

A N A I S

**IV SEMINÁRIO DE PESQUISA
PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM
ESTUDOS DA MÍDIA 2024**



A N A I S

**IV SEMINÁRIO DE PESQUISA
PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM
ESTUDOS DA MÍDIA**

2024



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO
GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS
LETROS E ARTES
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
SOCIAL

Coordenação do Programa de Pós-
graduação em Estudos da Mídia
Juciano Sousa Lacerda

Secretaria da Pós
Ana Paula Comissário

Comissão Organizadora do evento
Janaina Aires
Josenildo Bezerra
Juciano Lacerda
Lilian Muneiro
Livia Cirne

Chefia do Departamento
Rodrigo Almeida
Aline Lucena

Coordenação de Comunicação Social
– Audiovisual
Theresa Medeiros
Maria Angela Pavan

Coordenação de Comunicação Social
– Publicidade e Propaganda
Breno Carvalho
Marcela Costa da Cunha Chacel

Coordenação de Jornalismo
Mônica Mourão
Ana Lúcia Moraes

Secretaria do Departamento
Lidiana Ferreira
Renata Coutinho

Secretaria das Coordenações
Nicole Nahara
Nicélia Fernandes
Hanry Vieira

Supervisão Administrativa
Bruno Duarte
Marlon Barbosa

LabCom
Alexandre Santos
Gilvan Gomes
Katiane Lima
Marcelo Policarpo
Sérgio Albuquerque
Silvio Ribeiro

Encarregado operacional
Joel Pereira da Rocha

ASGs
Ivamar Tavares Teixeira
José Marcos Soares do Nascimento
Josinete Bernardo Costa
Maria da Conceição Beserra

Bolsistas de Apoio Técnico
Karoliny Santos
Mariana Carvalho

Docentes
Alberto Efendi Maldonado Gomez de
la Torre
Adriano Charles da Silva Cruz
Breno da Silva Carvalho
Daniel Dantas Lemos
Daniel Rodrigo Meirinho de Souza
Itamar de Morais Nobre
Janaine Sibelle Freires Aires
Josenildo Soares Bezerra
Juciano de Sousa Lacerda
Kênia Beatriz Ferreira Maia
Lilian Carla Muneiro
Lívia Cirne de Azevedo Pereira
Luciana Miranda Costa
Marcelo Bolshaw Gomes
Maria Angela Pavan

Michael Hanke
Sebastião Guilherme Albano da Costa
Theresa Christina Barbosa de
Medeiros
Valquíria Aparecida Passos Kneipp

A N A I S

**IV SEMINÁRIO DE PESQUISA
PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM
ESTUDOS DA MÍDIA**

2024

Janaíne Aires
Josenildo Soares
Juciano Lacerda
Lívia Cirne
Lilian Muneiro
(organizadores)



EDITORAÇÃO

Janaine Aires

COMISSÃO ORGANIZADORA

Janaine Aires
Josenildo Soares
Juciano Lacerda
Lívia Cirne
Lilian Muneiro

Catalogação da Publicação na Fonte.
Universidade Federal do Rio Grande do Norte.
Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes (CCHLA).

Seminário de Pesquisa Produção e Práticas em Estudos da Midia (4. : 2024 : Natal, RN).
4º Seminário de Pesquisa Produção e Práticas em Estudos da Midia / Janaine Aires, Josenildo Bezerra, Juciano Lacerda, Lilian Muneiro, Livia Cirne (organizadores). - Natal : PPGEM, 2024.
354 p. : il.

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Programa de Pós-graduação em Estudos da Midia.
09 a 11 de outubro de 2024 - Auditório 1 - LABCOM/UFRN.

1. Práticas Sociais. 2. Produção de Sentido. 3. Estudos da Midia I.
Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

RN/BS-CCHLA

CDU 316.77

Elaborado por Ana Luisa Lincka de Sousa CRB 15/748

www.cchla.ufrn.br/ppgem



Este trabalho está licenciado sob uma Licença Creative Commons
Atribuição-NãoComercial 4.0 Internacional.

SUMÁRIO

PARTE 1

Vozes e Representações de Gênero_14

1) MULHERES TRAVESTIS NA POLÍTICA: ANÁLISE DOS ENQUADRAMENTOS DOS MANDATOS DE DUDA SALABERT E ERIKA HILTON NOS PORTAIS DE IMPRENSA BRASILEIROS

Estudos de Mídia e Produção de Sentido

Danilo Cezar da Silva Monteiro

Adriano Charles da Silva Cruz

2) LISA SIMPSON, TURANGA LEELA E PRINCESA BEAN: A DESCONSTRUÇÃO DO PERSONAGEM FEMININO IDEAL EM SITCOMS ANIMADOS

Estudos de Mídia e Produção de Sentido

Laís Emanuelle Borba de Brito

Kênia Beatriz Ferreira Maia

3) QUAL MULHER IMPORTA? ANÁLISE DOS CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE DA TV CABO BRANCO NA REPERCUSSÃO DOS CASOS DE FEMINICÍDIO

Estudos de Mídia e Produção de Sentido

Ana Daniella Fechine Leite

Lívia Cirne de Azevêdo Pereira

4) UMA ANÁLISE DO CORPO FEMININO E A PRÁTICA DO GLOW UP CHALLENGE NAS REDES SOCIAIS INSTAGRAM E TIKTOK

Estudos de Mídia e Produção de Sentido

Rossana Iândja de Oliveira Silva

Lilian Carla Muneiro

5) A CONSTRUÇÃO DA PERSONAGEM TRANS NOS QUADRINHOS DE LAERTE COUTINHO

Estudos de Mídia e Produção de Sentido

João Aureliano de Almeida Medeiros

Maria Angela Pavan

PARTE 2

Discursos e Representações na Mídia_51

- 1) ENCARCERAMENTO ANAL COMO DISPOSITIVO DE CONTROLE: UMA ANÁLISE DOS DISCURSOS MIDIÁTICOS SOBRE PADRES ACUSADOS DE HOMOSSEXUALIDADE
Estudos de Mídia e Produção de Sentido
Leonardo Magela Lopes Matoso
Josenildo Soares Bezerra
- 2) FOTOGRAFIA CONTEMPORÂNEA E OS ALINHAVOS DA MATERNIDADE NOS REGISTROS DE FAMÍLIA
Estudos de Mídia e Produção de Sentido
Elisa Elsie Costa Batista da Silva Beserra
Maria Angela Pavan
- 3) “ALÉM DAS QUATRO LINHAS”: UMA ANÁLISE DISCURSIVA DO BLOG DO VOLOCH SOBRE A SUPERLIGA FEMININA NA TEMPORADA 2024/25
Estudos de Mídia e Produção de Sentido
Victória Zilmara Alves
Daniel Dantas Lemos
- 4) A LU DO MAGALU ENQUANTO CORPO VIRTUAL: PERFORMANCE E ESTRATÉGIAS
Estudos de Mídia e Produção de Sentido
Letícia Gabriela Nascimento de Melo
Josenildo Soares Bezerra
- 5) DISCÓRDIA ENTRE CARNE E CIRCUITOS CORPO FEMININO ENTRE O GROTESCO E O ERÓTICO EM BATTLE ANGEL ALITA
Estudos de Mídia e Práticas Sociais
Nathalia Figueiredo de Oliveira Brito
Marcelo Bolshaw Gomes

PARTE 3

Comunicação, Identidades e Resistências_89

1) DEIXE A GIRA GIRAR: AFETO, VÍNCULOS E COMUNICAÇÃO EM CASAS DE UMBANDA NA REGIÃO METROPOLITANA DE NATAL

Estudos de Mídia e Produção de Sentido

Maria Clara Bezerra de Araújo

Michael Manfred Hanke

2) UMA PROPOSTA METODOLÓGICA DAS ENCRUZILHADAS

ESPIRALARES PARA A COMUNICAÇÃO: APLICAÇÃO NO PASSINHO DOS MALOKA

Estudos de Mídia e Práticas Sociais

Danilo Silva de Meireles

Daniel Rodrigo Meirinho de Souza

3) SALAAM ALEIKUM: ANÁLISE DA RECEPÇÃO DE MULHERES

MUÇULMANAS DE NATAL/RN SOBRE A SÉRIE MS. MARVEL

Estudos de Mídia e Práticas Sociais

Luciano Vagno da Silva

Valquíria Aparecida Passos Kneipp

4) ETNOMÍDIA E RESISTÊNCIA INDÍGENA: A PRODUÇÃO DE MÍDIAS

DECOLONIAIS E SEUS DESAFIOS

Estudos de Mídia e Práticas Sociais

Pietra Silva Queiroz

Daniel Rodrigo Meirinho de Souza

5) REPRESENTAÇÃO DO TRANSTORNO DO ESPECTRO AUTISTA (TEA)

NA MÍDIA CONTEMPORÂNEA: A SÉRIE UMA ADVOGADA

EXTRAORDINÁRIA (2022)

Estudos de Mídia e Produção de Sentido

João Pedro Caldas LEITE

Lívia Cirne de Azevedo Pereira

PARTE 4

Influência Digital e Plataformização_127

- 1) PLATAFORMIZAÇÃO DO TRABALHO: AS RECONFIGURAÇÕES E INCORPORAÇÕES DAS NORMAS ALGORÍTMICAS POR INFLUENCIADORES BRASILEIROS NO INSTAGRAM E TIKTOK
Estudos de Mídia e Práticas Sociais
Maria Larissa Dennyfher de Moura
Janaíne Sibelle Freires Aires
- 2) #BOOKTOKNORDESTE: UMA ANÁLISE DA PROMOÇÃO DE LIVROS E AUTORES NORDESTINOS NO TIKTOK
Estudos de Mídia e Práticas Sociais
Toni Lucas Bento Carneiro
Daniel Rodrigo Meirinho de Souza
- 3) PRIMEIRAS-DAMAS COMO INFLUENCIADORAS DIGITAIS: UMA ANÁLISE COMPARATIVA DE JANJA SILVA E MICHELLE BOLSONARO NO INSTAGRAM
Estudos de Mídia e Práticas Sociais
Thâmara Roque dos Santos Sousa
Janaíne Sibelle Freires Aires
- 4) LANÇANDO UM OLHAR SOBRE INTERAÇÕES DE PERFIS ANÔNIMOS NA REDE X
Estudos de Mídia e Práticas Sociais
Siméia Rêgo de Oliveira
Valquíria Aparecida Passos Kneipp
- 5) O INTERESSE PÚBLICO PELAS VIAS DA TIKTOKIZAÇÃO: UMA ANÁLISE DO PERFIL @PREFEITURADEMOSSORO NO INSTAGRAM
Estudos de Mídia e Produção de Sentido
Anadelly Fernandes Pereira Alves
Luciana Miranda Costa
- 6) O PODCAST TRANSMÍDIA NO ECOSISTEMA MIDIÁTICO EM CONTEXTO DE PLATAFORMIZAÇÃO
Estudos de Mídia e Práticas Sociais
Lorennna Aracelly Cabral de Oliveira
Valquíria Aparecida Passos Kneipp
- 7) MÉDICOS INFLUENCERS: MAPEAMENTO DE LACUNAS LEGAIS E CONTROVÉRSIAS PRÁTICAS
Estudos de Mídia e Práticas Sociais
Beatriz Monteiro Beltrão
Breno da Silva Carvalho

PARTE 5

Estética e Narrativas na Mídia_181

- 1) FILMES, AMORES E CATARSES: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO SOBRE COMO CONSUMIR NARRATIVAS CINEMATOGRÁFICAS PROVOCA MUDANÇAS NAS PRÁTICAS SOCIAIS DE JOVENS ADULTOS

Estudos de Mídia e Práticas Sociais

Emanoel Flôres de Lima

Marcelo Bolshaw Gomes

- 2) DIÁSPORA EM CENA: REPRESENTAÇÕES CULTURAIS E EXPERIÊNCIAS DE IMIGRANTES IRLANDESES NOS FILMES “BROOKLIN” E “BELFAST”

Estudos de Mídia e Práticas Sociais

Ana Kamila Silva Azevedo

Alberto Efendy Maldonado Gómez de La Torre

- 3) ESTREIA DE “O EXORCISTA” (1975) EM NATAL (RN): UMA ANÁLISE DE CONTEÚDO DOS JORNais IMPRESSOS

Estudos de Mídia e Produção de Sentido

Lara Paiva de França

Daniel Dantas Lemos

- 4) A INEVITÁVEL PERDA: REPRESENTAÇÕES DE LUTO NOS FILMES DE HAYAO MIYAZAKI

Estudos de Mídia e Produção de Sentido

Livia de Souza Motta

Theresa Christina Barbosa de Medeiros

PARTE 6

Cinema, Representatividade e Lutas_210

1) CINEMA E DIÁSPORA: CINEASTAS LATINO-AMERICANOS NO REINO UNIDO EM PERSPECTIVA DECOLONIAL

Estudos de Mídia e Práticas Sociais

Emanoella Callou Belém

Daniel Rodrigo Meirinho de Souza

2) A REPRESENTAÇÃO DO NORDESTE EM BACURAU: UMA ANÁLISE DA “GEOGRAFIA DO CINEMA” COM FOCO NA DIREÇÃO DE FOTOGRAFIA

Estudos de Mídia e Produção de Sentido

Justino Batista Pereira Neto

Adriano Charles da Silva Cruz

3) PERCEPÇÕES E COMBATES AO ESTEREÓTIPO NORDESTINO NO FILME O HOMEM QUE VIROU SUCO

Estudos de Mídia e Práticas Sociais

Carlos Felipe de Oliveira Souza

Sebastião Guilherme Albano da Costa

1) CINEMA DE CABEDELO E SUA PAISAGEM: UMA ANÁLISE ESTILÍSTICA E QUALITATIVA

Estudos de Mídia e Práticas Sociais

Hélder Paulo Cordeiro da Nóbrega

Sebastião Guilherme Albano da Costa

PARTE 7

Mediações e Práticas Socioculturais_237

1) “PIRATARIA É DEMOCRACIA”: CONSUMO AUDIOVISUAL EM REDES SOCIAIS DIGITAIS E O DIREITO SIMBÓLICO À CULTURA SOB A ÓTICA DA PIRATARIA DIGITAL

Estudos de Mídia e Práticas Sociais

Leônidas Teixeira de Carvalho Neto

Alberto Efendi Maldonado Gómez de La Torre

2) PROCESSOS DE MEDIAÇÕES E MIDIATIZAÇÃO DA CULTURA POPULAR: UMA INVESTIGAÇÃO DOS PERFIS @FEIRACENTRALCAMPINAGRANDE E @FEIRADECARUARU

Estudos de Mídia e Práticas Sociais

Emaela Cícera Silva Freire Batista

Itamar de Moraes Nobre

3) EVOLUÇÃO DE INTERFACES: A APROPRIAÇÃO DO CONTEÚDO MIDIÁTICO À ARQUITETURA DE INFORMAÇÃO DE PORTAIS DE NOTÍCIAS

Estudos de Mídia e Práticas Sociais

Davi Jose di Giacomo Koshiyama

Juciano de Sousa Lacerda

4)ATO DE GOVERNO OU PROPAGANDA ELEITORAL? ANÁLISE DE DECLARAÇÕES DE JAIR MESSIAS BOLSONARO, NA TV BRASIL, SOBRE O SISTEMA ELETRÔNICO DE VOTAÇÃO

Estudos de Mídia e Práticas Sociais

Hanry Vieira

Marcelo Bolshaw Gomes

5)BRASIL NAS URNAS, PRESIDENCIÁVEIS NA BANCADA: ANÁLISE DAS ENTREVISTAS DO JORNAL NACIONAL COM OS CANDIDATOS À PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA ENTRE 2002 E 2022

Estudos de Mídia e Produção de Sentido

Lucas Rodrigues Félix

Luciana Miranda Costa

Interfaces entre a Educação e a Comunicação

- 1) O IMPACTO DO PLANEJAMENTO COMUNICACIONAL NO SISTEMA ENEM/SISU: ESTRATÉGIAS PARA AUMENTAR MATRÍCULAS EM INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR PÚBLICAS

Estudos de Mídia e Práticas Sociais
Priscila Nogueira Krüger Kramer
Juciano de Sousa Lacerda

- 2) INTERVENÇÕES EM PRODUÇÃO MIDIÁTICA NO CURSO DE EDUCOMUNICAÇÃO DA UFCG E SEU POTENCIAL PARA DIRECIONAR POLÍTICAS PÚBLICAS PARA EDUCAÇÃO DIGITAL

Estudos de Mídia e Práticas Sociais
Thalita Oliveira Gonçalves
Marcelo Bolshaw Gomes

