse já dada? Localizado no campo das subjetividades, "um rizoma não cessaria de conectar cadeias semióticas, organizações de poder, ocorrências que remetem às artes, às ciências, às lutas sociais"(*idem*, p.15), que acumulam a expectativa de re-territorialização, em

---

[2] Lei 11.652, de 7 de abril de 2008. Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta; autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação – EBC.

[3] Lei 13.460, de 26 de junho de 2017. Dispõe sobre participação, proteção e defesa dos direitos do usuário dos serviços públicos da administração pública.

uma estrutura que reproduz a ordem dominante, mesmo em contextos favoráveis.

> Há ruptura no rizoma cada vez que linhas segmentares explodem numa linha de fuga, mas a linha de fuga
> faz parte do rizoma. Estas linhas não param de se remeter uma às outras. É por isto que não se pode contar
> com um dualismo ou uma dicotomia, nem mesmo sob a forma rudimentar do bom e do mau. Faz-se uma
> ruptura, traça-se uma linha de fuga, mas corre-se sempre o risco de reencontrar nela organizações que
> reestratificam o conjunto, formações que dão novamente o poder a um significante, atribuições que
> reconstituem um sujeito — tudo o que se quiser, desde as ressurgências edipianas até as concreções
> fascistas. (DELEUZE; GATTARI, 1995a, p.XX)

> Seguindo as pistas indicadas por Deleuze e Guattari, encontramos no conceito de "agenciamento" um ponto de resistência inusitado: a Ouvidoria da EBC, pela forma com que se constituiu, nos permite pensar o devir da Comunicação Pública, ou ao menos a possibilidade de expansão de seus rizomas.

> Os agenciamentos já são algo distinto dos estratos. Contudo, fazem-se nos estratos, mas operam em zonas de descodificação dos meios: primeiro, extraem dos meios um território. Todo agenciamento é, em primeiro lugar, territorial. A primeira regra concreta dos agenciamentos é descobrir a territorialidade que envolvem, pois sempre há alguma. (*Idem*, 1997b, pág.193)

A territorialidade da Ouvidoria da EBC está calcada em duas leis que se opõem em diversos sentidos: primeiro, a Lei de criação da EBC, que descreve a missão da Ouvidoria; segundo, a Lei que institucionaliza ouvidorias em todos os setores da administração pública, sem, no entanto, se dar conta da singularidade da Ouvidoria da EBC. Da primeira, pode-se arrancar as folhas frágeis de sua atuação, remetendo-a à segunda, burocrática e inócua, mas não se poderá extirpar seu bulbo rizomático sem que se mate a árvore que sustenta as demais ouvidorias, pelo menos não em termos de simples desterritorialização. E este bulbo ali plantado, agregado às raízes da árvore-poder, segue seu caminho em linhas rizomáticas que o expandem para outros territórios, alargando-os, refazendo-os, reinventado-os. Neste momento, os exemplos mais visíveis são a Ouvidoria Cidadã da EBC e a proposta deste GI

acadêmico.

O objetivo destas reflexões é tentar traçar um pequeno mapa do lugar ocupado pela Ouvidoria *na* EBC, empresa que detém formalmente o território da comunicação pública. Como aconselham os autores desta linha filosófica de pensamento, "em cada agenciamento é preciso encontrar o conteúdo e a expressão, avaliar sua distinção real, sua pressuposição recíproca, suas inserções fragmento por fragmento" (*Idem,* pág.193), para então verificar sua potência transformadora. Como rizoma, a Ouvidoria - as ouvidorias, defensorias e ombudsman - da comunicação pública retoma seu fluxo neste GI, ampliando o conhecimento e multiplicando-se em outros rizomas. Outros aspectos precisam ser aprofundados, mas temos como ponto de partida, por exemplo, a Ouvidoria Cidadã da EBC, esforço dos profissionais da empresa para manter o caráter de experimentação, a partir da crítica, que poderia levar ao discurso próprio da comunicação pública.

A conclusão que se pode divisar desta pequena abordagem aponta para a necessidade de se ampliar a atuação das ouvidorias por todos os meios de comunicação públicos - e no Brasil são muitos - dentro de um quadro de formação que lhes dê o mesmo nível de credibilidade ética conferida ao jornalismo, por exemplo, neste momento de disputa logotécnica pela hegemonia do discurso da verdade e pela hegemonia do discurso do que seja a face pública da comunicação.

REFERÊNCIAS

DELEUZE e GUATTARI, Mil platôs, capitalismo e esquizofrenia, vol. 1; Tradução de Aurélio Guerra Neto e Célia Pinto Costa, Rio de janeiro: Ed. 34, 1995.

_____, Mil Platôs, capitalismo e esquizofrenia, vol. 2, tradução de Ana Lúcia de Oliveira e Lúcia Cláudia Leão. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1995.

_____, Mil Platôs, capitalismo e esquizofrenia, vol. 3, tradução de Aurélio Guerra Neto et *alii*. Rio de Janeiro : Ed. 34, 1996.

_____, Mil Platôs, capitalismo e esquizofrenia, vol. 4, tradução de Suely Rolnik. São Paulo: Ed. 54, 1997.

_____, Mil Platôs, capitalismo e esquizofrenia, vol. 5, tradução de Peter Pál Pelbart e Janice Caiafa. São Paulo: Ed. 34, 1997.

Lei 11.652, DE 7 DE ABRIL DE 2008, que institui os princípios e objetivos dos

serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta; autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação – EBC, e suas alterações.

Lei 13.460, DE 26 DE JUNHO DE 2017, que dispõe sobre participação, proteção e defesa dos direitos do usuário dos serviços públicos da administração pública.

ROSÁRIO, M., CORUJA, P., SEGABINAZZI, T. Um panorama da cartografia no Brasil: uma investigação a partir das teses e dissertações da Comunicação entre 2010 e 2017. Intercom - RBCC São Paulo, v. 44, n. 2, maio/ago. 2021.