- 3) COMPARTILHAMENTO EM VÍDEO NA COMUNICAÇÃO EM SAÚDE: UMA PROPOSTA DE REMEDIAÇÃO ENTRE PLATAFORMAS DE REDES SOCIAIS ONLINE E AMBIENTES VIRTUAIS DE APRENDIZAGEM

Estudos de Mídia e Práticas Sociais
Danielle Correia Neves Abreu
Juciano de Sousa Lacerda

- 4) BRAILLE PARA LER E ESCREVER O MUNDO: O DISCURSO DA MÍDIA PUBLICITÁRIA IMPRESSA NA PROMOÇÃO DA AUTONOMIA DA PESSOA COM DEFICIÊNCIA VISUAL

Estudos de Mídia e Produção de Sentido
Dilma Cléa Barbosa Gomes Silva
Josenildo Soares Bezerra

- 5) CONHECIMENTO LIVRE E ABERTO: UMA AVALIAÇÃO DE USABILIDADE DA PLATAFORMA AVASUS

Estudos de Mídia e Práticas Sociais
Isabel Jales Costa Souza
Juciano de Sousa Lacerda

- 6) ESTRATÉGIA BRASILEIRA DE EDUCAÇÃO MIDIÁTICA: UMA TENTATIVA DE AMPLIAR A RESILIÊNCIA À DESINFORMAÇÃO NO BRASIL

Estudos de Mídia e Práticas Sociais
Norton Rafael Neves de Amorim
Marcelo Bolshaw Gomes

- 7) FÉ E JORNALISMO: POR UMA CATEGORIZAÇÃO DO TELEJORNALISMO DE INSPIRAÇÃO CATÓLICA NO BRASIL

Estudos de Mídia e Produção de Sentido
Natália Xavier
Adriano Charles da Silva Cruz

- 8) O BEST-SELLING LITERÁRIO DE EDUARDO SPOHR EM CONTEXTO DE CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA: DA MESA DE RPG ÀS REDES SOCIAIS

Estudos de Mídia e Práticas Sociais
Dezwit Alves de Barros
Sebastião Guilherme Albano da Costa

PARTE 1

Vozes e Representações de Gênero

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



MULHERES TRAVESTIS NA POLÍTICA: ANÁLISE DOS ENQUADRAMENTOS DOS MANDATOS DE DUDA SALABERT E ERIKA HILTON NOS PORTAIS DE IMPRENSA BRASILEIROS

Danilo MONTEIRO

Doutorando no PPGEM - Estudos da Mídia e Produção de Sentido

e-mail: monteirodann@gmail.com

RESUMO

Apesar do cenário de alta polarização, as eleições de 2022 foram palco de um acontecimento inédito na política brasileira: cinco deputadas trans e travestis foram eleitas para cargos estaduais e federais. Considerando o campo político brasileiro e o complexo ecossistema midiático que envolvem essas eleições, defino como objeto o enquadramento noticioso dos mandatos das duas deputadas federais eleitas, Duda Salabert e Erika Hilton, em três portais de imprensa tradicionais - Folha de S. Paulo, Estadão e O Globo. Com isso, tenho como objetivo principal da pesquisa analisar os enquadramentos destes portais tradicionais nas matérias veiculadas sobre as candidatas supracitadas, a partir de uma ótica interseccional (Crenshaw, 1991; Nascimento, 2021). Para isso, proponho como método a análise de enquadramento multimodal (Wozniak et al, 2014; Rizzotto et al, 2017), que considera as imagens, a narrativa e o *framing* apresentado. Com relação aos resultados, pretendo apontar como os enquadramentos contribuem para uma representação midiática positiva ou negativa de mulheres travestis no campo político, e de que forma os marcadores sociais da diferença são discutidos. Desse modo, quero contribuir para o estudo da arte de um fenômeno recente no campo comunicacional, ao analisar as estratégias narrativas e discursivas da imprensa tradicional quando mulheres trans passam a ocupar espaços legitimados na esfera política.

PALAVRAS-CHAVE

Duda Salabert, Enquadramento, Erika Hilton, Imprensa Tradicional, Interseccionalidade.

INTRODUÇÃO

Desde 1989, as eleições presidenciais brasileiras são marcadas pela disputa entre candidatos de campos ideológicos opostos, pertencentes a partidos que se posicionam no espectro esquerda/direita. Isso contribui, portanto, para pleitos com uma crescente polarização, processo que se vê principalmente nas eleições de 2014 e atinge o ápice em 2018 (Tarouco, 2022, p. 141).

Ao analisarem eleições recentes, autores apontam uma crescente polarização afetiva, cuja ideologia se fundamenta principalmente na identidade e no pertencimento. Desse modo, a conexão entre os membros é emocional, se baseando em sentimentos de

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



identificação intragrupo e de aversão com o grupo adversário (Mason, 2018, pp. 868-869).

Além da polarização afetiva dos eleitores, nas eleições de 2018 e 2022, percebo que o próprio Jair Bolsonaro e seus correligionários também utilizaram a desinformação como principal estratégia, a partir de um contexto de crise na credibilidade da imprensa. Em 2022, Bolsonaro realizou sucessivos ataques à imprensa e aos órgãos oficiais, como o TSE (Baptista, 2022; Guimarães, 2023). Creio que esses fatores contribuíram para uma vitória expressiva do partido do então presidente, o Partido Liberal, que obteve a maior bancada da Câmara dos Deputados e do Senado no pleito de 2022 (BBC, 2022).

Todavia, a eleição que culminou com a vitória de Luiz Inácio Lula da Silva também gerou um acontecimento inédito na política brasileira, já que cinco deputadas trans e travestis foram eleitas: Erika Hilton (SP) e Duda Salabert (MG), em nível federal; e Linda Brasil (SE), Dani Balbi (RJ) e Carolina Iara (SP), para cargos estaduais (Abílio, 2022).

Considerando esse novo contexto de representação política e o complexo ecossistema midiático, esboço o seguinte problema de pesquisa: como a imprensa tradicional, especialmente os veículos Folha de S. Paulo, o Estadão e O Globo, constroem os enquadramentos dos mandatos dessas mulheres trans e travestis em seus portais?

Assim, considero três hipóteses:

1. Os enquadramentos construídos pela imprensa não serão negativos, em sua maioria, devido à posição social que as deputadas ocupam. Assim, a categoria classe atenuará o *framing* negativo de criminalização e marginalidade, costumeiramente associado às mulheres trans e travestis por parte da grande imprensa.
2. Os veículos de imprensa irão destacar o aspecto da transgeneridez das deputadas sempre que possível. Isso significa que as categorias gênero e sexualidade serão utilizadas para diferenciá-las de outros agentes.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



3. Por fim, os três portais irão privilegiar enquadramentos em torno dos embates entre as deputadas e outros atores políticos. Isso significa que a imprensa irá dar maior destaque às polêmicas.

A literatura acadêmica em torno de como os veículos midiáticos retratam a existência de mulheres trans e travestis ainda se concentra principalmente nos aspectos de violência de gênero e nas representações simbólicas. Por isso, ao focar na cobertura midiática dos mandatos de Duda Salabert e Erika Hilton, creio que a minha pesquisa contribui para a discussão em uma nova perspectiva de um fenômeno sociocultural inédito, pois tenho como objetivo analisar os processos midiáticos derivados desse acontecimento, especialmente no que tange às representações de minorias sociais, às estratégias narrativas e ao discurso jornalístico.

MÉTODO

Como método, proponho a análise de enquadramento multimodal (Wozniak et al, 2014; Rizzotto et al, 2017). Esta metodologia utiliza três elementos para interpretar os quadros noticiosos: análise imagética; análise narrativa e enquadramento midiático.

Análise das imagens

A análise imagética se concentra em estudar os elementos visuais presentes nas matérias nos aspectos descritivos e semiótico-estilístico (Rodriguez; Dimitrova, 2011 apud Rizzotto et al, 2017). A análise descritiva tem como objetivo identificar as pessoas representadas, as ações desempenhadas e o cenário. O aspecto semiótico-estilístico considera como as convenções de estilo – plano e ângulo, por exemplo – contribuem para a representação de significados sociais para os leitores.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Análise narrativa

O estudo da narrativa foca em dois aspectos: a atribuição de papéis narrativos, que parte do destaque dos personagens nas matérias; e o grau de narratividade das matérias, elementos recorrentes do gênero narrativo que podem emergir em matérias do gênero informativo, que se divide em quatro subcategorias:

- Dramatização: as notícias não são apresentadas no modelo da pirâmide invertida, adotando a sequência narrativa de uma história com início, meio e fim;
- Emoção: o conteúdo ressalta o estado emocional dos personagens, como raiva, frustração, euforia, e assim por diante;
- Personalização: a história tem como enfoque o personagem e suas ações;
- Ornamentação Estilística: o jornalista utiliza elementos literários e poéticos para narrar os acontecimentos jornalísticos.

Enquadramento midiático

Esta última categoria de análise considera a definição clássica de Entman (1993), se concentrando na definição particular do problema – a partir da ênfase e das fontes envolvidas no acontecimento -, na interpretação das causas deste problema, na avaliação moral realizada e na possível recomendação de tratamento.

No tocante ao corpus, quero tratar apenas das matérias do ambiente digital, o que facilita o desenvolvimento da tese, e também tenho como objetivo selecionar todos os conteúdos que coloquem as deputadas como personagens das matérias. Outro aspecto relevante é o período analisado: neste primeiro momento, fixei em pouco mais de dois anos de conteúdo, contados a partir da data da eleição, compreendendo as matérias produzidas de 2 de outubro de 2022 até 31 de outubro de 2024.

A partir deste corpus, proponho uma amostra que se concentra nos textos do gênero informativo, tendo em vista que os aspectos referentes à formalidade são cruciais

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



para as categorias de análise. Além disso, a amostra também reúne as notícias que contêm imagens, e que tragam Duda Salabert e Erika Hilton nas manchetes.

PRIMEIRAS DISCUSSÕES

Enquadramento

Os enquadramentos são produzidos por meio de “padrões sistemáticos de conhecimento, interpretação e apresentação, de seleção, ênfase e exclusão, pelos quais manipuladores de símbolos rotineiramente organizam discurso, seja verbal ou visual” (GITLIN, 2003, p. 7).

Ainda sobre o tema, Robert Entman (1993, p. 52, grifos do autor) destaca que:

Enquadrar é selecionar alguns aspectos da realidade percebida e ressaltá-los em um texto comunicativo, promovendo uma definição particular de um problema, uma interpretação causal, uma avaliação moral e/ou um tratamento recomendado para o item descrito.

Essa concepção considera os aspectos de seleção (escolha editorial do acontecimento) e saliência (parte de destaque no texto noticioso). Inclusive, a saliência deriva da relação entre texto e leitor, que nota e interpreta o problema, mas que também pode rejeitar o enquadramento. Por isso, não há apenas um efeito universal e atomizado, visto que a audiência possui elementos próprios de cognição (ENTMAN, 1993, p. 54).

A partir desta definição, diversos outros teóricos operacionalizaram o conceito de enquadramento em suas pesquisas, especialmente em estudos que analisam a relação entre mídia, política e sociedade (MENDONÇA; SIMÕES, 2012, p. 191). Para a tese, pretendo utilizar autores e autoras que realizem discussões neste âmbito.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Interseccionalidade

Kimberlé Crenshaw foi a primeira a nomear o termo interseccionalidade no célebre trabalho “Mapping the Margins: Intersectionality, Identity Politics, and Violence Against Women of Color”. Neste trabalho, ela salientou a importância de considerar a realidade das mulheres negras invisibilizada na atuação das feministas brancas e nas ações antirracistas propostas por homens negros (Crenshaw, 1991).

É importante destacar, entretanto, que Crenshaw apenas sistematizou um conceito já experenciado e compreendido por outras intelectuais, como Sojourner Truth, Sueli Carneiro e Audre Lorde. Em um primeiro momento, a noção de interseccionalidade chama a atenção para categorias como classe, gênero e raça, entendendo-as como indissociáveis e indivisíveis. O trecho a seguir da intelectual negra lésbica Audre Lorde reforça esse sentimento:

Dentro da comunidade lésbica eu sou Negra, e dentro da comunidade Negra eu sou lésbica. Qualquer ataque contra pessoas Negras é uma questão lésbica e gay porque eu e centenas de outras mulheres Negras somos partes da comunidade lésbica. Qualquer ataque contra lésbicas e gays é uma questão Negra, porque centenas de lésbicas e homens gays são Negros. Não há hierarquias de opressão (Lorde, 1983, p. 6).

Com o passar do tempo, foi-se entendendo que outras categorias, como religião, nacionalidade e deficiência, também precisavam ser inseridas no termo interseccionalidade, visto como um guarda-chuva. Afinal, esses demarcadores identitários também são alvo de violências em corpos subjugados pela sociedade cis/hetero/capitalista.

Aqui no Brasil, destaco os estudos de Letícia Nascimento, que ressalta a adoção de um transfeminismo inclusivo fundamentado em uma lógica decolonial. Como exemplo, a intelectual cita os obstáculos em nível acadêmico, sendo “importante reconhecer, valorizar e divulgar que nós, mulheres transexuais e travestis, somos produtoras de epistemologias” (Nascimento, 2021, p. 70).

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Com essa premissa, a autora destaca a importância do transfeminismo para o campo epistemológico dos feminismos, que vai de encontro com a visão bioessencialista que equipara gênero e sexo, salientando as lutas históricas do ativismo de mulheres trans e travestis, e ainda aponta o aspecto interseccional das opressões (Nascimento, 2021).

Partindo desse esboço inicial, tenho como meta me aprofundar nas epistemologias interseccionais produzidas por pessoas trans e travestis. Por fim, saliento que a teoria interseccional (Crenshaw, 1991; Nascimento, 2021) emerge na pesquisa de maneira transversal, a fim de problematizar toda a tese. Dessa forma, os três elementos principais de análise (imagem, narrativa e *framing*) são discutidos em uma perspectiva que considera a presença ou omissão dos marcadores sociais (sexo, raça, classe, sexualidade, etc.) na construção dos enquadramentos midiáticos.

CRONOGRAMA

A primeira etapa de pesquisa, que está em andamento, se refere à pesquisa e leitura dos textos que dialogam com os principais eixos teóricos da minha tese, no caso, enquadramento e interseccionalidade. Em seguida, pretendo fazer um levantamento do estado da arte dos textos que conectam esses dois eixos e produzir um artigo para publicação com os resultados obtidos.

Em seguida, pretendo começar a coleta dos textos jornalísticos para levantamento do corpus e da amostra da minha pesquisa. Considerando o período proposto, devo realizar esta coleta até janeiro de 2025, podendo expandir o prazo diante do número de notícias disponíveis.

As outras etapas se concentram na banca de qualificação. Para isso, quero concentrar agora na contextualização do objeto, analisando o ecossistema midiático das eleições de 2022. Paralelamente, almejo iniciar o estudo do corpus, a fim de (re)definir as categorias de análise e obter resultados preliminares.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



REFERÊNCIAS

ABÍLIO, F. Quem são as deputadas trans eleitas para a Câmara Federal e as Assembleias Legislativas em 2022. **Marie Claire**, 3 out. 2022. Disponível em: <<https://bit.ly/47p0xD3>>. Acesso em: 12 set. 2024.

BAPTISTA, R. Jornalistas denunciam aumento de ataques à imprensa durante governo Bolsonaro. **Agência Senado**, 15 jun. 2022. Disponível em: <<https://bit.ly/3XpGpvN>>. Acesso em: 11 set. 2024.

CRENSHAW, K. Mapping the Margins: Intersectionality, Identity Politics, and Violence against Women of Color. **Stanford Law Review**, v. 43, n. 6, p. 1241-1299, jul. 1991. Disponível em: <<https://bit.ly/3n5s8nK>>. Acesso em: 10 set. 2023.

ELEIÇÕES 2022: quantos deputados e senadores cada partido elegeu. **BBC**, 4 out. 2022. Disponível em: <<https://bit.ly/4gnKyJs>>. Acesso em: 12 set. 2024.

ENTMAN, R. Framing: toward clarification of a fractured paradigm. **Journal of Communication**, vol. 43, nº 4, p. 51-58, 1993. Disponível em: <<https://bit.ly/3BNAhRP>>. Acesso em: 28 ago. 2023.

GITLIN, T. **The whole world is watching**: mass media in the making & unmaking of the new left. Berkeley: University of California Press, 2003.

GUIMARÃES, P. Condenado no TSE, Bolsonaro fez um ataque ao sistema eleitoral a cada oito dias enquanto esteve no governo. **O Globo**, 1 jul. 2023. Disponível em: <<https://bit.ly/3ZoDgyY>>. Acesso em: 11 set. 2024.