Ouvidoria Cidadã da EBC: mobilização, denúncias e resultados[1]

EBC Citizen Ombudsman: mobilization, denouncement and results

Akemi NITAHARA[2]
Universidade Federal Fluminense (UFF)

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Pública; Participação Social; Direitos das audiências.

KEYWORDS: Public Communication; Social Participation; Audiences' rights.

INTRODUÇÃO

Em dois anos e meio de atividades, a Ouvidoria Cidadã da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) lançou dois relatórios, fez mais de uma centena de análises de conteúdos e publicou notas públicas de denúncias sobre usos dos veículos de comunicação pública em desacordo com a Lei de criação da empresa (11.652/2008).

O organismo paralelo foi lançado em dezembro de 2020 como uma iniciativa da Frente em Defesa da EBC e da Comunicação Pública, com o objetivo de retomar o espaço de participação social que foi retirado da empresa pela Medida Provisória 744/2016. A norma legal destituiu o Conselho Curador da EBC e desde 2018 a Ouvidoria da empresa foi redirecionada para cumprir um papel de comunicação institucional. Além disso, desde 2019 se intensificou o direcionamento da empresa para a comunicação governamental, sem a devida análise por parte da ouvidoria oficial, como cabe em sua obrigação legal.

Em 2021, as poucas análises que a Ouvidoria da EBC ainda fazia foram censuradas pela direção da empresa, sendo proibida de divulgar nos relatórios bimestrais as análises do ombudsman, que passaram a ser enviadas para o Conselho de Administração, sob sigilo, e publicadas penas no Relatório Anual. Em finais de 2022, nova mudança no comando da Ouvidoria da EBC agravou a situação e as análises críticas dos conteúdos deixaram de ser feitas. Com tudo isso, a Ouvidoria Cidadã ganha importância como espaço de participação da sociedade e permanece ativa em 2023.

1 Trabalho apresentado no GI13 - Ouvidorias y Defensorías de las Audiencias no XI Seminário Alaic, realizado de 5 a 7 de outubro de 2023.

2 Doutoranda do PPGMC da UFF, Brasil, e-mail: anitahara@id.uff.br

OBJETIVO

Verificaremos se publicações feitas pela Ouvidoria Cidadã da EBC, em especial notas públicas e denúncias, tiveram reflexos práticos. Apesar de não haver comprovação de causa e efeito, algumas mudanças concretas podem ser observadas após publicações do órgão paralelo. Por exemplo, o trabalho da Ouvidoria da EBC após o lançamento da Ouvidoria Cidadã e a reversão do encerramento das atividades da Rádio MEC AM.

DISCUSSÃO TEÓRICA

As melhores práticas internacionais (Mendel 2011; Bucci, Chiaretti e Fiorani 2012) indicam a participação social como um pressuposto para a comunicação pública, por garantir que os interesses da sociedade estejam representados nos conteúdos veiculados, bem como seu direito à comunicação diversificada e livre de proselitismos seja respeitado. Na EBC, essa participação social era exercida pelo Conselho Curador, destituído em 2016, e pela Ouvidoria (Nitahara e Luz 2021).

Além da função de exercer a crítica interna da programação de acordo com os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública, a Ouvidoria Geral da EBC recebe e responder às queixas e reclamações do público, fazendo o intermédio entre a população e as diversas áreas da EBC. De acordo com o primeiro ouvidor-geral da EBC, Laurindo Lalo Leal Filho (in Paulino e Silva 2013), a Ouvidoria é fundamental para aprofundar a missão pública da empresa.

Porém, desde 2018 o cargo foi ocupado por indicação política e o órgão deixou de cumprir sua missão prevista em lei. Para suprir essa lacuna, a Frente em Defesa da EBC e da Comunicação Pública, formada em 2016 em meio às ameaças de privatização ou extinção da empresa, integrada por dezenas de entidades sindicais, acadêmicas e da sociedade civil, além de jornalistas, pesquisadores e funcionários da EBC, lançou a Ouvidoria Cidadã da EBC. Além da análise de conteúdos, a iniciativa tem publicado denúncias e levantamentos sobre o uso abusivo e ilegal da empresa pelo governo federal.

A ação direta da sociedade civil no controle de qualidade dos conteúdos veiculados pela EBC, apontam para o desvirtuamento editorial dos veículos da empresa, representando a retomada da participação social na EBC, após a empresa deixar de prestar contas à sociedade acerca dos conteúdos veiculados.

METODOLOGIA

A partir de publicações selecionadas da Ouvidoria Cidadã da EBC, buscaremos informações oficiais da EBC e publicadas pela imprensa para verificar o efeito prático da atuação do órgão paralelo. Mesmo que não se possa comprovar a relação de causa e efeito, consideramos relevante a hipótese de que a sociedade civil possa ter influenciado na correção de alguns rumos anunciados ou colocados em prática pela EBC.

RESULTADOS

Traremos aqui dois exemplos do que pretendemos demonstrar.

Logo depois do lançamento da Ouvidoria Cidadã da EBC, após um ano de 2020 com análises apáticas[3], poucas repercussões adequadas e muito autoelogio, a Ouvidoria da EBC foi mais contundente e apontou corretamente vários problemas na comunicação pública no Relatório de Janeiro e Fevereiro de 2021[4], apontando inclusive a cobertura oficialista feita pelo telejornal Repórter Brasil do caos instalado em Manaus em meio à pandemia de Covid-19.

No início de 2022, informações internas da EBC deram conta que a empresa pretendia encerrar as transmissões em AM, atingindo principalmente a Rádio MEC do Rio de Janeiro, já que a emissora centenária não possui, até hoje, dial no FM. Por meio da Ouvidoria Cidadã da EBC, a Frente publicou o manifesto "Rádio MEC e Rádio Nacional são patrimônios da sociedade brasileira e não podem ser desligadas", com o convite para "ouvintes, pesquisadores e defensores da comunicação como direito humano a se opor a mais essa barbaridade que quer calar a cultura e o direito à informação".