LORDE, A. Textos escolhidos de Audre Lorde. **Difusão Herética**: edições lesbofeministas independentes. Disponível em: <<https://bit.ly/2WQc0LB>>. Acesso em: 30 mar. 2024.

NASCIMENTO, Letícia Carolina Pereira do. **Transfeminismo**. São Paulo: Jandaíra, 2021. 192 p.

MASON, L. Ideologies Without Issues: The Polarizing Consequences of Ideological Identities. **Public Opinion Quarterly**, v. 82, p. 866–887, 2018. Disponível em: <<https://bit.ly/38F7sun>>. Acesso em: 28 ago. 2024.

MENDONÇA, R. F.; SIMÕES, P. G. Enquadramento: diferentes operacionalizações analíticas de um conceito. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 27, n.79, p. 87-201, jun. 2012. Disponível em: <<https://bit.ly/3ttL54J>>. Acesso em: 18 set. 2023.

RIZZOTTO, C.; et al. Tudo normal: a despolitização no enquadramento multimodal da cobertura do impeachment de Dilma Rousseff. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, v. 39, n. 3, p. 111-130, set./dez. 2017. Disponível em: <<https://bit.ly/3jMMqju>>. Acesso em: 17 jul. 2024.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



TAROUCO, G. Esquerda, direita e eleições presidenciais no Brasil. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 36, n. 106, 2022. Disponível em: <<https://bit.ly/3ZqLSVL>>. Acesso em: 12 set. 2024.

WOZNIAK, A. et al. Frames, Stories, and Images: The Advantages of a Multimodal Approach in Comparative Media Content Research on Climate Change. **Environmental Communication**, dec. 2014. Disponível em: <<https://bit.ly/3zM62dt>>. Acesso em: 15 jul. 2024.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



LISA SIMPSON, TURANGA LEELA E PRINCESA BEAN: A DESCONSTRUÇÃO DO PERSONAGEM FEMININO IDEAL EM SITCOMS ANIMADOS

Laís Emanuelle Borba de BRITO

Doutoranda no PPGEM - Estudos da Mídia e Produção de Sentido

e-mail: laisemanuelle_2012@hotmail.com

Resumo

A seguinte pesquisa analisa a busca por desconstrução do personagem feminino ideal em três *sitcoms* animados "Os Simpsons" (1989), "Futurama" (1999) e "(Des)encanto" (2018), através das personagens Lisa Simpson, Turanga Leela e Princesa Bean. As seguintes personagens se destacam por desafiar normas de gênero dentro dos respectivos universos. A hipótese da pesquisa é que Lisa Simpson, Turanga Leela e Princesa Bean conseguem, até certo ponto, desconstruir estereótipos de gênero. No entanto, questiona-se se essas desconstruções são suficientes em uma sociedade ocidental e patriarcal. O objetivo geral é analisar como o gênero é performado em *sitcoms* animados. Partimos de uma abordagem qualitativa, com a modalidade bibliográfica e com a técnica da Análise Crítica da Narrativa (Motta, 2018), utilizada nesse recorte específico para a análise de *sitcoms* animados. Buscamos a partir da seguinte pesquisa levantar questões a respeito de representações femininas sendo performadas em produtos midiáticos e como tais personagens dependendo dos inúmeros recortes podem acabar validando e reforçando estereótipos e violências simbólicas de gênero.

Palavras-chave: Representação feminina; personagem feminino ideal; *sitcoms* animados; Estudos da Mídia.

INTRODUÇÃO

Lisa Simpson, Turanga Leela e Princesa Bean são personagens femininas de três *sitcoms* animados criados pelo cartunista Matt Groening: Os Simpsons (1989), Futurama (1999) e (Des)encanto (2018). As seguintes personagens se destacam por desafiar estereótipos de gênero reproduzidos em produtos midiáticos, nesse caso nosso foco recai sob os *sitcoms* animados.

Os Simpsons é uma paródia satírica do estilo de vida da classe média nos Estados Unidos, abordando temas cotidianos com humor. O *sitcom* se tornou um marco na televisão, influenciando outras tantas *sitcoms* que lhe sucederam. Em 1999, Groening lançou Futurama, que segue as aventuras de Philip J. Fry, um entregador de pizza que

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



despera mil anos no futuro após ser congelado criogenicamente. O *sitcom* combina ficção científica com comédia, explorando temas de tecnologia e sociedade em um futuro distópico.

Por fim, *(Des)encanto*, lançado em 2018, é a primeira produção de Groening para a Netflix. Situada em um reino medieval chamado Terra dos Sonhos, o *sitcom* acompanha Bean, uma princesa destemida, seu companheiro Elfo e seu demônio pessoal, Luci. Diferente das produções anteriores, *(Des)encanto* é centrado em uma protagonista feminina.

Apesar das diferenças de ambientação e época, os *sitcoms* compartilham aspectos significativos em relação à representação feminina. Lisa Simpson, Turanga Leela e Princesa Bean, embora de universos distintos, enfrentam desafios relacionados às expectativas de gênero em sociedades que refletem elementos da cultura ocidental e patriarcal.

Com base nisso, surge a hipótese de que essas personagens conseguem, até certo ponto, desconstruir modelos estereotipados do "ser mulher" na mídia. No entanto, é necessário analisar se essas representações realmente promovem o empoderamento feminino ou se ainda são influenciadas por discursos patriarcais que perpetuam estereótipos.

Diante disso, a pesquisa busca responder à questão: é possível desconstruir estereótipos de personagens femininos ideais em *sitcoms* animados, especialmente em uma sociedade ocidental e patriarcal? Para isso, propomos como objetivo geral analisar como o gênero é performado em *sitcoms* animados. Os objetivos específicos incluem: identificar como a perspectiva de personagem feminino ideal foi construída; analisar como as concepções de identidade e representação feminina validam ou não os estereótipos de gênero; avaliar se há uma busca por desconstruir esses estereótipos; e investigar se essas personagens representam uma nova categoria de personagem feminino ou se são "espelhos deformantes" dos modelos tradicionais. A pesquisa adota uma abordagem qualitativa, com uma análise bibliográfica e a técnica de Análise Crítica da Narrativa, conforme Motta (2018).

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



MÉTODO

Segundo Brett Mills (2009), a principal abordagem para analisar *sitcoms* é demonstrar que a natureza aparentemente “inofensiva” da comédia pode ser, na verdade, problemática e preocupante. O papel do pesquisador, portanto, é tornar explícito o que pode parecer trivial e de pouca consequência social. Para a análise dos *sitcoms* animados, utilizamos uma técnica originalmente desenvolvida para a análise de notícias, mas posteriormente aplicada à análise filmica, e, neste caso, a *sitcoms* animados. Motta (2013) define o ser humano como “Homo Narrans”, destacando nossa tendência natural de criar e consumir histórias. Ele propõe ferramentas para decodificar os elementos estruturais, temáticos e estilísticos que compõem as narrativas.

Os elementos essenciais da narrativa, segundo Motta (2013), são: 1º) Enredo: a sequência de eventos que compõem a história; 2º) Personagens: os indivíduos que protagonizam a narrativa e suas características; 3º) Tempo: a temporalidade em que a história se desenrola; 4º) Espaço: os locais onde a história se passa; 5º) Foco narrativo: a perspectiva do narrador na história; e 6º) Tema: as ideias centrais exploradas pela narrativa.

A análise crítica das narrativas de Lisa Simpson, Turanga Leela e Princesa Bean permitirá explorar a representação de personagens femininos em diferentes contextos ficcionais e desvendar as nuances de suas trajetórias. Focando em episódios, temporadas e obras específicas, a análise busca responder perguntas como: Como as personagens evoluem ao longo da narrativa? Qual o papel delas na trama e como contribuem para o desenvolvimento da história? De que forma desafiam ou reforçam estereótipos de gênero? Suas trajetórias rompem com padrões tradicionais de feminilidade?

Na coleta de dados, realizamos um levantamento sistemático das personagens e suas histórias, considerando discursos, ações, contextos e relações com outros personagens. Concluímos o levantamento do universo de Os Simpsons, onde identificamos 249 personagens femininos e 606 masculinos, aplicando variantes como aparição única, relacionada a homens ou mulheres, paródia, falecidos e aparição contínua. Selecioneamos 168 episódios em que Lisa é a protagonista ou divide o protagonismo; 107

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



desses episódios têm Lisa como protagonista exclusiva, e 61 apresentam protagonismo compartilhado. Também fizemos uma análise por temporada da quantidade de episódios com protagonismo feminino. Estamos realizando a análise do universo de Futurama e posteriormente de Des(encanto).

PRIMEIRAS DISCUSSÕES

Erving Goffman (1985) descreve a sociedade como uma peça teatral, onde os indivíduos desempenham papéis sociais. Para o autor a "representação" é definida como qualquer ação realizada por uma pessoa para influenciar um grupo de observadores. Nesse contexto, os indivíduos apresentam uma "fachada pessoal", composta por elementos como roupas, idade, etnia, gestos e aparência, que podem ser intencionais ou inconscientes. Essa fachada revela status social e interações, e espera-se que seja compatível com o ambiente e as expectativas da sociedade. Além disso, os indivíduos tendem a adotarem as fachadas pré-existentes e as reforçam, acreditando que essa é a única verdadeira. No entanto, podem questionar suas fachadas e o ambiente ao qual pertencem.

Em contrapartida, Henrietta Moore (2000) analisa como as pessoas vivem em estruturas de poder, onde tanto resistência quanto obediência são formas de agência. Enfatiza que fatores como desejo, fantasia, medo, além de gênero e raça moldam as experiências humanas e influenciam a forma como as pessoas reagem ao poder. Moore argumenta que não há uma única feminilidade ou masculinidade, mas sim uma pluralidade de possibilidades moldadas por discursos de gênero. Por sua vez, Wendy Holloway (1984) sugere que as pessoas investem emocionalmente em suas identidades de gênero, e que a perda de uma posição de sujeito pode gerar crises de identidade.

Indo de encontro à incorporação de fachadas e de identidades múltiplas, Gilles Brougère (2010) contribui com os conceitos de "espelho de espelho" e "espelho deformante". No primeiro, ele explica que as crianças, ao brincar com bonecas, refletem o que observam no mundo real, mas de forma subjetiva, criando uma interpretação

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



pessoal da realidade. No segundo, ele afirma que as crianças distorcem essa realidade durante a brincadeira, recriando-a de forma criativa e simbólica.

Ao aplicar essa teoria às personagens Lisa Simpson, Turanga Leela e Princesa Bean, é possível perceber que elas funcionam como "espelhos de espelhos". Assim como as crianças recriam a realidade em suas brincadeiras, os espectadores veem essas personagens como representações do feminino, carregadas de estereótipos. Quando essas personagens desafiam as expectativas de aparência e comportamento, elas se tornam "espelhos deformantes", tentando desconstruir os papéis tradicionais de gênero. Contudo, essa desconstrução é limitada, pois as fachadas e representações de Lisa, Leela e Bean ainda estão enraizadas em uma sociedade patriarcal, moldada pela visão de seu criador, Matt Groening.

Embora essas personagens apresentem características que subvertem as normas sociais e desafiam convenções, elas também reforçam certos estereótipos. Lisa Simpson, por exemplo, é uma criança prodígio que questiona a sociedade ao seu redor, mas sua inteligência é frequentemente contrastada com sua posição dentro de uma família tradicional. Turanga Leela, uma mulher forte e independente, ainda é enquadrada em padrões de beleza e relacionamentos românticos, enquanto Princesa Bean, com sua natureza rebelde, vive em um ambiente onde as normas patriarcais predominam.

Apesar de suas tentativas de desafiar as expectativas impostas às mulheres, essas personagens ainda operam dentro de uma lógica patriarcal e ocidental, o que limita a verdadeira subversão de seus papéis. A "fachada" que elas exibem é, em muitos aspectos, uma representação de como a sociedade espera que as mulheres se comportem, mesmo quando há uma aparente ruptura com essas normas. Portanto, essas personagens exemplificam a complexidade das representações femininas na mídia, refletindo tanto os avanços quanto as limitações na desconstrução de estereótipos de gênero.

CRONOGRAMA

Para esta pesquisa, durante 2023 e a continuidade em 2024, participei de aulas, congressos e eventos. Nesse período, realizei a revisão do problema de pesquisa, a

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



construção de dados, o levantamento bibliográfico, a fundamentação teórica e a definição das categorias de análise. Em 2024, iniciei a redação da tese com as primeiras análises. De novembro de 2024 a abril de 2025, estarei na Universidade de Algarve, por meio do programa de Doutorado Sanduíche, dando continuidade à pesquisa. Em 2025 e 2026, pretendo finalizar as categorias de análise, realizar a análise completa, redigir a tese, qualificar em 2025 e, em 2026, corrigir e entregar a tese final.

REFERÊNCIAS

- BROUGÈRE, Guilles. **Brinquedo e Cultura**. 2.2d. São Paulo: Cortez, 1997.
- GOFFMAN, Erving. **A Representação do Eu na vida cotidiana**. Petrópolis, Vozes, 1985.
- HOLLOWAY, Wedny. **Gender difference and the production of subjectivity**. In: HENRIQUES, Julian, HALLOWAY, Wendy; URWIN, Cathy; VENN, Conze and WALKERDINE, Valerie. (eds) *Changing the Subject: Psychology, Social Regulation and Subjectivity*. London, Methuen, 1984.
- MILLS, B. **The Sitcom**. Edinburgh University Press; 2009. (Formato Kindle)
- MOORE, Henrietta L. Fantasias de poder e fantasias de identidade: gênero, raça e violência. **Cadernos Pagu, Corporificando gênero**, v.14, p. 13-44, 2000. Disponível em: <[https://ieg.ufsc.br/storage/articles/October2020//Pagu/2000\(14\)/Moore.pdf](https://ieg.ufsc.br/storage/articles/October2020//Pagu/2000(14)/Moore.pdf)>. Acesso em 19/9/2024.
- MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise crítica da narrativa**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2013.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Qual mulher importa? Análise dos critérios de noticiabilidade da TV Cabo Branco na repercussão dos casos de feminicídio

Ana Daniella FECHINE

Doutorando no PPGEM - Estudos da Mídia e Produção de Sentido
e-mail: danifechine@gmail.com

Resumo

Este estudo analisa a cobertura de feminicídios pela TV Cabo Branco, afiliada da Globo em João Pessoa, nos anos de 2022, 2023 e 2024. A pesquisa visa compreender como a mídia regional aborda casos de violência de gênero, considerando a frequência e a profundidade da cobertura para cada caso. A metodologia envolve a coleta de dados numéricos sobre feminicídios e a análise das reportagens veiculadas pela emissora, utilizando a Análise de Materialidade Audiovisual (AMA) proposta por Iluska Coutinho. Este método examina o conteúdo jornalístico considerando texto, som, imagem, tempo e edição, e é dividido em três etapas: entender a apresentação do material, localizar e organizar os dados e aplicar a ficha de leitura para análise detalhada. Os principais resultados esperados incluem identificar os critérios que levam à continuidade ou à limitação da cobertura de casos específicos e como o contexto político influencia a noticiabilidade desses crimes. O estudo pretende revelar que, ainda que haja uma comoção social geral diante de casos de feminicídios, alguns repercutem mais, jornalisticamente, do que outros. A pesquisa sugere um potencial impacto positivo, na intenção de debater possíveis limitações ou resistências encontradas pela emissora na cobertura dos casos. A análise teórica inclui conceitos de agenda-setting, os critérios de noticiabilidade já existentes (Bonner, 2009) e a discussão sobre eles proposta por Traquina (2000) e questões de gênero, permitindo uma compreensão mais ampla do impacto da mídia na percepção e no debate sobre a violência de gênero.

Palavras-chave

Feminicídio, TV Cabo Branco, critérios de noticiabilidade, patriarcado, interseccionalidade.