Assinam o manifesto quase meia centena de entidades e mais de cem artistas, personalidades e políticos, além de uma extensa lista de ouvintes. Ao longo de todo o ano foram publicados mais notas, notícias e manifestos de outras entidades reiterando o pedido. A rádio foi inscrita como patrimônio do estado do Rio de Janeiro, por meio de lei aprovada pela Alerj, e os planos de encerramento das transmissões não foram concluídos.

[3] Disponível em: https://www.ebc.com.br/sites/_institucional/files/atoms/files/12_-_relatorio_da_ouvidoria_-_anual_2020.pdf, acesso em 26/08/23
[4] Disponível em: https://www.ebc.com.br/sites/_institucional/files/atoms/files/02_-_relatorio_da_ouvidoria_jan-fev_2021.pdf, acesso em 26/08/23

CONCLUSÕES

A participação social é fundamental para que a comunicação pública seja de fato pública e reflita os interesses da sociedade em suas programações e coberturas. Com a extinção ou aparelhamento político de tais mecanismos da EBC, coube à sociedade civil mobilizada em prol do tema, por meio da Frente em Defesa da EBC e da Comunicação Pública, assumir esse papel.

Para além das denúncias e do registro histórico, importantes por si só dentro dos anos de obscurantismo e desmonte das estruturas do Estado vividos pelo Brasil desde 2016, podemos observar alguns efeitos concretos dessa mobilização, mesmo que pequenos e sem comprovação de causa e efeito.

Diante da falta de atitude por parte do novo governo em retomar os mecanismos de participação e do mandato dado ao atual ouvidor da EBC, a Ouvidoria Cidadã da EBC continua se mostrando uma forma necessárias para se fazer o controle social da comunicação pública brasileira.

REFERÊNCIAS

Azevedo, F; Rodrigues, D. M.; Silva, S. P.; Valente, J. (2009). Sistemas públicos de comunicação no mundo. São Paulo: Paulus, Intervozes.

Bucci, E., Chiaretti, M., Fiorini, A. M. (2012). *Indicadores de Qualidade nas Emissoras Públicas*. Série Debates CI nº10. Brasil: Representação da Unesco.

Lei nº 11.652, de 07 de abril de 2008. (2008). Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta; autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação – EBC. Brasília.

Medida provisória nº 744, de 1º de setembro de 2016. (2016). Altera a Lei nº 11.652. Brasília.

Mendel, T. (2011). *Serviço público de radiodifusão*. Brasília: UNESCO.

Nitahara, A.; Luz, C. R. M. da. (2020). *O Desmonte da Participação Social na EBC*. REVISTA EPTIC, v. 13, n. 2 p. 22.

Paulino, F. O.; Silva, L. M. da (Org) (2013). *Comunicação pública em debate: ouvidoria e rádio*. Brasília: Editora Universidade de Brasília.

Defensorias de audiências, direito à comunicação e modelos de atuação[1]

Audience's defenders, right to communication, and role models

Rose Dayanne Santana Nogueira[2]

Fernando Oliveira Paulino[3]

GI 13 - OUVIDORIAS E DEFENSORIAS DAS AUDIÊNCIAS

PALAVRAS-CHAVE: Defensorias de audiências; América Latina; Argentina; México; Política de Comunicação.

KEYWORDS: Audience's defenders; Latin America; Argentina; Mexico; Communication Policy.

RESUMO EXPANDIDO

O **tema central** desta pesquisa se constrói a partir da atuação das defensorias de audiências como instrumentos de promoção do direito à comunicação, cujo foco está em experiências localizadas na América Latina, especialmente na Argentina e no México. Neste sentido, como parte integrante da pesquisa de doutorado em andamento, para este resumo expandido, **o objetivo** foi discorrer sobre algumas diferenças relacionadas aos modelos dos dois países, e sobre pontos comuns relacionados ao papel das defensorias, suas capacidades de atuação e suas relações com o direito à comunicação.

Este estudo é caracterizado por algumas **discussões teóricas** centrais, especialmente fundamentadas a partir do pensamento comunicacional latino-americano. A primeira diz respeito à concepção crítica do direito humano à comunicação, suas dimensões como dialogicidade e horizontalidade (Freire, 1983; Beltrán, 2007), em que o direito à comunicação ultrapassa a liberdade de expressão e de opinião, de imprensa, e de acesso à informação, conforme se postula também no Relatório MacBride (Unesco,

[1] O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

[2] Doutoranda em Comunicação na Universidade de Brasília (UnB), Brasil. E-mail: rosedsantana@gmail.com

[3] UnB/ALAIC/Cátedra UNESCO "Comunicação Pública para Justiça Social, Direitos Humanos e Desenvolvimento Territorial", Brasil. E-mail: fopaulino@gmail.com

1983). Outro ponto é a discussão das políticas de comunicação a partir da ótica da Ação Pública, especialmente, a incidência de organizações da sociedade civil no processo de construção da política e na criação e funcionamento das defensorias. E dialoga com uma tradição de estudos que, conforme destacam Linares e Segura (2022), aborda a participação como um aspecto crucial para a democratização da comunicação. Além de pesquisas relacionadas às ouvidorias e defensorias dentro e fora da América Latina (Paulino&Oliveira, 2014; Ottaviano, 2021; Martinez Aguila, 2019). Logo, este é um estudo comparativo, com **abordagem metodológica** qualitativa, cujas técnicas de pesquisa utilizaram foram: pesquisa bibliográfica, análise documental e entrevista semiestruturada. As **principais reflexões e conclusões mais importantes** serão apresentadas a seguir.