INTRODUÇÃO

Todos os anos, a Paraíba vê estampado nos telejornais uma média de 30 feminicídios. Diante do total de Crimes Violentos Letais Intencionais (CVLI), esse número parece pequeno. No entanto, são 30 mulheres assassinadas por motivações intimamente ligadas à questão de gênero. Foram mortas por alguém muito próximo a elas, com quem mantinham ou mantiveram algum tipo de relacionamento. Faz parte do agendamento midiático propor temas que são importantes para o debate social. No entanto, esses temas são selecionados e hierarquizados levando em consideração outros assuntos que também estão na ordem do dia, bem como o interesse público. A TV Cabo

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Branco, afiliada Globo em João Pessoa, noticia, dos quais tem conhecimento, quase todos os casos de feminicídios da Paraíba. As notícias são reportadas em formatos diferentes, como um VT completo ou uma entrada ao vivo no telejornal. Em 2024, por exemplo, dos 13 feminicídios que ocorreram de janeiro a julho, a TV Cabo Branco noticiou 11. Mas nem todos foram repercutidos após a primeira notícia, isto é, apenas alguns casos passaram a ser acompanhados dentro da rotina jornalística e foram veiculados mais de uma vez, com novas informações. Portanto, a pesquisa pretende responder o seguinte problema: o que leva a TV Cabo Branco a dar sequência e repercutir um caso de feminicídio? Por que um caso de feminicídio recebe desdobramentos e acompanhamento diário da produção, e outro recebe apenas uma única abordagem? O objeto de pesquisa são as reportagens veiculadas nos telejornais da TV Cabo Branco nos anos de 2022, 2023 e 2024, inserindo na análise também o contexto político dos anos em questão. Partimos, portanto, de duas hipóteses:

- 1) A TV Cabo Branco noticia em pelo menos um dos seus telejornais cerca de 85% dos casos de feminicídio que acontecem na Paraíba e que são registrados pela Secretaria de Estado Segurança e Defesa Social. Portanto, para a emissora, noticiar um caso de feminicídio é, sim, importante.
- 2) Apenas alguns casos de feminicídio recebem desdobramentos após a primeira notícia.

O estudo lança luz sobre como os casos de violência contra a mulher são tratados pelos veículos de comunicação locais, como a TV Cabo Branco. Analisar o critério de noticiabilidade e hierarquização dos casos de feminicídio noticiados permite entender como a mídia regional influencia a percepção pública sobre o problema e molda o discurso público. Além disso, o panorama completo dos crimes que aconteceram na Paraíba entre 2022 e 2024 fornecido pela pesquisa pode servir de subsídio para políticas públicas de enfrentamento ao feminicídio e de proteção à mulher. Levando em consideração que será necessário situarmos os dados também em um contexto político, a pesquisa contribui para o debate nacional sobre a responsabilidade da mídia na cobertura de feminicídios. Ao investigar as razões pelas quais alguns casos recebem acompanhamento jornalístico enquanto outros são reportados apenas uma vez,

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



o estudo pode oferecer subsídios para discussões sobre a produção jornalística e o papel dos meios de comunicação na promoção da equidade de gênero. Além disso, a pesquisa pode servir como referência em termos de cobertura de crimes contra a mulher.

A pesquisa vai inserir, a partir da análise do objeto proposto, como as teorias de agenda-setting e critérios de noticiabilidade explicam as escolhas jornalísticas em questão. Para contextualizar a análise e colocar luz em uma discussão que vai além do telejornalismo, haverá o resgate das discussões de gênero, com foco na violência social, simbólica e física, exercida em várias medidas sobre as mulheres.

MÉTODO

A coleta de dados será realizada em duas etapas principais. Primeiro, é solicitado à Secretaria de Estado de Segurança e Defesa Social, via Lei de Acesso à Informação (LAI), os dados numéricos de feminicídios registrados por mês na Paraíba durante 2022, 2023 e 2024. Em seguida, será realizada uma busca nos registros online da TV Cabo Branco por meio da plataforma Globoplay para sistematizar o conteúdo veiculado pela emissora. Caso algum material não esteja disponível online, será solicitado ao Centro de Documentação e Pesquisa (Cedoc) da TV Cabo Branco.

Escolhemos a TV Cabo Branco como objeto de análise devido ao seu perfil editorial, que prioriza um jornalismo informativo e evita o sensacionalismo. Optar por outras emissoras da Paraíba, como TV Correio, TV Tambaú ou TV Manaíra, que costumam adotar um jornalismo sensacionalista, poderia enviesar a pesquisa, destacando a brutalidade do crime como principal critério de noticiabilidade e limitando a análise a outros aspectos. Ressalta-se que, apesar de ser colaboradora da TV Cabo Branco, o vínculo não influenciou nossa escolha.

A pesquisa tem como foco os anos de 2022, 2023 e 2024 para contextualizar os dados dentro do cenário político do país. O ano de 2022 se justifica por ser o último ano do governo de Jair Bolsonaro, marcado por uma gestão conservadora. Em 2023, o Brasil iniciou o terceiro mandato de Luiz Inácio Lula da Silva, ainda em transição para políticas públicas mais progressistas. Em 2024, o governo Lula se apresenta de forma mais consolidada em suas propostas políticas.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



A principal metodologia para análise será a Análise de Materialidade Audiovisual (AMA), proposta por Iluska Coutinho. Este método considera a complexidade do audiovisual, que inclui texto, som, imagem, tempo e edição, sem decompor o conteúdo de maneira que desfigure a produção jornalística (Coutinho, 2022). A AMA é dividida em três etapas:

1. Primeiro ato: Compreender as promessas do produto jornalístico e como ele se apresenta ao público. O objetivo é situar o pesquisador em relação ao objeto.
2. Segundo ato: Localizar e organizar todo o material a ser analisado, elaborar uma ficha de leitura para investigar o problema e responder às questões do estudo, baseando-se no referencial teórico.
3. Terceiro ato: Aplicar a ficha de leitura a todo o corpus da pesquisa, como uma espécie de entrevista ao objeto. As respostas obtidas fornecerão a base para a interpretação dos dados e análise final.

A ficha de leitura será subdividida em três eixos, com questionamentos específicos para cada um:

Eixo 1: Características do crime e do suspeito (detalhes do caso, arma utilizada no crime, grau de parentesco do suspeito com a vítima, idade do suspeito, motivação do crime e desfecho do caso)

Eixo 2: Características e informações do produto jornalístico (telejornais em que o caso foi noticiado e formatos das notícias)

Eixo 3: Características da vítima (características raciais, sociais e pessoais da vítima, como a idade, a partir do que é pronunciado nas notícias, histórico familiar, etc)

Utilizando a Análise de Materialidade Audiovisual, busca-se não só identificar o conteúdo veiculado, mas também entender as formas de enunciação que estruturam o discurso jornalístico. Esse processo permite uma avaliação detalhada de como a mídia retrata a violência de gênero na Paraíba e pode revelar os critérios que orientam a noticiabilidade e suas implicações no debate público.

PRIMEIRAS DISCUSSÕES

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



O estudo da violência de gênero e do telejornalismo é uma área multidisciplinar que combina teorias da comunicação, mídia, gênero e discussões sociais e culturais. Nesta pesquisa, o objetivo principal é analisar como o telejornalismo constrói suas narrativas sobre feminicídio, impactando na formação de opiniões sobre o tema, podendo moldar a percepção pública sobre a questão.

Para isso, utilizamos a teoria da agenda-setting desenvolvida por Maxwell McCombs e Donald Shaw na década de 1970. Essa teoria, adaptada para o contexto brasileiro por Traquina (2000) e Wolf (1999), ajuda a entender que os meios de comunicação, como a TV Cabo Branco, influenciam a agenda dos assuntos debatidos, estabelecendo quais temas são considerados importantes para a construção de uma narrativa. A prática jornalística, portanto, gira em torno, principalmente, sobre como a mídia faz os telespectadores pensarem sobre aquilo que eles já pensam, indicando um caminho a seguir. O processo de seleção de notícias, por sua vez, é influenciado por diversos critérios de noticiabilidade (Traquina, 2000), que refletem pressões comerciais e o desejo de maximizar a audiência. Abrangência, gravidade das implicações, caráter histórico, o peso do contexto e a importância do todo são alguns critérios indicados por Bonner (2009) como importantes para os telejornais da Rede Globo. Alguns outros critérios secundários, como o tempo e a complexidade do caso, também são levados em consideração. Esses critérios são afetados por fatores sociais, políticos e econômicos, bem como pelas práticas internas das redações jornalísticas.

A base social e cultural que subordina as mulheres é profundamente enraizada em conceitos como patriarcado, machismo e sexismo. O machismo é um fenômeno cultural que exalta características masculinas e promove a crença na superioridade dos homens. Essa ideologia é sustentada pela violência, a ideia de que as mulheres são propriedade dos homens e a ênfase na virilidade e na heterossexualidade como normas aceitáveis. Lerner (2019) define o machismo como uma ideologia de supremacia masculina que se reforça mutuamente com o patriarcado. Segundo Lerner, o patriarcado persiste em famílias e sociedades onde a igualdade de gênero é promovida, enquanto o machismo como ideologia perpetua as relações patriarcais.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



O sexismo, por sua vez, refere-se a práticas e atitudes que diferenciam o tratamento das pessoas com base em seu sexo biológico. A sociedade impõe comportamentos específicos para homens e mulheres, levando a uma opressão sistemática que o feminismo busca combater (Hooks, 2019). A partir da distribuição desses papéis, Foucault (1987) aciona o conceito de “corpos dóceis” para explicar como as mulheres vítimas de violência doméstica e feminicídio são moldadas por uma estrutura social e econômica que as submete a técnicas de dominação, resultando em corpos obedientes e previsíveis que são continuamente monitorados e autorregulados.

A violência de gênero muitas vezes é "justificada" pelos próprios agressores. Para entender essa dinâmica, recorremos a autores como Butler (2009), que discute a influência política dos discursos e dos meios de comunicação na valorização de certas vidas sobre outras. Bourdieu também contribui para a discussão ao abordar as construções sociais do corpo e da sexualidade, destacando como o masculino é frequentemente visto como o padrão de poder e controle. Os estudos de Beauvoir (1949) são relevantes ao descrever a mulher como “o Outro” em relação ao homem, que é visto como o padrão universal da humanidade. Beauvoir argumenta que a humanidade é definida como masculina e que o homem define a mulher em relação a ele mesmo, negando-lhe autonomia.

Essas teorias e conceitos são fundamentais para entender como o feminicídio é tratado na mídia e por que diferentes crimes são abordados de maneira distinta no jornalismo. A abordagem interseccional, que considera raça, classe e gênero, como discutido por Davis (2016), também é crucial para analisar a opressão das mulheres e como esses fatores influenciam a cobertura jornalística. Ao integrar essas perspectivas teóricas, conseguimos contextualizar o feminicídio como uma forma extrema de violência de gênero e compreender o impacto dos critérios de noticiabilidade na percepção pública desses crimes.

CRONOGRAMA

Até o momento, já foram coletados os dados estatísticos da quantidade de feminicídios registrados na Paraíba nos anos de 2022, 2023 e 2024. Também tem sido

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



realizado o acompanhamento diário dos casos noticiados pela TV Cabo Branco em 2024. O próximo passo da pesquisa é iniciar a coleta de dados dos anos anteriores, no que diz respeito às notícias veiculadas, quantificá-las e classificá-las, para, em seguida, aplicar a ficha de leitura.

Em seguida, é preciso fazer um estudo da situação política do país em cada ano proposto, para que, no momento da análise, essas questões possam ser resgatadas.

Concomitantemente a todas as etapas, serão realizadas as leituras necessárias que cumpram com o referencial teórico e com as necessidades de análise da pesquisa.

REFERÊNCIAS

- BEAUVOIR, Simone (1949/1975). **O Segundo Sexo:** os factos e os mitos (vol. 1). Venda Nova: Bertrand, p. 13.
- BONNER, William. **Jornal Nacional:** modo de fazer. São Paulo: Globo, 2009.
- BUTLER, Judith. **Quadros de guerra:** quando a vida é passível de luto? Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2009.
- COUTINHO, Iluska. Análise da materialidade audiovisual (AMA): um relato sobre experiências de um método em fluxo para compreender o jornalismo em telas. **21º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo.** Teresina, 2022. Disponível em: <https://repositorio.abejor.org.br/wp-content/uploads/2023/10/Analise-da-materialidade.pdf>. Acesso em: 09 de set. 2024.
- DAVIS, Angela. **Mulheres, raça e classe.** Candiani, Heci Regina. São Paulo: Boitempo, 2016. 244p
- FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir:** nascimento da prisão; tradução de Raquel Ramalhete. Petrópolis, Vozes, 1987.
- HOOKS, Bell. **Teoria feminista:** da margem ao centro. São Paulo: Perspectiva, 2019.
- TRAQUINA, Nelson. **O poder do jornalismo:** análise e textos da teoria do agendamento. Coimbra: Minerva, 2000.
- LERNER, G. **A criação do patriarcado:** história de opressão das mulheres pelos homens. São Paulo: Cultrix, 2019.
- WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação.** 5. ed. Lisboa: Presença, 1999.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



UMA ANÁLISE DO CORPO FEMININO E A PRÁTICA DO *GLOW UP CHALLENGE* NAS REDES SOCIAIS INSTAGRAM E TIKTOK

Rossana Iândja de Oliveira SILVA

Mestranda no PPGEM - Estudos da Mídia e Produção de Sentido
e-mail: [rossiandja@gmail.com]

Resumo

A prática de compartilhar imagens que mostram transformações estéticas é amplamente disseminada na mídia tradicional, como nas revistas e televisão. Se intensificando nas redes sociais. Historicamente, o corpo feminino é frequentemente retratado como um objeto a enquadrar-se em um ideal estético de beleza. Um fenômeno notável é o “*glow up challenge*”, que ganhou popularidade principalmente no TikTok e Instagram, onde as mulheres mostram uma transformação significativa em sua aparência. Esse movimento está associado à valorização da imagem e dos padrões de beleza socialmente estabelecidos. Com isso, o presente trabalho visa analisar como o corpo feminino é representado no *glow up challenge* a partir da análise de conteúdo de vídeos na #*glowupchallenge* no TikTok e perfis públicos que utilizam o termo “*glowupchallenge*” do Instagram. Através da análise de conteúdo aliada à semiótica da cultura e pesquisa bibliográfica, espera-se que os resultados ofereçam uma visão aprofundada sobre como o “*glow up challenge*” reflete e reforça padrões de beleza contribuindo para a compreensão da influência das redes sociais na percepção do corpo feminino.

Palavras-chave

Glow up challenge, Padrão de beleza, Redes Sociais, Corpo feminino

INTRODUÇÃO

Considerada como integrante da mídia, atualmente as redes sociais fazem parte de uma realidade onde se absorve, compartilha e integra diversos tipos de conteúdo, sobretudo fotos, vídeos e textos que podem influenciar mentalmente uma pessoa. Fazendo parte das redes sociais mais utilizadas do Brasil, o TikTok e Instagram se mostram como plataformas de fotos e vídeos que são facilmente popularizados.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



De acordo com o Relatório Global de Visão Geral Digital 2024¹, o Instagram e o TikTok estiveram presentes na lista das cinco redes sociais mais utilizadas no Brasil no ano de 2023. O TikTok e o Instagram são duas plataformas populares com perspectivas parecidas, o primeiro chegou ao Brasil no ano de 2018 e se tornou conhecido por seus vídeos curtos podendo ter até dez minutos de duração. Enquanto o Instagram é uma rede social mais visual, que valoriza o compartilhamento de fotos e vídeos na página inicial da plataforma.

A escolha dessas plataformas se deu inicialmente por uma inquietação pessoal, na perspectiva crítica de que ambas as redes sociais reforçam padrões de beleza através de seus conteúdos propagados nos perfis. O *glow up* é uma prática bastante presente nas redes sociais a partir de 2020, que consiste em exibir, por meio de vídeos ou fotos, um melhoramento da aparência e estilo de vida das pessoas. O *glow up challenge* faz parte dessa tendência, mas consiste em uma usuária que já atingiu, desafiar as outras a conseguirem o *glow up* também. Os conteúdos se baseiam em imagens que exibem os corpos antes e depois de alguma modificação estética, seja ela cirúrgica ou não.

A principal característica que chamou atenção é que, dentro das redes do Instagram e TikTok, o movimento é quase totalmente voltado para as mulheres e seus corpos. Historicamente o corpo feminino é reificado, principalmente a partir da mídia. As redes sociais ajudam a construir a imagem do corpo feminino que seja ideal, podendo promover a disforia da aparência nas mulheres.

O objetivo desta pesquisa é analisar como funciona o *glow up challenge* nas duas plataformas e de que maneira o corpo feminino é divulgado no fenômeno do *glow up challenge*, se segue algum padrão estético específico e reforça estereótipos. Partimos da hipótese de que o corpo feminino divulgado nos conteúdos de "*glow up challenge*" no TikTok e Instagram segue predominantemente um padrão estético de beleza específico,

¹ Tiktok e Instagram ocupam lista das redes sociais mais utilizadas no Brasil, fonte:
<<https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>> Acesso em 13 de set. de 2024

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



que reforça ideais de padrão de beleza. Realizar esta análise de como o corpo feminino é representado nesses desafios é fundamental para entender o impacto da mídia e principalmente das redes sociais na construção de padrões estéticos de beleza feminina. Isso contribui para discussões mais amplas sobre corpo, identidade e os efeitos da mídia digital na vida social, especialmente das mulheres.