No contexto dos serviços de radiodifusão, especialmente na América Latina, essas experiências podem ser denominadas como defensorias das audiências, do público, dos ouvintes, dos telespectadores, ouvidorias, entre outras; e têm por objetivo essencial promover, difundir, mediar e defender os sujeitos do direito humano à comunicação.

Na Argentina, a Lei de Serviços de Comunicação Audiovisual foi construída a partir de um processo participativo, resultado de uma demanda da sociedade em torno do direito à comunicação, com ampla participação de organizações da sociedade civil que se articularam para a criação da *Coalición por una Radiodifusión Democrática*. Sancionada em 2009, esta lei estabelecia a criação de uma defensoria para atender todas as concessões, independentemente de serem de uso público, privado ou comunitário, com abrangência nacional. A *Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual* foi implementada em 2012, não possui capacidade sancionatória, submete-se à Câmara Bicameral do Congresso Nacional argentino, e tem financiamento definido na lei.

Outro modelo analisado nesta pesquisa é o das defensorias do México. A Lei Federal de Telecomunicação e Radiodifusão, sancionada em 2014, a partir das reformas constitucionais ocorridas no ano anterior, estabelece que cada concessionário, seja de uso público, privado, social (incluindo comunitário e indígena), deve criar sua própria defensoria, seguindo uma perspectiva de corregulação. Além disso, foi criado o Instituto Federal de Telecomunicação, que, entre suas atribuições, estaria encarregado de estabelecer diretrizes para o funcionamento das defensorias. Importante ressaltar que no México as defensorias já existiam antes da sanção da lei, como os casos da *Radio Educación* e *Canal Once*, e mesmo com outras designações, como o caso do *El Mediador*

do IMER, e estavam principalmente em meios públicos. Com a sanção da lei, tornou-se obrigatório que os concessionários estabelecessem suas próprias defensorias.

Durante as entrevistas realizados no México e Argentina, um dos aspectos abordados foi a avaliação do papel das defensorias, suas estruturas e capacidades de atuação e relações com o direito à comunicação. Um dos participantes argentinos, integrante da sociedade civil e que trabalhou na *Defensoría del Público*, destacou que a principal reivindicação era por uma lei democrática, especialmente vinda das rádios comunitárias que não contavam políticas públicas de estímulo as suas atividades. Estava vigente uma lei da época da ditadura. Embora a Lei de Meios, como ficou conhecida, tenha criado a figura da defensoria e definido suas atribuições em termos gerais, a instituição foi construída a partir do trabalho conjunto de pessoas que integravam a equipe fundadora, composta por integrantes dos movimentos sociais, acadêmicos e funcionários públicos. Sob a liderança da primeira defensora, Cynthia Ottaviano, construíram, do zero, essa experiência inovadora na América Latina, especialmente em termos de como está estruturada.

Outro ponto destacado por um participante do México, defensor de audiências naquele país, envolve a questão das defensorias em um contexto digital, onde sua atribuição legal se limita aos serviços de radiodifusão, excluindo conteúdos de redes sociais e streaming, por exemplo. Sobre como as defensorias poderiam atuar nesse cenário, o participante enfatizou que, embora não estejam incumbidas dos conteúdos no âmbito digital, as defensorias têm a capacidade pedagógica de orientar e promover conteúdos em seus canais de comunicação e espaços formativos.

Isso é fundamental para abordar questões como desinformação e discursos de ódio, que, embora não façam parte do escopo direto de atuação das defensorias, por estarem em redes sociais, por exemplo, estão relacionados aos direitos das audiências e, portanto, exigem uma atuação nesse sentido.

As defensorias não possuem capacidade sancionatória, não impõe penalidades diretas ou sanções. Sua função é mediadora e educativa, incluindo a emissão de recomendações. Isso também envolve a criação de espaços de formação para jornalistas, abordando questões muitas vezes ausentes nos currículos de formação profissional. A capacidade mediadora e pedagógica das defensorias tem potencial de transformação mais eficaz do que a buscar por penalizações.

Nesse sentido, o papel dessas instituições vai além de serem meras receptoras de reclamações e denúncias. As defensorias desempenham um papel fundamental na

conscientização e formação de audiências críticas, na mediação entre o público e as instituições de comunicação. Além disso, essas instituições podem ser consideradas espaços onde o direito à comunicação é exercido, em que as pessoas expressem suas opiniões e participem do processo comunicacional.

REFERÊNCIAS

Beltrán, L. R. ([1979] 2007) Adiós a Aristóteles: la comunicación "horizontal". *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, (7), 12-36.

Freire, P. ([1969] 1983) *Extensão ou Comunicação?*. (7. ed.). Rio de Janeiro, RJ: Paz e Terra.

Linares, A.; & Segura, M. S. (2022). Instituciones participativas de políticas de comunicación en Latinoamérica. Modelos, barreras, logros y desafíos. *Comunicación y Medios*, 31(46), 68-81. Recuperado de https://doi.org/10.5354/0719-1529.2022.67688

Martinez Aguila, L. G. (2019). *Ejercer los derechos de las audiencias como un acto de ciudadanía*. (Tesis de Maestría en Comunicación). Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad de México.

Ottaviano, C. (2021). *Las nuevas defensorías de las audiencias de América Latina*. Brasília, DF: Universidade de Brasília, Faculdade de Comunicação.

Paulino, F. O.; OLIVEIRA, M. (2014). Ombudsman em veículos de comunicação do Brasil e de Portugal: reflexão sobre atividades desenvolvidas entre 1989-2013 In: *Brazilian Journalism Research* (Volume 10 - Número 1). Recuperado em https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/viewFile/585/534

UNESCO. (1983). *Um mundo, muitas vozes*: comunicação e informação na nossa época. Rio de Janeiro, RJ: FGV.

Lendo o rádio: a experiência de crítica de mídia no sistema público de radiodifusão no Brasil

Reading the radio: the experience of media criticism in the public broadcasting system in Brazil

Tiago Nunes Severino
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Norte de Minas Gerais (IFNMG), Brasil
tiago.severino@ifnmg.edu.br

GI 13 - Ouvidoria e Defensoria das Audiências

Palavras-chave: Ouvidoria, Comunicação Pública, Análise.

Keywords: Ombudsman, Public Communication, Analysis.

O objetivo deste texto é refletir acerca da atividade do ombudsman de mídia dedicado a acompanhar as emissoras públicas de rádio. Como método de abordagem, o artigo tem um aspecto descritivo e de relato de experiência por apresentar um conjunto de informações e apontamentos com base no trabalho desenvolvido por este autor quando desempenhou, nos anos de 2014 a 2016, a respectiva função na Empresa Brasil de Comunicação (EBC), estatal responsável pela gestão dos veículos federais de comunicação pública.

A consideração inicial é de que, a rigor, o ombudsman recebe as mensagens de cidadãos que se sentem prejudicados pela ineficiência de uma organização. Na imprensa, ele se converteu em um representante da audiência dentro dos veículos de comunicação. Cabe ao profissional, entre outras coisas, colaborar na elevação da credibilidade, encaminhar as queixas do público, acompanhar e fazer a análise das produções noticiosas (COSTA, 2006).

Mesmo sendo um profissional de mídia lotado dentro de um veículo de comunicação, o ponto de vista do ombudsman é o do público. No caso do trabalho desempenhado na EBC, isso significava o acompanhamento das seguintes emissoras de rádio: MEC FM, MEC AM, Nacional FM, Nacional do Rio de Janeiro, Nacional de Brasília, Nacional da Amazônia, Nacional do Alto Solimões. Devido ao número de veículos, a seleção de conteúdo ocorria por amostragem e a partir da provocação de mensagens encaminhadas pelo público para a Ouvidoria. Havia também o fato de ampla dimensão que a imprensa comercial abordava e que, de modo inevitável, a Ouvidoria deveria observar como os veículos públicos noticiaram.

Sobre as análises, o método de verificação estava alinhado com o princípio da Alfabetização Midiática e Informacional (AMI), conceito promovido pela Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura (Unesco). Ainda que a alfabetização seja entendida como a habilidade de ler e escrever, a AMI explica que os novos padrões políticos, sociais e tecnológicos pressupõem que existem na atualidade múltiplas formas de alfabetização. Por ser um composto de diferentes disciplinas acadêmicas, a AMI considera o direito de o cidadão ter acesso à informação, o impacto

da mídia na vida pessoal e profissional e a abordagem interdisciplinar (UNESCO, 2016).

Por isso, a atividade de ombudsman de mídia obriga a mobilização de um conjunto de conhecimentos que não está atrelado a uma única ementa. Vem daí inclusive a opção pelo título deste artigo "Lendo o rádio". Ler pode ser decodificar um código, mas também quer dizer interpretar, contemplar, compreender, fazer inferências e comparar. Ler não é somente tomar posse de um texto escrito, porém saber como as formas de realidade com seus sentidos e significados transfiguram-se nele (FREIRE, 1982).

Na atividade diária de análise, acompanhar as emissoras da EBC exigia ouvir inúmeras vezes o mesmo conteúdo e degravar trechos extensos de programas. A primeira análise realizada pelo autor deste texto como ombudsman foi em setembro de 2014. Tratava-se de algo relativamente simples, mas que exigiu algum tempo de dedicação. Durante um jornal ao vivo na Nacional FM, um repórter noticiou um acidente na BR-040. Ele prometeu voltar ao longo da programação com outras notícias sobre o assunto. Foi necessário ouvir toda a programação do período matutino para identificar que a promessa não foi cumprida, mesmo havendo um boletim informativo da emissora por volta das 9h30.

Em relação ao formato dos textos elaborados pela Ouvidoria, o pensamento era de que não cabe ao ombudsman "enveredar pelo caminho fácil da retórica e sair disparando dardos contra tudo e contra todos, ou a favor, como se estivesse acima do bem e do mal" (COSTA, 2006, p. 49). A opção era por um texto objetivo e ilustrativo da situação observada. Então, a análise deveria descrever o que foi encontrado; apontar o programa e o horário; e colocar, se necessário entre aspas o que foi mencionado, comparar com outras fontes e fazer as devidas indicações. No relatório de julho de 2015, por exemplo, foi publicada uma análise sobre uma reportagem veiculada na Nacional AM que falava do encerramento da Festa Literária de Paraty. O apresentador sugeria que a matéria teria um tom crítico em razão dos preços dos ingressos supostamente tornarem o evento inacessível aos moradores da cidade. No entanto, o que a Ouvidoria observou é que o conteúdo da notícia não tinha informações que comprovavam essa afirmação, pelo contrário, como descrevia como foi a festa, a matéria dava a entender que havia ações de inclusão para a comunidade. Todos esses apontamentos foram acompanhados de trechos do texto veiculado pela emissora.

Toby Mendel (2011), na obra Serviço público de radiodifusão: um estudo de direito comparado, aponta que os veículos que cumprem realmente o papel de públicos têm entre suas características atenção à identidade nacional, independência do Estado e do mercado, imparcialidade dos programas e variedade de conteúdo. Diante do relatado aqui, pode-se dizer que a atividade de Ouvidoria colabora para a formação de parte desses valores. A crítica de mídia permite a melhoria dos processos e a permanente revisão das produções.

REFERÊNCIA:

COSTA, Caio Tulio. **Ombudsman**: o relógio de Pascal. São Paulo: Geração Editorial, 2006.

Empresa Brasil de Comunicação. **Relatório de Ouvidoria**: agosto/setembro de 2014. Brasília: Ebc, 2014. Disponível em: http://www.ebc.com.br/institucional/sites/_institucional/files/relatorio_da_ouvidoria_bimestral_-_agosto-setembro_2014.pdf. Acesso em: 1 set. 2023.