MÉTODO

Para a realização da pesquisa proposta, que tem como caráter analisar como o corpo feminino é divulgado e como a prática do *glow up challenge* acontece nas principais redes sociais, Instagram e TikTok. A pesquisa irá trabalhar com a semiótica da cultura, que possui interesse na produção de sentido, particularmente na interação entre corpo, imagem e mídia. Essa escolha se deu pensando na necessidade de descrever o fenômeno *glow up* e identificar como o corpo feminino é visto na sociedade e rede social.

Além disso, pretende-se utilizar o método de análise de conteúdo, entendido por Gil (2008) como sendo uma técnica que escolhe, explora e interpreta o material. Anseia- se coletar amostras de conteúdo no Instagram e TikTok, que estarão disponíveis ao buscar “#glowupchallenge” no TikTok e “glow up challenge” no Instagram, na barra de pesquisa das plataformas nos anos de 2024 e 2025.

No Tiktok, será analisado a partir da busca da hashtag #glowupchallenge, e a partir dos três principais conteúdos presentes nesta investigação, serão examinados a. o que é divulgado no conteúdo; b. se é um conteúdo que utiliza uma linguagem específica para influenciar as usuárias a realizarem o *glow up*; se o *glow up* proposto segue um padrão específico.

No Instagram, a pesquisa se dará por meio da busca pela palavra-chave *glow up challenge*, no perfil da rede social pessoal da autora, e ocorrerá a seleção dos três principais perfis presentes que tenham o conteúdo de desafio do *glow up*. A partir disso, serão examinados a. o que é divulgado no conteúdo; b. se é um conteúdo que

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



utiliza uma linguagem específica para influenciar as usuárias a realizarem o *glow up*; se o *glow up* proposto segue um padrão específico.

Espera-se por meio da análise de conteúdo, comparar as amostras com pesquisas bibliográficas envolvendo mídia, corpo e padrão de beleza. Pois, almeja-se realizar uma pesquisa bibliográfica de maneira que pontuem essas teorias. Para esse fim, obras de renome têm contribuído para o debate em volta dessas temáticas, como autores como Baitello Junior (2019), Sibilia (2007), Sant'anna (2014), Nóbrega (2010) e suas teorias devem ser pesquisadas, a fim de adquirir resultados que possam contribuir para o andamento da pesquisa.

PRIMEIRAS DISCUSSÕES

Para construir um estudo embasado, é necessário compreender as principais teorias e conceitos a respeito do assunto. Assim, faz-se necessário entender desde antes como se deu a construção da cultura de melhoramento de aparência pela mídia principalmente para o corpo feminino. Visando isso, cabe destacar trabalhos que constroem a narrativa sobre o que é beleza e a sua história no Brasil, como é o caso da autora Sant'anna (2014), em “A História da Beleza no Brasil” traz contribuições sobre como se construiu essa ideia de beleza no Brasil até os dias de hoje.

Baitello Júnior (2019) discute questões relacionadas à mídia e cultura, como o corpo e a construção das imagens, evidenciando a performance na sua obra “Existências Penduradas”. O autor também evidencia os impactos das imagens em sua obra “A Era da Iconografia” (2014). No que diz respeito a teorias sobre as redes sociais são muitas, pois o Instagram e TikTok são mídias que estão em constante transformação, desde a atualização de pequenas ferramentas até a criação de novas plataformas. Recuero (2009) é um exemplo disso. Para uma temática mais afunilada, Nóbrega (2010) tem discussões a respeito do espaço das redes sociais e a busca do sujeito por representações identitárias. Que é uma temática importante para compreender a identificação dos usuários nessas redes sociais. Camila Cintra, em sua obra “O Instagram está Padronizando os Rostos” traz contribuições valiosas a respeito da necessidade de se expor nas redes sociais e

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



compartilhar sua autoimagem, “E neste caso, a troca com o Outro pode ser medida: aprovações via curtidas, reações, comentários, são formas de validação emocional.” (CINTRA, 2020, p. 26).

O TikTok é uma rede social onde os indivíduos são ativos, e a plataforma satisfaz desejos pessoais dos usuários a partir dos seus conteúdos, o que gera interesse contínuo dos usuários em se manterem cada vez mais na plataforma. Isso pode explicar a potencialização dessa rede social e principalmente também o uso dela para criar conteúdo. De acordo com Bossen e Korrasz (2020, apud TRIGO, 2021) o consumo dos usuários é maioritariamente motivado por causas cognitivas (novidade, informação, atualizações) e afetivas (entretenimento e diversão). E no que diz respeito à produção de conteúdo, é revelado que as motivações são reconhecimento social, criação de identidade e desejo de fama (TRIGO, 2021, p. 9).

Entender como se dá a identificação dentro das mídias é um passo importante para analisar o conteúdo compartilhado nela. De acordo com Nóbrega (2010), as pessoas buscam encontrar e criar relacionamentos com outras por meio de publicações que possuem valor em comum. Pertencer a uma determinada comunidade virtual é compartilhar um mesmo território, os mesmos sentimentos e impressões, exibir-se da forma que se achar mais conveniente. (NÓBREGA, 2010, p. 97).

Para compreender ainda mais essa dinâmica da divulgação de imagens de seus corpos na mídia social, a pesquisadora Bettoli (2017) em seu trabalho “Do autorretrato à selfie: análise da imagem feminina no Instagram”, destaca que o compartilhamento de vídeos e fotos principalmente no Instagram é como uma espécie de reality- show, pois coloca usuários em posição de observação da vida alheia. A autora ainda explica que, é nas redes sociais que nasce uma nova forma de identificação através das imagens reproduzidas, e que essa mídia funciona como uma espécie de catálogo onde homens e mulheres publicam fragmentos de suas personalidades. Por fim, Sibilia (2007) traz contribuições importantes a respeito da necessidade de mudança de aparência. Para a

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



autora, a tendência desse tipo de transformação é como trocar o seu ‘eu’ desgastado por um novo mais valorizado socialmente.

CRONOGRAMA

Durante o primeiro semestre de 2024, a pesquisa focou em atividades preparatórias, como a pesquisa bibliográfica e a leitura de material teórico sobre redes sociais e sua influência. Foram explorados conceitos de estética, padrão de beleza e consumo. Essas atividades contribuíram para o início da escrita acadêmica, incluindo a elaboração do primeiro capítulo da dissertação.

Para dar continuidade à pesquisa, o segundo semestre de 2024 envolverá a produção da abordagem metodológica, o fichamento de textos e a coleta de dados. No primeiro semestre de 2025, a meta é a análise dos conteúdos e o planejamento da fundamentação teórica. Para o último semestre de 2025 e o início de 2026, planeja-se a escrita e revisão do texto, junto com a conclusão do material metodológico, revisão dos dados e a entrega do material final.

REFERÊNCIAS

BAITELLO JUNIOR, Norval. **Existências penduradas:** selfies, retratos e outros penduricalhos. Por uma ecologia das imagens. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2019.

_____ **A era da iconofagia:** Reflexões sobre imagens, comunicação, mídia e cultura. São Paulo: Paulus, 2014.

BETTIOL, Beatriz. **Do autorretrato à selfie:** análise da imagem feminina no Instagram. Luciano Mendes. 2017. 113. Dissertação (Mestrado) - Curso de comunicação organizacional, Universidade de Brasília, Brasília, 2017. Disponível em <<https://bdm.unb.br/handle/10483/19663>>. Acesso em: 29 Ago. De 2024.

CINTRA, CAMILA. **Instagram face:** um estudo sobre o rosto na era digital. 2020. Monografia. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2020.

TRIGO, Inês. **Dependência da Aplicação TikTok:** Motivações, personalidade, flow e sentimento de pertença na origem do vício. Lisboa: Lisbon School of Economic & Management, 2021.

GIL, Antônio. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4.ed. São Paulo: Atlas, 2002.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



NAOMI, Wolf. **O mito da beleza:** Como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. 11.ed. Rio de Janeiro: Rosa dos ventos, 2002.

NÓBREGA, Lívia. A construção de identidades nas redes sociais. **Fragments de cultura**, Goiânia, v.20, n.½, p.95-102, jan/fev. 2010. Disponível em <<https://seer.pucgoias.edu.br/index.php/fragmentos/article/view/1315/899>>. Acesso em: 20 de maio de 2024.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na Internet.** 2.ed. Porto Alegre: Sulina, 2009. (Coleção cibercultura).

SANT'ANNA, Denise. **História da beleza no Brasil.** 1.ed. São Paulo: Contexto, 2014.

SIBILIA, Paula. **O Show do Eu:** Subjetividade nos gêneros confessionais da Internet. 2007. Tese (Doutorado) - Comunicação e Cultura, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2007. Disponível em:< <http://objdig.ufrj.br/30/teses/686522.pdf>>. Acesso em: 20 de jun. de 2024.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



A construção da personagem trans nos quadrinhos de Laerte Coutinho

João Aureliano de Almeida MEDEIROS

Mestrando/Doutorando no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais/Produção de Sentido

e-mail: aureliano.medeiros.072@ufrn.edu.br

Resumo

As histórias em quadrinhos no Brasil se legitimaram como espaço para a abordagem de temas políticos importantes a serem pensados pela sociedade. Em 2008, a quadrinista Laerte Coutinho passou a desenhar seu personagem Hugo como Muriel, abrindo espaço para importantes discussões sobre transgêneridade, identidade e o lugar que as pessoas trans ocupam em nosso país. Com o suporte das teorias de quadrinhos levantadas por Thierry Groensteen (2015), esse trabalho propõe uma análise da imagem de tiras de humor criadas pela quadrinista Laerte Coutinho e publicadas em 2008 no caderno de informática da Folha de São Paulo, observando as ideias de diferença sexual propostas por Paul B. Preciado (2020), com o intuito de entender de que forma os quadrinhos expostos construíram a personagem trans no contexto de um meio de comunicação de massa.

Palavras-chave

Arte sequencial; Laerte Coutinho; Transgêneridade; Solidariedade iconográfica.

INTRODUÇÃO

Tiras de humor, durante sua existência de mais de cem anos, tem mantido uma participação ativa na imprensa tanto com temáticas banais, como com questões políticas, sociais ou filosóficas, mesmo que para fazer rir (NICOLAU, 2010).

E, assim como o artigo, a crônica, o editorial e a charge, com seu caráter opinativo, a tira de jornal apresenta ainda uma linguagem estética verbal e não verbal capaz de burlar censuras e servir de bandeiras ideológicas em momentos de crises sociais, como aconteceu em diversos países.” (NICOLAU, 2010, p. 1)

Embora tenhamos nomes como Maurício de Sousa, Henfil e Ziraldo desenvolvendo desenhos e tiras de humor a partir dos anos 1950, foi nos anos 1980 que um movimento iniciado por Laerte Coutinho, Angeli e Glauco revolucionou a mídia impressa brasileira, com seus quadrinhos diários cheios de irreverência.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Com uma produção que se inicia na ilustração sindical e na luta dos trabalhadores, passa pelos maiores veículos de mídia impressa e desemboca na criação de narrativas e reflexões memoráveis, Laerte Coutinho é a quadrinista que há mais tempo escreve e desenha tiras de humor para o jornalismo brasileiro. Com 72 anos de idade e mais de 50 anos de trabalho artístico, suas obras inspiraram e provocaram gerações de leitores brasileiros, inclusive os mais novos, que a conhecem por meio da sua participação nas mídias sociais, o que mostra que os temas abordados pela artista estão cada vez mais atuais.

No começo dos anos 2000, o tópico sobre pessoas transgênero começou a ser inserido sutilmente em sua produção, por meio do personagem Hugo, que protagonizava uma tira de humor no caderno de informática da Folha de São Paulo. Esse personagem, que inicialmente vestia roupas femininas apenas como um elemento cômico, passa a viver sua identidade como pessoa trans sob o nome de Muriel.

Durante participação no programa Roda Viva, em 2023, a artista foi questionada sobre a transformação de Hugo em Muriel e como isso contribuiu com sua própria experiência com o gênero. Laerte explicou que Muriel foi uma espécie de batedora sua. “Ela foi na frente. Ela foi sozinha na verdade, nessa tirinha em especial em que ela se traveste e vai à rua: “às vezes um homem tem que se montar”, é isso que ela fala” (COUTINHO, 2023).

“E a tira foi muito reveladora pra mim e para pessoas que me conheciam. Então eu entendi que eu tinha esse modo de me expressar e de também ser o modo como eu refleti sobre as minhas coisas. Não funciona sempre, mas no caso da Muriel, que era Hugo, funcionou, e pra mim foi muito útil. Foi uma personagem que eu mantive justamente porque me interessava o tipo de discussão que ela colocava”. (COUTINHO, 2023)

Desse modo, esse trabalho se propõe a pensar sobre a forma que Laerte Coutinho se valeu da linguagem dos quadrinhos para comunicar ideias sobre

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



transgeneridez por meio da personagem Muriel, veiculada no caderno de informática do jornal Folha de São Paulo durante as edições dos anos 2008 a 2014.

MÉTODO

As seis tiras a serem exploradas neste trabalho estão impressas no primeiro volume da revista Expressa, publicada em setembro de 2019, que conta com extensa entrevista com a quadrinista Laerte Coutinho e recapitulação de trabalhos marcantes. Os quadrinhos foram originalmente publicados no caderno de informática da Folha de São Paulo em 2008 e reproduzidos no blog “Muriel Total”.

Foram escolhidas essas tiras por representarem o momento em que o personagem Hugo passa a trajar roupas socialmente vistas como femininas, fazendo transparecer no personagem e na tira um processo transformador que já estava sendo vivido por sua autora.

A fim de analisar os quadrinhos propostos, utilizaremos os conceitos de “artrologia” e “espaçotopia” de Thierry Groensteen, que entendem que todos os elementos presentes em uma composição de quadrinhos, neste caso a tira, se relacionam entre si, construindo o sentido do todo. Desse modo, serão exploradas as relações de poder simbólico da diferença sexual presentes nas narrativas em questão, focando nos tensões e distensões do discurso.

O teórico francês Thierry Groensteen (2015) busca na análise filmica novos parâmetros para análise de quadrinistas. Por exemplo, a calha (ou sarjeta) entre quadros como espaço de tempo (elipse), o espaço diegético, onde a espacialidade do cotidiano fica em suspensão (dilatada). E também acrescenta nesta dilatação a imprecisão do espaço. Para isso vamos mostrar o quadro e requadro com descrição da função, ritmo, estrutura, expressão e indicação de leitura. Planificaremos o enquadramento com as descrições e cenas, de modo a conseguir uma análise mais apurada do objeto de estudo.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Além do material selecionado, também utilizaremos, em caráter de contextualização, histórias em quadrinhos publicadas anteriormente por Laerte Coutinho, entre as décadas de 1980 e 2010, bem como serão trazidos para contexto o documentário *Laerte-se* (Lygia Barbosa e Eliane Brum) de 2017, o curta *Vestido de Laerte* (Claudia Priscilla e Pedro Filipe Marques), entrevistas ao Roda Viva (2012 e 2023), entrevista à revista Bravo (2010) e entrevista à Piauí (2013).

Partiremos da ideia de constelações (SOUTO, 2020) enquanto relações observadas pelo pesquisador/leitor dentro da obra da autora e material jornalístico/documental/ficcional que conte com a sua presença, abrindo a história e corroborando o pressuposto de que o futuro ilumina o passado, auxiliando no desenvolvimento de novos sentidos para um material publicado anteriormente, frente ao que se descobre de novo, alimentando assim a ideia de circularidade na produção da autora.

PRIMEIRAS DISCUSSÕES

O corpo trans tem uma participação expressiva na mídia brasileira, como corpo sexualizado ou motivo de riso, que pode logo se tornar abjeção. Para Louro (2004), o corpo Queer é “um corpo estranho que incomoda, perturba, provoca e fascina”.

Sobre a construção da identidade de gênero nas pessoas trans, Bento (2012) destaca como “uma experiência identitária, caracterizada pelo conflito com as normas de gênero” (p. 18) e “um desdobramento inevitável de uma ordem de gênero que estabelece a inteligibilidade dos gêneros no corpo” (p. 19). O corpo trans se mostra como um território onde as normas masculinas ou femininas não são pré-determinadas, mas construídas, fugindo assim, de ser definido por sua genitália.

Pessoas trans passam por um processo constante de produção de si a partir de diálogos com as normas de gênero, rompendo assim com essas normas e reinventando modos de ser para além do feminino e masculino (NASCIMENTO, 2021, p. 89).

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Os corpos são referências que podem funcionar como âncora para nossas identidades, um ponto firme ao qual nos vinculamos e nos conectamos, um ponto de apoio. Por isso, compreender suas multiplicidades se faz tão importante, sob risco de continuar reiterando um jogo hierárquico que produz opressões diversas, processos de adoecimentos e mortes (NASCIMENTO, 2021, p. 89).

Essa consciência sobre a construção da própria identidade levando em conta os aspectos que estruturam a sociedade e suas normas, reforça o que fala o filósofo Pierre Bourdieu, quando explana que as categorias de percepção do mundo social são essencialmente produto das estruturas objetivas do espaço social (BOURDIEU, 1998, p. 141).

O filósofo Paul B. Preciado, homem trans não binário, coloca seu corpo num lugar de monstruosidade: “O monstro é aquele que vive em transição. Aquele cujo rosto, corpo e práticas não podem ainda ser considerados verdadeiros em um regime de saber e poder determinados” (PRECIADO, 2020, p. 36). Poder esse que se encaixa naquilo que Bourdieu descreve ao dizer que “o poder simbólico como poder de construir o dado pela enunciação, de fazer ver e fazer crer, de confirmar ou de transformar a visão de mundo e, deste modo, a ação sobre o mundo, portanto o mundo (...) só se exerce se for reconhecido, quer dizer, ignorado como arbitrário” (BOURDIEU, 1998, p. 14). Logo, o simples ato de existir publicamente como corpo trans, é uma forma de desafiar esse poder que não pode ser visto.

É necessário saber descobri-lo onde ele se deixa ver menos, onde ele é mais completamente ignorado, portanto, reconhecido: o poder simbólico é, com efeito, esse poder invisível o qual só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que o exercem (BOURDIEU, 1998, p. 7 e 8)

Perceber o sistema de diferença sexual (masculino/feminino) que a sociedade impõe à existência humana é não conseguir mais deixar de vê-lo, enquanto esse poder simbólico que rege boa parte de nossas relações sociais. Como aponta Preciado: “Fazer

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



uma transição é compreender que os códigos culturais da masculinidade e da feminilidade são anedóticos se comparados às infinitas modalidades da existência” (PRECIADO, 2020, p. 40).

O mitemismo é um mau conceito para pensar a transição de gênero, porque depende ainda da lógica binária. Ser isso ou aquilo, ser uma coisa ou imitar outra. Ser homem ou mulher. A pessoa trans não imita nada, assim como o crocodilo não imita o tronco da árvore, nem o camaleão as cores do mundo. Ser trans é deixar de ser um crocodilo e se conectar com seu futuro vegetal, compreender que o arco-íris pode se transformar em pele (PRECIADO, 2020, p. 40).

CRONOGRAMA

No decorrer do primeiro semestre de 2024, iniciou-se o processo de revisão bibliográfica sobre objeto de estudo, bem como sobre as teorias comunicacionais a serem aplicadas na pesquisa, em concomitante com o acompanhamento das disciplinas obrigatórias oferecidas pelo programa.

Uma vez que agora existe um entendimento sobre os autores a serem abordados e delimitação do recorte da pesquisa, inicia-se o processo da escrita do capítulo introdutório (de outubro a novembro), em paralelo com a aplicação da análise das tiras de humor de acordo com as noções de quadrinhos enquanto sistema, como abordado por Thierry Groensteen (novembro a dezembro). Os demais capítulos serão escritos nos três primeiros meses de 2025, de modo que haja tempo hábil para as revisões que se farão necessárias antes da qualificação.

REFERÊNCIAS

BACHELARD, G. O ar e os sonhos: ensaio sobre a imaginação do movimento. São Paulo: Martins Fontes, 1990.

BENTO, Berenice; PELÚCIO, Larissa. Despatologização do gênero: a politização das identidades abjetas. Revista Estudos Feministas, v. 20, p. 569-581, 2012.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



BOURDIEU, Pierre. *O Poder Simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998

BRANDÃO, Helena Hathsue. *Nagamine. Introdução à análise do discurso*. Campinas: Editora da Unicamp, 2004

CIRNE, Moacy. *Para ler os quadrinhos*. Rio de Janeiro: Vozes, 1975.

COUTINHO, Laerte. *Hugo para principiantes*. São Paulo: Devir, 2005.

COUTINHO, Laerte. [Entrevista concedida a] Armando Antenore. *Revista Bravo*, São Paulo, setembro, 2010. Disponível em: <https://www.armandoantenore.com.br/2010/09/01/laerte-tenho-vergonha-de-quase-tudo-que-desenhei/>. Acesso em: 03/07/2024.

COUTINHO, Laerte. [Entrevista concedida a] Mario Sergio Conti. *Roda Viva*, 20 de fevereiro, 2012. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=j5hXQDThUiA>. Acesso em: 03/07/2024.

COUTINHO, Laerte. [Entrevista concedida a] Ana Paula Simonaci e Sergio Cohn. *Revista Expressa*, São Paulo, n. 1, setembro, 2019.

COUTINHO, Laerte. [Entrevista concedida a] Bia Neves. *Queer IG*, 3 de setembro, 2021. Disponível em: <https://queer.ig.com.br/2021-09-03/laerte-coutinho-livro-cartunista-transgenero.html>. Acesso em: 03/07/2024.

COUTINHO, Laerte. [Entrevista concedida a] Roda Viva, São Paulo, março, 2023. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=eIIFuJ0ydnA>. Acesso em: 03/07/2024.

DENARDIN, Jaqueline Angelo. *O silenciamento do sujeito travesti na legislação*. *Revista Docência e Cibercultura*, v. 3, n. 1, p. 38-50, 2019.

EISNER, Will. *Narrativas gráficas*. São Paulo: Devir, 2005.

EISNER, Will. *Quadrinhos e arte sequencial: princípios e práticas do lendário cartunista*. São Paulo: Martins Fontes, 1989.

FLUSSER, Vilém. *Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia*. São Paulo, Annablume, 2011.

FLUSSER, Vilem. *O Mundo Codificado: por uma filosofia do design e da comunicação*. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

GROENSTEEN, Thierry. *O Sistema dos Quadrinhos*. São Paulo: Marsupial Editora, 2015.

LOURO, Guacira Lopes. *Um corpo estranho: ensaios sobre sexualidade e teoria queer*. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

NASCIMENTO, Letícia. *Transfeminismo*. Editora Jandaíra, 2021.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



NICOLAU, Marcos. As tiras e outros gêneros jornalísticos: uma análise comparativa. Revista Eletrônica Temática (João Pessoa. Online), v. VI, p. 1-1, 2010.

PATATI, Carlos e BRAGA, Flávio. Almanaque dos quadrinhos: 100 anos de uma mídia popular. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

PRECIADO, Paul B. Eu sou o monstro que vos fala: Relatório para uma academia de psicanalistas. Rio de Janeiro: Zahar, 2020

SOUTO, M. Constelações filmicas: um método comparatista no cinema. Galáxia. São Paulo, n. 45, set-dez, 2020, p. 153-165.

PARTE 2

Discursos e Representações na Mídia

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



ENCARCERAMENTO ANAL COMO DISPOSITIVO DE CONTROLE: UMA ANÁLISE DOS DISCURSOS MIDIÁTICOS SOBRE PADRES ACUSADOS DE HOMOSSEXUALIDADE

Leonardo Magela Lopes Matoso

Doutorando no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais/Produção de Sentido

e-mail: Leonardo.l.matoso@gmail.com

Doutorando e Drag da Psicanalise, Psicolinguística, Enfermagem e Jornalismo.

Enxerga-se como um homem branco, mais do que deveria ser, transeunte da queergeneridade e homossexualidade. Amante dos jogos de videogames e das abstrações intergalácticas. Ama mais do que deveria, mas ciente da entrega histérica e permissiva as pessoas e ao mundo.

Resumo

A homossexualidade tem sido palco de discussão midiática e frequentemente é tida como abjeta e profana pelo conservadorismo cristão, que usa das suas instituições para controlar e docilizar corpos, encarcerando práticas que se destoam da cisheteronormatividade. Assim, esse estudo objetiva identificar o encarceramento anal nos discursos midiáticos de Padres da Igreja Católica acusados de práticas homossexuais, como dispositivo de controle da sexualidade. A pesquisa fundamenta-se em interconexões autorais, abordando noção de corporeidade e erótica de Antonin Artaud (1974), Michel Foucault (2008) e Georges Bataille (2021), transitando pelas inferências de gênero, sexualidade e enquadramentos na concepção da Judith Butler (2019) e buscando aporte teórico sobre transgressões e contrasexualidade em Paul B. Preciado (2022) e Javier Saez e Sejo Carrascosa (2016). O método empregado será a arqueogenalogia, dividida em três momentos. O primeiro, pautado na elaboração da arqueologia do cu; o segundo na tecitura de uma genealogia do cárcere anal e dos dogmas refletidos na mídia e o terceiro, uma erótica do cu. A unidade de pesquisa será o Instagram, onde será analisado discursos midiáticos de modo descritivo, etnográfico virtual e qualitativo, por meio da Análise do Discurso Foucaultiano (1996). Acredita-se que esse estudo possa auxiliar na compreensão das barreiras que impedem os homens – e os padres – de saírem do seu cárcere anal, de conseguirem assumir suas margens, suas beiras assépticas e seus orifícios interditos, tecendo reflexões acerca das transgressões entre o cu e a produção marginal do discurso que recai entre o sagrado e o profano.

Palavras-chave

Conservadorismo, Mídia, Cu, Homossexualidade, Padres.

INTRODUÇÃO

O recorte apresentado aqui trata-se da tese em andamento no programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). A propositura é discutir a existência de um encarceramento anal em homens,

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



recaindo na figura de padres acusados de práticas homossexuais. Com isso, coloco em voga a perspectiva da carne, do prazer, daquilo que é inerente ao ser humano: o desejo. Essa é uma das premissas dessa tese. Ela sinaliza um movimento dominante e contraditório: padres são respeitados pela população – especialmente pelo lugar de reverência que ocupam – enquanto não há suspeitas sobre a masculinidade atípica, sem gênero e dessexualizada. Porém, se algum caso rompe esse padrão, surge um novo debate, cada vez mais presente nos meios de comunicação midiáticos.

Acredito que, em determinado momento histórico, o catolicismo tenha sido um espaço de proteção e acolhimento. No entanto, a história aponta que, ao longo de seu percurso, as práticas clericais foram marcadas por divisões binárias e patriarcais de gênero, distanciando as minorias sexuais e acentuando uma homofobia generalizada. Pode-se até dizer que a Igreja conseguiu instaurar um dispositivo de controle e acompanhamento desses corpos subalternizados ao longo do tempo.

Enquanto sujeito gay, transeunte da queergeneridade e tendo sido atravessado por esses dispositivos de controle desde meu nascimento, quando me nomearam masculinamente, ou quando me fizeram ocupar espaços heterossexuais ou me levaram a um batismo em prol da salvação (onde falhei miseravelmente), esse instrumento de monitoramento exercido pela Igreja Católica comanda aquilo que é invisibilizado, negado e colocado como abjeto para quem exerce a homossexualidade: o prazer anal.

O controle do cu¹ também é abusivo nas práticas heterossexuais, visto como proibido e pecaminoso. Um dos objetivos da cruzada contra a dissidência sexual do Vaticano foi o silenciamento da homossexualidade, principalmente dos padres. Mas o “encarceramento eclesial” está em crise. A situação se tornou transparente aos olhos dos próprios clérigos e também de alguns fiéis, uma vez que padres e religiosos têm sido cada vez mais expostos nas mídias independentes, nos jornais e blogs, mas principalmente no Twitter/X e Instagram, por suas práticas homoafetivas.

¹ Para efeito elucidativo, esta tese tentará evitar o termo ânus, por acreditar que se trata de uma palavra asséptica, biologicista e que reduz a potencialidade do cu enquanto dispositivo contrassexual, capaz de desestabilizar os mecanismos de opressão e controle sobre este órgão sexual, que todos possuem, mas que negam sua existência e quando retomados, objeta-o.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



A consciência dessas questões envolvendo sexualidade e religiosidade me deslocou para a proposta deste estudo, ao me ver atravessado por tais enunciações e motivado a pesquisar os discursos midiáticos de padres acusados de homossexualidade. Com isso, a pretensão é tecer interpretações a partir dos efeitos de sentidos, permitindo a compreensão deste fenômeno enquanto possível regulador dos corpos e da sexualidade dos padres, ao ponto de construir com esses achados uma erótica do cu, baseada em uma arqueogenealogia anal.

Pelo exposto, a pretensão desta tese é pormenorizar essas discussões tênues e compreender que o cu também produz sentidos. Talvez, só assim, seja possível trazer alguma luz nesse buraco cheio de escuridão. Assim, o objetivo geral dessa pesquisa é identificar o encarceramento anal nos discursos midiáticos de padres da Igreja Católica acusados de práticas homossexuais, como dispositivo de controle da sexualidade.

MÉTODO

A determinação metodológica dessa pesquisa foi pretensiosamente construída sobre o arcabouço da arqueogenealogia, dividida em três momentos. O primeiro, pautado na elaboração da arqueologia do cu; o segundo na tecitura de uma genealogia do cárcere anal e dos dogmas refletidos na mídia e por fim, no terceiro, uma erótica do cu.

A arqueogenealogia foi pensado como meio de problematizar e tentar compreender o papel dialógico-discursivo existente nos processos sociais, políticos e históricos, como também nos contextos da vida microssocial, micropolítica e microfísica, como assinala Michel Foucault (2008).

Como reforço deste método esse estudo foi elaborado numa perspectiva descritiva, realizada por procedimento etnográfico virtual, em uma abordagem qualitativa. A unidade de pesquisa foi o Instagram, onde foi utilizado *Hashtags* concernentes a temática em questão, bem como o uso de palavras chaves para subsidiar na construção do corpus. Foi elegido para compreensão dos dados a Análise do Discurso de Foucault (1996).

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Para Antônio Gil (2022), a pesquisa descritiva é utilizada quando se deseja conhecer determinada comunidade, suas características, valores e problemas relacionados à cultura. É nesta premissa que o estudo se desvela enquanto descritiva, ao propor compreender o fenômeno de padres acusados de práticas homossexuais e de como o catolicismo encarcera o cu desses religiosos e seus desejos. Essa compreensão pauta-se na leitura signatária e analítica das discussões no Instagram sobre as notícias que circundam a temática.

No que se refere a etnografia virtual, essa baseia-se na observação e levantamento de hipóteses, em que o etnólogo procura descrever o que, na sua visão, ocorrendo no contexto pesquisado, como pontua Adriano Amaral (2009). Assim, por se tratar de uma pesquisa no Instagram e na virtualidade das discussões, pretendeu-se comensurar a percepção e recepção das pessoas diante do acusamento de padres homossexuais, verificando a produção de sentidos que é dada por meio dos discursos.

A pesquisa foi delineada também na abordagem qualitativa, o que faz com que o foco dessa metodologia se torne linguística-discursiva. Ela se debruça no caráter subjetivo do objeto analisado. Para Maria Cecília Minayo (2018), o estudo qualitativo procura compreender como o fenômeno estudado ocorre, levando em consideração suas particularidades e experiências individuais, entre outros pontos.

Para subsidiar na análise das informações coletadas no Instagram, foi criado um quadro sinótico com o nome da postagem, número de curtidas, comentários e número de repostagens. O Quadro 1 evidencia como exemplificação como o material foi acurado para posterior análise.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Quadro 1 – Padre é investigado por omissão de socorro em suruba gay, 2024

The screenshot shows a portrait of a man wearing glasses and a clerical collar, identified as a priest. Below the image is a headline in Portuguese: "Padre é investigado por omissão de socorro em suruba gay regada a drogas com garoto de programa". At the bottom of the screenshot, there is a URL: "www.pheeno.com.br | A diversidade é pop". To the right of the screenshot is a table with the following data:

Data da Publicação:	27 de Setembro de 2023
Instagram:	@SitePheeno
Curtidas:	1945
Comentários:	99
Repostagens:	758

Fonte: Elaborado pelo pesquisador, 2024

PRIMEIRAS DISCUSSÕES

Como forma de compreender os pressupostos metodológicos e conceituais desta tese, busquei alicerçar a fundamentação teórica em uma série de autores que observaram em seus estudos a repressão do corpo. Um encarceramento marcado na pele, mas que foi encarado como uma explosão de desejos com ímpeto transgressores, a fim de desestruturar sistemas excludentes, que de certo modo, subjugam e utilizam de dispositivos de controle para uma governança da vida que não leva em consideração as subjetividades de corpos dissidentes.