_____. **Relatório de Ouvidoria**: julho/julho de 2015. Brasília: Ebc, 2015. Disponível em: http://www.ebc.com.br/institucional/sites/_institucional/files/relatorio_bimestral_jun-jul_2015_-_web.pdf. Acesso em: 1 set. 2023.

FREIRE, Paulo. **A importância do ato de ler**. São Paulo: Cortez, 1982.

MENDEL, Toby. **Serviço público de radiodifusão**. Brasília: Unesco, 2011.

UNESCO. **Marco de Avaliação Global da Alfabetização Midiática e Informacional (AMI)**: disposição e competências do país. Brasília: Cetic.br, 2016.

GI 14 - “Radio Comunitaria en América Latina: problematizaciones contemporáneas”

Mídia local e cidadania: rádios comunitárias na Baixada Fluminense

Local media and citizenship: community radio stations in Baixada Fluminense

Garcia de Sousa, Sandra Sueli

UFRRJ, Brasil,

sandragarc@gmail.com

GI 14 – Radio Comunitaria en América Latina: problematizaciones contemporáneas

.

Palavras-chave: Comunicação. Rádio. Ouvinte.

Key words: Communication. Radio. Listener.

O rádio comunitário é tido como um meio cidadão desde seu surgimento no Brasil, a partir da década de 1990. Antes disso, o rádio considerado alternativo era chamado de rádio livre, mas a partir do crescimento da participação social e interesses locais, o viés comunitário ganha força e consegue a regulamentação em 1998. Desde então, muitas emissoras entraram com pedido de concessão ao Ministério das Comunicações e mesmo as que não foram regulamentadas continuaram operando em Frequência Modulada.
De acordo com Orlando Berti (2019), havia mais de 30 mil rádios comunitárias operando e estando presentes em todos os estados federativos no início de 2019:

> Em praticamente todas essas quase seis mil cidades, incluindo suas zonas rurais, há uma FM comunitária funcionando, tendo penetração, geralmente com grande influência, no dia a dia de suas populações. Em alguns casos são os únicos meios de comunicação que retratam sobre o local e o regional (BERTI, 2019, p. 151).

O presente trabalho, apresenta um pouco do cenário das rádios comunitárias na Baixada Fluminense e como ocorre sua prática social junto aos ouvintes entre os anos de 2019 e 2021, portanto, um ano antes da pandemia e dois anos durante a emergência sanitária. Como principais objetivos, mostramos o cenário das emissoras comunitárias na região da Baixada Fluminense; verificamos o tipo de conteúdo transmitido ao ouvinte; como ocorre a interação com o ouvinte e se o público está presente na programação. Escolhemos as rádios dessa região pelo fato de ser o local mais populoso do Estado do Rio de Janeiro e marcado por um cenário de falta de estrutura em vários aspectos. Um local, portanto, propício a trabalhar com elementos que levem ao ouvinte o sentimento de pertença e de cidadania. É, ainda, uma região que, de acordo com Ana Carolina Rodrigues da Silva (2007), viu nascer, a partir dos anos de 1990, movimentos sociais de grande importância e ações desenvolvidas pela população para sanar lacunas que o Estado não se preocupou em resolver. Dentre esses movimentos, sem dúvida, encontramos a prática das rádios

comunitárias. A questão que norteia o trabalho indaga: seria o rádio um meio de comunicação que consegue estar presente na vida dos moradores em períodos normalizados ou durante uma pandemia? Mais que isso, seria o rádio o instrumento para levar ao ouvinte as ferramentas necessárias para exercer sua cidadania em locais com ausência de políticas públicas? A hipótese parte do princípio que o rádio é um veículo presente nas cidades urbanas e rurais e, portanto, pode e deve ser o meio que incentiva uma prática cidadã. Segundo Cicília Peruzzo, uma rádio comunitária pode ser reconhecida por meio do trabalho desenvolvido: transmite uma programação de interesse social vinculada à realidade local, não tem fins lucrativos, contribui para ampliar a cidadania, democratizar a informação, melhorar a educação informal e o nível cultural dos receptores sobre temas diretamente relacionados às suas vidas (PERUZZO, 2007, p. 01). De forma geral, o rádio traz ainda outros elementos que afetam diretamente seu desempenho junto à comunidade de ouvintes como a noção de pertencimento. O rádio fala com a localidade. Quanto mais local a programação, mais próxima estará de um processo dialógico com o ouvinte. Ao acompanhar a programação de sua cidade, o ouvinte se percebe fazendo parte daquela situação. A proximidade com o ouvinte é uma das principais características do rádio e é por isso que o locutor fala com uma infinidade de pessoas como se estivesse falando com cada um em particular. Este resumo traz dados da pesquisa que ocorre desde 2018 e se deteve, num primeiro momento, a encontrar as emissoras via sites de busca levantando o nome da rádio e seus contatos. Dos 13 municípios que compõem a Baixada Fluminense, encontramos 20 emissoras e dos contatos realizados, três deram retorno: Rádio Serra Verde FM, no distrito de Xerém, Duque de Caxias; Rádio Mirandela em Nilópolis e Rádio Paracambi, em Paracambi, todas funcionando com licença do governo. Para mostrar o trabalho das emissoras, foram realizadas visitas entre 2018 e 2019 com a finalidade obter entrevistas em profundidade com os integrantes das emissoras e conhecer sua história. Além disso, utilizamos a análise de conteúdo a partir de audições da programação das emissoras, verificando o tipo de programas e a relação com os ouvintes. A partir de 2020, o trabalho passou a ser virtual, devido à pandemia (caso da Rádio Paracambi). Os resultados, até este momento, apontam para uma prática cidadã a partir do momento que os ouvintes tem a seu dispor um meio de comunicação que interage com eles e abre as portas para essa interação, seja por telefone ou por redes sociais. Na Rádio Serra Verde FM, os ouvintes interagem via aplicativos de mensagens e telefonemas à emissora, sendo comum o relato de cobrança às autoridades de melhorias na região; na Rádio Paracambi, percebeu-se dificuldades financeiras e administrativas durante o período pandêmico, mas mesmo assim, a rádio foi operante levando informações e fomentando a importância das medidas sanitárias. Após o mapeamento da programação, verificou-se que a rádio manteve diálogo aberto com a população, desenvolvendo programas com quadros participativos que visavam ouvir as opiniões sobre determinado tema, com um foco em assuntos ligados à pandemia; na Rádio Mirandela, a programação gira em torno de entrevistas, assuntos de utilidade pública, noticiário, quadros interativos, informações da área de saúde, prestação de serviços e quadros musicais. Durante a pandemia, a Rádio Mirandela FM esteve fechada, mas realizou apresentações de lives no Facebook como forma de manter-se atuante e próxima do ouvinte. Diante desse quadro, notamos que importância das rádios comunitárias nas localidades onde funcionam como meio dos ouvintes terem a seu dispor informações variadas dos lugares onde vivem, dessa forma, podendo