Assim, para refletir sobre corpo e sua constituição enquanto peça carnínica, desejosa e sexual, evoquei Antonin Artaud (1974), Foucault (2021), Gilles Deleuze e Félix Guattari (2010). Para discutir sobre erótica do cu e entender essa parte do corpo como produtora de sentidos, recorri as ideias de Javier Sáez, Sejo Carrascosa (2016) e Paul B. Preciado (2009). Acerca dos construtos heterossexuais e homossexuais que

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



perpassam discussões de gênero, sexo e sexualidade, utilizei Judith Butler (2022) na compreensão desses fenômenos. No que tange as discussões sobre religião e homossexualidade, trabalhei com Fréderic Martel (2019) e Dag Oistein Endsjo (2014). Esses autores assinalam o poder revolucionário da carne, do corpo e do cu em desestabilizar o sistema de opressões que beneficia as mesmas matrizes subjetivas (heterossexuais, cisgêneras, coloniais e racistas) pautadas na diferença sexual e fazem questão de lembrar que a heterossexualidade não é nata, mas construída, assim como todas as outras identidades e sexualidades.

Dito posto, em meio a um controle social rígido que permeia todo e qualquer espaço organizacional e institucional, as Igrejas Católicas podem estar entre o cerne dessa discussão ao engendrarem mecanismos opressores nos corpos homossexuais dos padres, com potencial extravasamento aos seus fiéis. Esse apontamento, se faz presente, devido percepção crescente na mídia pelo interesse à privacidade das pessoas – em foco aqui, dos padres –, o que tem feito surgir tensões e tentativas de domesticação social das práticas sociais em espaços “protegidos do olhar social”, como a igreja.

O enfoque midiático sobre padres acusados de práticas homossexuais é frequentemente discriminatório, violento e pejorativo, com notícias que deturpam os fatos e informam investigações e afastamentos. Nessa concepção, proponho desconstruir e abordar aqui a percepção midiática que se constrói diante de padres acusados de práticas homossexuais (sejam estas consensuais ou violentas), pessoas públicas, vistas, notadas, que alicerçam suas estruturas de poder em cima de outras pessoas, muitas vezes vulneráveis, subalternas e fragilizadas. Faço essa provocação por meio da ideia de um encarceramento anal que regulamenta o que é ser homem e mulher, o que pode e o que não pode, o que é profano e o que é sagrado... Teço esse recorte sobre o prisma de uma zona corporal que dita entre a vida e a morte, e quando faço isso, ressoa mesmo que inconscientemente os pressupostos da Butler sobre enquadramento e construção cultural ao indagar: um cu seria abjeto social e midiático se não tivesse se tornado antes objeto de nojo?

Com isso em mente, pontuo que se somos sujeitos construídos socialmente e produzidos no público, por meio da ideia de público, que está todo tempo supondo uma

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



relação e uma necessidade condicionante de visibilidade e discurso, então só existimos se formos vistos. Que se faça vô o cu!

CRONOGRAMA

A tese encontra-se com o primeiro, segundo e terceiro capítulos construídos, totalizando 115 laudas. O primeiro capítulo discorre sobre as questões e objetivos da pesquisa, apresentando pressupostos metodológicos e conceituais, além de revelar o Estado da Arte e as justificativas e relevâncias da pesquisa. Já o segundo capítulo, intitulado “arqueologia anal: quando o cu foi encarcerado?”, descreve a anatomia do cu enquanto aparato biológico e mecanismo político, bem como historiciza o ânus e seu mecanismo de aprisionamento, revelando que por muito tempo, este tem sido estrangulado em prol de uma gestão desenvolvimentista da vida cisheteronormativa. Por sua vez, o terceiro capítulo nomeado de “a genealogia do cárcere anal: do confessionário à mídia”, revela como a mídia notícia casos de padres acusados de práticas homossexuais, revelando como esse noticiamento abalou a vida em sacerdócio e como isso está relacionado com práticas de violência sexual, física e psicológica.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Adriana. Autonetnografia e inserção online: o papel do pesquisador-insider nas práticas comunicacionais das subculturas da Web. **Revista Fronteiras – Estudos Midiáticos**, v. 11, n. 1, pp. 14-24, jan/abr. 2009.

ARTAUD, Antonin. **Pour finir avec le jugement Dieu**. In: Oeuvres Complètes, tomo XIII. Paris: Éditions Galimard, 1974.

BATAILLE, Georges. **O erotismo**. 2 ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2021.

BUTLER, Judith. **Quadros de guerra: quando a vida é passível de luto?**. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 2020.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



ENDSJO, Dag Oistein. **Sexo e Religião**: do baile de virgens ao sexo sagrado homossexual. Editora Gerações, 1.ed: São Paulo, 2014.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**: Aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. 24 ed. São Paulo: Editora Loyola, 1996.

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade**: o uso dos prazeres. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 2020.

MARTEL, Frédéric. **No Armário do Vaticano**: poder, hipocrisia e homossexualidade.^a Ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2019.

MINAYO, M. C S. (Org.) **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 28 ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2018.

PRECIADO, Beatriz. **Manifiesto contrassexual**, Ópera Prima, 2022.

SÁEZ, Javier e CARRASCOSA, Sejo. **Pelo cu: políticas anais**. Tradução: Rafael Leopoldo, Belo Horizonte: Letramento, 2016.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



FOTOGRAFIA CONTEMPORÂNEA E OS ALINHAVOS DA MATERNIDADE NOS REGISTROS DE FAMÍLIA

Elisa Elsie Costa Batista da Silva BESERRA

Doutoranda no PPGEM — Estudos da Mídia e Produção de Sentido

e-mail: elisa.elsie.costa.058@ufrn.edu.br

Resumo

Nesta pesquisa proponho investigar como a maternidade pode influenciar os processos de arquivamento de fotografias assim como os trabalhos fotográficos contemporâneos. Os relatos, o álbum de família, as fotografias avulsas e as histórias são organizadas por meio de uma conexão com as provocações surgidas através da maternidade na intenção de contextualizar e ser ponto de partida do estudo. A fotografia é compreendida como processo de mediação, linguagem e arte. A pesquisa mescla a produção fotográfica e textual com a memória e a ficção. O texto teórico e analítico é escrito na primeira pessoa em uma aproximação metodológica com a autoetnografia. Alinhavo a discussão teórica e empírica por meio de um diálogo entre artistas, autoras e autores. Além disso, a escolha teórico-metodológica pela etnografia fornece estratégias para coleta, armazenamento e interpretação de dados. O texto tem a contribuição das teóricas Adrienne Rich (2019), Ariela Azoulay (2021) e Tina Camp (2017), além de Armando Silva (2008), Adolfo Montejo Navas (2017) e Etienne Samain (2011; 2003). Como resultados busco o que fica no tempo e na memória, assim como construo o vivido e fabulo o que está por vir. Cenários da vida nos gestos de trocas e nos ritos cotidianos permeados pelo gerar, parir e cuidar.

Palavras-chave: Fotografia; etnografia; autoetnografia; maternidade; álbum de família.

INTRODUÇÃO

A maternidade vincula pessoas ao longo da história humana. Cada família tem uma linha que entrelaça e amarra mulheres e crianças. Alguns fios permanecem, outros são reforçados e não poucos rompidos, perdidos, desfeitos. Ao final, a única certeza é que nascemos de um corpo com útero. Desde a formação embrionária o cordão umbilical conecta os corpos e este elo é cortado logo após o nascimento. Outras conexões vão sendo construídas ao longo das gerações e a fotografia parece ser um caminho viável. Quando feitas em um contexto familiar servem para guardar algo do momento, uma pessoa ou um evento. Mas talvez o grande desejo seja tentar trazer para a imagem o sentimento que aciona a relação intrafamiliar na intenção de perpetuá-lo.

Um dos movimentos da pesquisa é compreender se a maternidade é capaz de conduzir os processos de arquivamento fotográfico bem como a feitura imagética contemporânea em um contexto de família. Desde o mestrado investigo a influência da

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



maternidade nos processos criativos de artistas bem como de suas obras fotográficas pessoais. No doutorado, trabalho com a hipótese de que os atos de gerar, parir e cuidar norteiam e conduzem tanto a manutenção do acervo fotográfico familiar já existente assim como as novas e perenes produções imagéticas. A pesquisa artístico-acadêmica pretende tensionar os regimes tradicionais de representação da maternidade bem como as tramas visuais possíveis pelo maternar. Parto do pressuposto de que as conexões físicas e afetivas da maternidade podem atravessar não somente a produção artística contemporânea, desde a fotografia produzida documental ou artisticamente, como os procedimentos de armazenamento e narração fotográfica.

Para compreender a fotografia feita em um contexto de grupo com conexões proporcionadas por uma linhagem, inicio por duas raízes: a avó materna, Eunice Pacheco, que herdou dois álbuns feitos por seu pai ao longo de três décadas, e a avó paterna, Eliza Raulino, mulher pouco fotografada e com um pequeno acervo de imagens. Sigo nesta trilha por minha mãe, Cíntia Pacheco, retratada em diferentes momentos da vida pelo meu avô materno, por meu pai e agora por mim. Por fim, deságou na minha própria experiência de maternidade e as fotografias feitas a partir da relação estabelecida com meu filho, hoje com oito anos.

Recorri aos acervos pessoais no intuito de encontrar histórias familiares — vistas e narradas através da fotografia — protagonizadas por mulheres e que de alguma maneira se roçam pelo gerar e parir. A pesquisa pretende costurar narrativas dessas imagens tendo como fio condutor a maternidade. A etnografia e a autoetnografia orientam os processos metodológicos acolhidos nesta investigação. A experiência subjetiva, as narrações e a ficção caminham e avançam juntas na escrita.

MÉTODO

Através de dados arquivais, como fotografias, diapositivos, notas e cartas; dados extraídos de conversas presenciais, de mensagens instantâneas e de áudios; notas de campo, como anotações, fotografias e gravações de relatos (Kozinets, 2014) organizei procedimentos metodológicos etnográficos com a finalidade de recuperar arquivos

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



imagéticos familiares bem como informações. Revisito fotografias digitais mais recentes, feitas da avó Eunice e da casa em que a avó Eliza nasceu e viveu, e a partir delas intento construir uma história de encontros e memórias. Chego à etnografia como uma formulação teórico-metodológica (Peirano, 2014) em uma pesquisa de campo pessoal e afetiva ao mesmo tempo cultural e histórica. Faço perguntas aos familiares, fotografo, desenho, organizo ideias e revisito lembranças desses lugares-tempo.

Ao pensar com a pesquisadora Mariza Peirano (2014, p. 380) sobre a empiria na etnografia, acolho "eventos, acontecimentos, palavras, textos, cheiros, sabores, tudo que nos afeta os sentidos", reconhecendo que esse "é o material que analisamos e que, para nós, não são apenas dados coletados, mas questionamentos, fonte de renovação". O tratamento dos dados perpassam experiências pessoais, assim, aciono a memória de pessoas envolvidas, uma prática importante no mundo acelerado que vivemos.

O fazer autoetnográfico reconhece a inclusão da experiência da sujeita tanto ao definir o que será pesquisado quanto no próprio desenvolvimento da pesquisa, entendendo que tal implicação pode influenciar o processo de investigação e escrita (Ellis; Adams; Bochner, 2010). Tomo emprestada a compreensão que considera a autoetnografia como um gênero autobiográfico de escrita e pesquisa capaz de revelar várias camadas de consciência: "os autoetnógrafos observam atentamente, [...] primeiro através de uma lente etnográfica grande angular [...] depois, eles olham para dentro, expondo um eu vulnerável que é movido e pode se mover, refratar e resistir a interpretações culturais" (Ellis *apud* Pereira, 2019, p.23-4). Uma metodologia e abordagem cuja escrita reconhece e envolve a subjetividade (Santos, 2017), possibilitando disputas de narrativas, especialmente contra invisibilidades e silenciamentos.

Ressignifico memórias, organizo e produzo fotografias, articulo a etapa visual e prática à textualização dos fenômenos (Fortin; Gosselin, 2014). Coincido mais uma vez com Mariza Peirano (2014, p. 386): "ultrapassar o senso comum quanto aos usos da linguagem" na feitura de uma pesquisa etnográfica em relação ao texto produzido, para a pesquisadora, as "palavras *fazem* coisas, trazem consequências, realizam tarefas,

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



comunicam e produzem resultados". A pesquisa compreende a escrita e o fazer fotográfico como ações essenciais na produção de conhecimento.

PRIMEIRAS DISCUSSÕES

Para cuidar dos principais conceitos que movem a pesquisa, a fotografia, a memória e a maternidade, trago entendimentos desenvolvidos em diálogo com autoras e autores. Penso o fazer fotográfico com poder de trazer para si a capacidade de perpetuar algo do presente e passado assim como fabular futuros. Um caminho não linear, marcado por camadas de visualidades e percepções. Etienne Samain (2011) defende que imagens não são meros objetos nem tampouco cortes no tempo ou golpes no espaço, são atos, memórias, questionamentos, visões e prefigurações. Para ele, se “as imagens são nossos próprios olhos, elas são, também, os reflexos e os rastros de uma longa história de olhares que nos precederam, os fluxos e refluxos do presente, as pistas e as antevisões da longa aventura humana”, (*ibidem*, p.40).

O ato da tomada fotográfica é permeado pela ação da própria feitura: a organização das pessoas e objetos em um determinado espaço, o enquadramento, o tempo de espera e a ação de pressionar um botão que irá acionar os mecanismos internos da câmera. O ato é capaz de congelar, fixar e perpetuar um momento presente — rapidamente feito passado — para um futuro, sobre o qual é difícil manter qualquer controle. Afinal, a recepção de uma fotografia pode fugir à influência de quem a produz.

Uma das atribuições da fotografia é registrar um momento, tornando-se um vestígio físico (ou virtual) do que ela mesma representa (Barthes, 1984), ao mesmo tempo em que poderia ser um traço do que um dia foi real (Dubois, 2010) — noção revisitada ao trabalhar com o conceito de pós-fotografia (Dubois, 2019). A fotografia de família também pode ser pensada como uma possibilidade de elaboração conjunta, entre quem faz a foto e quem aparece. A presença de uma câmera cria a oportunidade de pessoas coincidirem umas com as outras em um mesmo espaço-tempo, gerando assim algo em comum e que de outra maneira não poderia ser produzido (Azoulay, 2021). Interessante pensar também a fotografia como um ponto de partida, mas não

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



necessariamente destino obrigatório (Navas (2017). Elas iniciam um percurso imagético e oral da pesquisa, podendo encontrar caminhos outros ao longo dos próximos anos e quem sabe décadas. Ao pensar na oralidade das imagens recorro a Tina Campt (2017, p. 42) quando nos diz que: “olhar ou observar é apreender apenas num nível sensorial. Ouvir requer uma sintonia com as frequências sonoras de afeto e impacto. É um conjunto de ver, sentir, ser afetado, contatado e movido além da distância da visão e do observador”.

Ao iniciar a compreensão de memória, recorro a Lélia Gonzalez (2020, p. 78) quando diz que “a memória, a gente considera como o não saber que conhece, esse lugar de inscrições que restituem uma história que não foi escrita, o lugar da emergência da verdade, dessa verdade que se estrutura como ficção”. Continuo com a elaboração de Henri Bergson (1999, p. 69) sobre a memória como uma sobrevivência das imagens passadas e “estas imagens irão misturar-se constantemente à nossa percepção do presente e poderão inclusive substituí-la”.

Por maternidade, me inclino teoricamente a Adrienne Rich (2019) ao sugerí-la como um trabalho não remunerado desempenhado pelas mulheres, sendo fonte de opressão e sobrecarga utilizadas em favor do patriarcado e capitalismo. Ao mesmo tempo, é esse mesmo vínculo que pode guiar a coleta de informações e produção fotográfica contemporânea por meio das relações estabelecidas com o álbum, fotografias avulsas e as memórias familiares. Pensar a maternidade neste trabalho é também pensar na minha mãe, nas minhas duas avós e no meu filho. Uma linha imaginária unindo gerações de mulheres e de histórias.