exercer direitos e deverescidadãos.

Referências:

BERTI, Orlando Maurício de Carvalho. (2019). Vinte e um anos da lei das rádios comunitárias no Brasil. Pontos e contrapontos. *Revista Rádio-Leituras*, 10 (02),150-171. Recuperado de https://periodicos.ufop.br/radio-leituras/article/view/1862

SILVA, A. C. F. R. (2007). *Vozes da Baixada: um estudo sobre rádio comunitária em Queimados e São João de Meriti*. (Dissertação de mestrado). Pontifícia Universidade Católica, Rio de Janeiro/RJ.

PERUZZO, C. (2007). Rádio comunitária, Educomunicação e Desenvolvimento Local.IN: PAIVA, R. (org), *O retorno da comunidade: os novos caminhos do social.* (1ª. Edição,
p. 69-94). Rio de Janeiro/RJ, Editora Mauad.

Radios comunitarias y derechos a la educación en escenarios escolaresdiversos

Community radio and rights to education in diverse school settings

Meirovich, Valeria
Universidad Nacional de Córdoba
Argentina
valeria.meirovich@unc.edu.ar

Doyle, Magdalena
Universidad Nacional de Córdoba y CONICET
Argentina
magdalena.doyle@unc.edu.ar

GI 14: La radio comunitaria en América Latina: problematizaciones contemporáneas

Palabras clave: educación radiofónica, comunidades, derechos
Keywords: radio education, communities, rights

En esta ponencia presentaremos algunos resultados de la investigación "Las radios y la continuidad educativa en el contexto de aislamiento social: Relevamiento, diagnóstico y orientaciones para repensar la comunicación, la educación y la conectividad en Argentina", desarrollada entre 2020 y 2022 en el marco de la Convocatoria Proyectos PISAC COVID-19 de la Agencia I+D+i del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovaciónde la Nación.

Mediante esta investigación, analizamos las transformaciones sucedidas en el ámbito educativo en Argentina durante la pandemia de COVID-19 y el rol que desempeñaron las radios comunitarias emprendiendo prácticas comunicativas para la continuidad educativa en los distintos niveles educativos en las situaciones de aislamiento y distanciamiento social, preventivo y obligatorio (ASPO y DISPO), las cuales contribuyeron a garantizar el ejercicio del derecho a la educación por parte de diversos sectores de la ciudadanía.

En ese marco, este trabajo tiene por objetivo analizar los vínculos que se configuraron entre esas emisoras y las escuelas en el marco de las experiencias de continuidad educativa. Particularmente, consideraremos los tipos de prácticas llevadas a cabo, los

actores intervinientes y los escenarios sociodemográficos (escuelas rurales, urbanas, bilingües con población indígena) en los que se dio vida a estas experiencias, a fin de identificar las fortalezas y potencialidades de este vínculo no solo durante la pandemia sino, también, con una mirada puesta a futuro.

En términos metodológicos, este abordaje implicó la realización de una encuesta aplicada al universo de radios comunitarias y de pueblos originarios en Argentina, así como la realización de entrevistas semiestructuradas a trece emisoras ubicadas en distintas regiones del país y a personas que conforman sus audiencias.

Cuando comenzó el ASPO en 2020, se configuró un escenario inédito para la sociedad argentina: una catástrofe social, sanitaria y económica en la que se modificaron las prácticas y rutinas diarias, en un contexto con desigualdades y carencias estructurales de larga data.

En el ámbito educativo, la interrupción de la presencialidad implicó un gran esfuerzo estatal, institucional, docente, de estudiantes y sus familias, orientado a dar continuidad a las experiencias escolares mediante acciones que se fueron adaptando a las transformaciones del escenario sanitario. En general, hubo una apuesta del sistema educativo por utilizar plataformas digitales, aún cuando se contaba con información sobre limitaciones para su acceso y uso. En este marco, el Estado nacional implementó el programa Seguimos Educando, a cargo del Ministerio de Educación de la Nación y el Sistema Nacional de Medios Públicos. Simultáneamente, algunas provincias diseñaron iniciativas comunicacionales orientadas a garantizar la continuidad educativa de sus habitantes. Y también diferentes actores de la sociedad civil desarrollaron acciones, mayormente de alcance local, con el mismo objetivo. Este fue el caso de las radios comunitarias y de pueblos originarios, cuyas iniciativas desempeñaron un rol estratégico de manera complementaria a la escuela. Asumimos que la presencia de la radio fue central dadas las características de este medio: a) una amplia cobertura en todo el país, con un alto desarrollo de propuestas locales vinculadas a las tramas culturales locales;

b) una gran disponibilidad de artefactos receptores y un uso que no requiere gastos asociados; c) su escucha se sostiene en un tipo de relación que no requiere saberes y competencias específicas sino que se articula sobre aquellas fuertemente sedimentadas en la experiencias social; d) una trama de sustentabilidad que se regenera a partir de un fuerte vínculo con las necesidades de las comunidades en las que están insertas (Villamayor, 2017; Iglesias, 2015; Morales, 2020).

Algunas conclusiones de esa investigación fueron:

1. El 76,6 % de las emisoras comunitarias y de pueblos originarios produjeron acciones orientadas a contribuir a la continuidad educativa de sus audiencias y comunidades de referencia. Esto se vincula a las propias características del sector: la búsqueda de participación comunitaria, el acompañamiento a necesidades y demandas comunicacionales de las comunidades y un impulso a procesos de transformación social (FARCO, 2014).
2. Algunas de estas iniciativas surgieron en las radios, a partir de inquietudes y expectativas vinculadas a las identidades de estas emisoras, muchas de ellas vinculadas al movimiento de comunicación y educación popular. Otras partieron de demandas y/o propuestas de escuelas y/o docentes (salidas al aire de maestro/as desarrollando contenidos; lectura de cuentos y narraciones, entre otras iniciativas).
3. La eficacia de las propuestas educativas en términos de su escucha y uso, no tuvo que ver necesaria ni exclusivamente con dificultades ligadas al acceso a conectividad por parte de las audiencias, sino con el hecho de que se hayan desplegado procesos de articulación entre radios, escuelas y comunidades. En ellos, la radio posibilitó la expresión de aquello que excede a lo curricular (conflictos, voces, lenguajes, idiomas, necesidades comunitarias) y recuperó en parte su rol ligado a la organización del tiempo; a la vez que las escuelas dieron lugar a la atención de urgencias de sus comunidades y a los modos locales de aprendizaje.
4. Las familias audiencia valoraron los programas radiales como espacios de expresión de los/as niño/as y jóvenes, un sector de la población especialmente silenciado durante el ASPO. A su vez, reconocieron como algo positivo que estos programas estimularan la creatividad y brindaran acceso a contenidos de interés local.
5. En el caso de las emisoras cuya audiencia está conformada por gente de pueblos originarios, las radios cumplieron un rol central en la integración de maestros/as bilingües para la producción de contenidos educativos acordes a cada pueblo y para la traducción de los materiales generados desde el Estado que llegaban a las escuelas en idioma castellano.

Los resultados alcanzados refuerzan una de las características centrales de las radios comunitarias: su involucramiento en las comunidades en las que participan y su articulación con actores locales, como la escuela, contribuyendo a la materialización de derechos fundamentales.

Si bien cada emisora puso en juego concepciones particulares sobre la educación, la comunicación y el vínculo entre ambas, todas las iniciativas implicaron ejercer el derecho a la comunicación en tanto condición para el ejercicio del derecho a la educación. En ellas late el impulso que dio origen al movimiento de radios comunitarias en América Latina, con aquellas experiencias de educación por radio que, en la década de los cuarenta, generaron acciones para la alfabetización de sectores populares con el objetivo de alcanzar sociedades justas e igualitarias.

Bibliografía

FARCO, "La radio comunitaria". En línea. 2014. Disponible en: https://www.farco.org.ar/la-radio-comunitaria/. (10/05/2023)

Iglesias, M. *A contramano: modelos de gestión, modos organizativos y estrategias económicas de las emisoras comunitarias argentinas en búsqueda de la sustentabilidad (2005-2015)*. Tesis de la Maestría en Industrias Culturales de la UNQ, 2015.

Morales, S. M. "Estudios de audiencias y medios comunitarios: apuntes para un reencuentro necesario". *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, vol.18, nº 36, 2020. Pp. 57-76.

Villamayor, C. "Comunicación popular y alternativa. Radios Comunitarias gestoras de procesos Comunicacionales". En Lizondo, L. y Pleguezuelos, C. (comps) *Vivencias y experiencias de comunicación comunitaria en el norte salteño*. Salta: UNSa, 2017.

Radio comunitaria y territorio: un análisis espacial.

Raul Olmedo.

UNAm, México.

raul.olmedo@politicas.unam.mx

GI 14. Radio Comunitaria en América Latina: problematizaciones contemporáneas

Palabras clave: radio comunitaria; territorio; cultura

Este trabajo realiza un análisis socioespacial sobre una de las primeras radios comunitarias de México: Radio Teocelo, en estado de Veracruz. La relación entre territorio, cultura y comunicación descansa en que son interdependientes porque la función social de la radio comunitaria en tanto medio alternativo tiene una fuerte relación con su rango de cobertura.

Por ello, se hace un trabajo donde se dimensiona el alcance de la radio y se vincula con el alcance de su cobertura con el fin de argumentar la relación territorial de este proyecto contrahegemónico. Metodológicamente se hizo una georreferenciación de la radio, se contextualizó históricamente y realizó un ejercicio analítico para identificar el número de localidades que entran en la cobertura de Radio Teocelo.

A partir de este ejercicio se encontró que la Radio Teocelo se encuentra ubicada en una localidad rural y que el alcance de su cobertura incluye a varias localidades bajo esta dimensión productiva y demográfica. Esto resulta importante porque parte de su programación responde a los intereses y dinámicas con un fuerte carácter agropecuario y cuya lucha por el territorio adquiere relevancia en tanto su relación con la naturaleza es estructural y cultural.

Así pues, la dimensión del territorio con la radio comunitaria se da no solo por la defensa del territorio, sino por la cultura anclada a la dinámica espacial en la que se sustenta. La cobertura de la radio comunitaria ofrece servicios de información y comunicación que los medios masivos no ofrecen por ser localidades poco rentables para su modelo de negocio. En suma, la radio comunitaria despliega su función social a partir del alcance de su señal y la cultura que se produce en esos espacios.