CRONOGRAMA

Completei a carga horária tanto de disciplinas obrigatórias quanto optativas e conclui o segundo ano do doutorado ao final de 2024 com previsão de pré-qualificar até lá. De abril a setembro estive como investigadora visitante na Universidad Complutense de Madrid através do Programa de Doutorado Sanduíche no Exterior — bolsa Capes. Durante este período, tive orientações com Maria Del Mar Marcos Molano e participei

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



de eventos promovidos pelo departamento de Ciências da Informação. Fui a um simpósio na Inglaterra sobre memória e fotografia e aproveitei para visitar exposições no PhotoEspaña, no Festival Internacional de fotografia de Arles e na Bienal de Veneza, além de museus e galerias. Sigo na investigação, nas leituras, na escrita e na feitura de fotografias que devem compor a tese. Além disso, publiquei artigo com minha orientadora e apresentei trabalhos no Intercom, no Pequeno encontro da fotografia, na GrãoFino e no Congresso de comunicação pública.

REFERÊNCIAS

- AZOULAY, A. **Toward the abolition of photography's imperial rights.** In: **Capitalism and the Camera:** essays on photograph and extraction. Org: COLEMAN, Kevin; JAMES, Daniel. Nova Iorque: Verso, 2021.
- BARTHES, Roland. **A Câmara clara.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- BERGSON, Henri. **Matéria e Memória:** ensaio sobre a relação do corpo com o espírito. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- CAMPT, Tina M. **Listening to images.** Duke University Press, Durham e Londres: 2017
- DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico.** 13. ed. Campinas: Papirus, 2010.
- _____, Philippe. **Pós-fotografia, pós-cinema:** os desafios do "pós". In: DUBOIS, Philippe; FURTADO, Beatriz. **Pós-fotografia, pós-cinema:** novas configurações da imagem. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2019.
- FORTIN, S.; GOSSELIN, P. **Considerações metodológicas para a pesquisa em arte no meio acadêmico.** ARJ - Art Research Journal, [S.I.], v.1, n.1, p.1-17, maio 2014. ISSN: 2357-9978. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/428259380/Consideracoes-Metodologicas-Para-a-Pesquisa-Em-Arte-No-Meio-Academico>. Acesso em: 06 set. 2024.
- ELLIS, C.; ADAMS, T. E.; BOCHNER, A. P. **Autoethnography:** An Overview. Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research, v. 12, n. 1, 24 Nov. 2010. Disponível em: <https://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1589/3096>. Acesso em 06 set. 2024.
- GONZALEZ, Lélia. **Por um feminismo afro-latino-americano:** ensaios, intervenções e diálogos. Org. Flávia Rios, Márcia Lima. ed. 1. Rio de Janeiro: Zahar, 2020.
- KOZINETS, Robert. **Netnografia:** realizando pesquisa etnográfica online. Porto Alegre: Penso, 2014.
- NAVAS, Adolfo Montejo. **Fotografia & poesia** [afinidades eletivas]. 2. ed. São Paulo: Ubu, 2017.
- PEIRANO, Mariza. **Etnografia não é método.** Horizontes antropológicos, ano 20, n.42, p. 377-391, jul-dez, Porto Alegre. 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/s0104-71832014000200015>. Acesso em 06 set. 2024.
- PEREIRA, Claudia. **Autoetnografia, Filhos e Reflexividade Científica:** Algumas Questões Metodológicas de Uma Investigadora Que Também é Mãe, Atas CIAIQ2019, Investigação Qualitativa em Ciências Sociais//Investigación Cualitativa en Ciencias Sociales. Volume 3. p.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



18-27. 2019. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8992608>. Acesso em: 06 set. 2024.

RICH, Adrienne. **Nacemos de mujer:** la maternidad como experiencia e institución. Traficantes de Sueños. Tradução Ana Becciu. Madri, 2019.

SAMAIN, Etienne. **As “Mnemosyne(s)” de Aby Warburg:** Entre Antropologia, Imagens e Arte. Revista Poiésis, Rio de Janeiro, nº 17, p. 29-51, Jul. 2011. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/poiesis/article/view/27032>. Acesso em: 06 set. 2024.

SANTOS, Silvio. **O método da autoetnografia na pesquisa sociológica:** atores, perspectivas e desafios, 2017. *PLURAL*, Revista do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da USP, São Paulo, v.24., p.214-241, 2017. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/plural/article/view/113972>. Acesso em: 06 set. 2024.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



A LU DO MAGALU ENQUANTO CORPO VIRTUAL: PERFORMANCE E ESTRATÉGIAS

Letícia MELO

Mestranda no PPGEM - Estudos da Mídia e Produção de Sentido
e-mail: leticia.melo.118@ufrn.edu.br

Resumo

A pesquisa tem como objeto de estudo a Lu, desenvolvida e utilizada como influenciadora virtual pela empresa varejista brasileira Magazine Luiza, e como finalidade analisar o seu corpo e a sua performance no ambiente virtual, investigando as escolhas realizadas e estratégias utilizadas pela marca. Para tanto, serão selecionadas, considerando a relevância em relação aos objetivos da pesquisa, publicações veiculadas no perfil oficial da referida marca na rede social Instagram (@magazineluiza), nas quais a Lu seja a figura central. Em seguida, partindo das considerações de Foucault e Le Breton acerca da noção de corpo e das relações de poder que o perpassam, considerando as proposições Noble (2021) acerca do modo como o algoritmo promove relações de poder na esfera virtual, como também de Charaudeau (2013) e Castro e Rocha (2009) a respeito das relações entre mídia, consumo e sociedade, os dados serão examinados, compreendendo, possivelmente, as estratégias adotadas pela marca e elucidando seus efeitos para o mercado.

Palavras-chave:

Influenciadores, inteligência artificial, corpo, mídia.

INTRODUÇÃO

Ao analisar a conjuntura político-econômica moderna, percebe-se um cenário globalizado e tecnológico, no qual a centralidade comunicativa reside nas plataformas digitais, o que tem promovido uma migração exponencial das práticas comerciais para o ambiente virtual. Diante desse contexto, recebeu notoriedade a figura do influenciador (uma pessoa cujo grande alcance nas redes sociais confere influência sobre práticas sociais diversas, como o consumo), que passou a ser fortemente utilizada pelas empresas para a divulgação e venda dos seus produtos ou serviços, direta ou indiretamente.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Diante desse cenário, uma das maiores empresas varejistas do Brasil, a Magazine Luiza, a partir da inteligência artificial, desenvolveu a sua própria “influenciadora virtual” (designação atualmente usada pela marca). A figura da *Lu* iniciou a sua interação com o consumidor em 2003, de maneira rudimentar: por meio de *chat* automatizado, no *site* da empresa. Hoje, a *Lu* é o principal recurso de marketing da marca, de maneira que interage com os consumidores, posa com outros influenciadores da rede e dá dicas - de moda, beleza, culinária etc.- ao seu público, ao mesmo tempo em que divulga produtos e incentiva o consumo. Assim, a influenciadora conquistou espaço entre os influenciadores virtuais mais populares do mundo, recebendo prêmios nacionais e mundiais.

A partir do exposto, comprehende-se que “corporificar” a marca, a partir de um corpo que opere exclusivamente para atender aos interesses da empresa, tem se mostrado uma estratégia possível nos tempos modernos, o que lança luz sobre a necessidade de compreender melhor esse processo. Para tanto, cabe considerar que o algoritmo responsável por orientar os fluxos virtuais de plataformas como o *Instagram* não confere visibilidade - e, consequentemente, poder - de maneira neutra, visto que as próprias “formulações matemáticas que guiam as decisões automatizadas são feitas por seres humanos” (NOBLE, 2021), muitos dos quais detém comportamentos racistas e sexistas, por exemplo.

Foucault ressaltou que é no corpo onde se instalaram as práticas e os discursos e que é através dele que o poder se manifesta e se exercita. A partir disso e considerando a não neutralidade do algoritmo que rege o alcance das publicações nas redes sociais, é possível compreender que o exercício do poder dentro do ambiente virtual também se manifesta a partir de um determinado tipo de corpo. É possível supor, ainda, que as escolhas realizadas para a criação de um corpo virtual cujo objetivo é conquistar poder dentro das redes têm como objetivo atender aos padrões estéticos que o impulsionaram dentro dessa realidade.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Desta maneira, torna-se relevante investigar a interação entre a influenciadora virtual Lu e o seu público, visando compreender como as diversas relações de poder ocorrem no ambiente virtual e o modo que se aplicam no tocante aos influenciadores virtuais. Além disso, é importante elucidar como os padrões sociais estéticos relacionados à branquitude e à magreza, por exemplo, perpassam o ambiente físico e são refletidos na atmosfera virtual, estabelecendo relações de poder que se manifestam também nos corpos desenvolvidos por inteligência artificial.

MÉTODO

A pesquisa tem como método a análise do discurso, uma vez que se dedica a investigar o modo que os sentidos são construídos no discurso da influenciadora virtual Lu. Assim, considerando que o objetivo geral da pesquisa é analisar a performance do referido corpo virtual, a construção do corpus (em andamento) ocorrerá a partir de publicações do perfil oficial da empresa Magazine Luiza na rede social Instagram (@magazineluiza), nas quais a influenciadora virtual seja o elemento central da comunicação. Durante esta fase, a relevância da publicação em relação aos objetivos da pesquisa e a pertinência em relação ao momento vivenciado são critérios basilares.

O processo de análise estará voltado para a performance da influenciadora virtual na plataforma. Para tanto, serão considerados os pressupostos de Foucault e Le Breton em relação ao corpo, visando compreender, a partir das amostras selecionadas, fatores concernentes à estética corporal e enunciativa que configuram o discurso da Lu. Assim, busca-se elucidar questões relativas aos padrões sociais estéticos aos quais essa figura atende, investigando as escolhas feitas pela marca ao desenvolvê-la e os efeitos gerados pelo uso da imagem adotada e estudando as estratégias mercadológicas que perpassam a utilização do recurso em análise.

PRIMEIRAS DISCUSSÕES

Ao observar o corpo da influenciadora virtual Lu, é possível perceber que a sua estética corporal atende aos padrões sociais e de beleza modernos. A Lu é uma mulher branca, de classe social abastada (indicada pelas roupas e acessórios), com forma corporal magra (sendo a cintura estreita em relação ao quadril), cabelos lisos e

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



proporções faciais que a caracterizam como uma pessoa branca. Considerando que o processo de criação de um corpo a partir da Inteligência artificial dispõe de infinitas possibilidades de características estéticas, torna-se necessário colocar em questão as escolhas realizadas durante a criação da Lu, bem como as suas motivações e os seus efeitos.

Le Breton (2006), ao discorrer sobre a noção de corpo, considera-o uma estrutura simbólica, capaz de representar valores, normas, crenças, ideologias etc. A partir disso, comprehende-se que o corpo da influenciadora virtual Lu, como estrutura simbólica, comunica à comunidade na qual está inserido, dentro da rede social Instagram, um conjunto de sentidos, os quais são fundamentais para situá-lo dentro das relações sociais de poder existentes na rede.

A respeito da relação entre corpo e poder, Foucault (2017, p. 237) ressaltou que “nada é mais material, nada é mais físico, mais corporal que o exercício do poder”. Nesse sentido, considerando que o poder se manifesta e é manifestado por meio do corpo, uma estrutura simbólica, é possível perceber que os significados representados pelas características de um corpo são fundamentais para determinar o seu poder na sociedade. Ao longo dos séculos, no Brasil, por exemplo, o corpo branco esteve no topo da hierarquia social, enquanto o corpo não-branco estavam desprovidos de qualquer privilégio. Assim, ainda nos tempos modernos, a cor do corpo carrega, por si só, uma série de significados, os quais historicamente situam os corpos brancos em posição de poder.

No universo virtual, as estruturas sociais de poder estabelecidas no mundo físico se mantêm. Apesar de essas relações, nas redes, serem orientadas pelo algoritmo, é preciso considerar a sua não neutralidade. A respeito disso, Noble (2021), ressalta que é importante não tratar o algoritmo como uma entidade neutra, mas considerá-lo um conjunto de formulações matemáticas criadas por pessoas que possuem determinadas ideologias, muitas das quais atuam para a manutenção dos privilégios de determinados grupos sociais.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Considerando as citadas informações, percebe-se que a influenciadora virtual Lu está situada em posição de privilégio dentro das relações de poder no ambiente digital. Diante disso, cabe investigar o corpo da Lu e os seus significados, como também analisar a sua performance no Instagram, compreendendo em quais aspectos ela é importante para a empresa, quais são os seus objetivos quanto recurso mercadológico e de que maneira ela busca atendê-los.

CRONOGRAMA

Atividade	Descrição da atividade e/ou <i>Status</i>	Período
Curso das disciplinas obrigatórias	<ol style="list-style-type: none">1. Metodologias de pesquisa em Comunicação Midiática (concluída)2. Teorias da Comunicação Midiática (concluída)3. Estudos de mídia e produção de sentido (pendente)	2024.1 e 2025.1
Curso das disciplinas optativas	<ol style="list-style-type: none">1. Mídia e discurso (em andamento)2. Corpo e comunicação (em andamento)	2024.2
Levantamento bibliográfico	<u>Em andamento.</u>	2024.1 e 2024.2
Defesa do pré-projeto	<u>Em andamento.</u>	2024.2

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Coleta de textos para o <i>corpus</i>	Seleção de trinta (30) publicações realizadas pelo perfil oficial da empresa Magazine Luiza no Instagram (@magazineluiza), considerando formatos de <i>feed</i> e <i>reels</i> . <u>Em andamento.</u>	2024.2 e 2025.1
Análise dos textos	<u>Pendente.</u>	2025.1
Redação da dissertação e revisão	<u>Pendente.</u>	2025.2
Defesa da dissertação	<u>Pendente.</u>	2025.2

REFERÊNCIAS

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2013.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Tradução: Luiz Felipe Baeta Neves. 8.ed. Rio de Janeiro: Editora Forense, 2022.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Tradução: Roberto Machado. 6.ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2017.

LE BRETON, David. **Antropologia do corpo**. Tradução: Fábio de Santos Creder Lopes. 4.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2016.

NOBLE, Safiya Umoja. **Algoritmos da opressão**. Tradução: Felipe Damorim. Santo André - SP: Rua do sabão, 2021.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



ROCHA, Rose; CASTRO, Gisela. **Cultura da mídia, cultura do consumo:** imagem e espetáculo no discurso pós-moderno. Logos: Tecnologias de Comunicação e Subjetividade, Rio de Janeiro, 2009.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



“Além das quatro linhas”: Uma análise discursiva do Blog do Voloch sobre a Superliga Feminina na temporada 2024/25

Victória Zilmara ALVES

Mestranda no PPGEM - Estudos da Mídia e Produção de Sentido

e-mail: [victoria.alves.116@ufrn.edu.br]

Victória Zilmara Alves é Mestranda em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Bacharela em Jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Graduanda em Comunicação Social com ênfase em Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

Resumo

A pesquisa tem o objetivo de analisar as publicações do Blog do Voloch, hospedada no O Tempo, jornal de Minas Gerais, epicentro do voleibol no Brasil, sobre os jogos de vôlei da principal competição brasileira e seus comentários sobre a modalidade no naipe feminino. Para isso, propomo-nos a analisar os silenciamentos discursivos operados na coluna do jornalista esportivo. A pesquisa será de natureza aplicada, descritiva e bibliográfica, com amostra qualitativa.

Palavras-chave

Comunicação; Análise do Discurso; Jornalismo Esportivo; Vôlei Feminino.

INTRODUÇÃO

Com o avanço tecnológico e a manutenção expressiva da nossa cultura e comportamento em sociedade, vemos cada vez mais mudanças, sejam nas IAs, nas redes sociais e nos meios de comunicação. Acontece que as multiplataformas possuem ferramentas e algoritmos que servem como mecanismos de buscas e, até, transformação.

No entanto, a reprodução, distribuição e ressignificação de ideias passadas faz com que ‘bolhas’ se transformem em comunidades maiores, alcançando novos públicos, trazendo assim, usuários não tão assíduos em tal pauta, mas que possa se interessar, de acordo com a similaridade de consumo e engajamento em certas editorias. Nossa

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



atenção aqui se dá ao *enunciador* e seu *enunciado*, com foco discursivo sobre o *referente exposto*. Ou seja, o foco será no que o colunista está publicando sobre os principais times da Superliga Brasileira Feminina de Vôlei, equipes consideradas de elite da modalidade no Brasil.

Utilizar do discurso transmitido entre as postagens analisadas serve como referência para interpretar como a categoria esportiva está sendo veiculada, e consecutivamente, as atletas estão sendo tratadas. Para que, com isso, podermos chegar a conclusões a partir da análise do discurso.

Busca-se ainda expor a dicotomia gerada após eventos esportivos deste tamanho, investigando os principais fatores que fazem a sociedade como um todo, reconhecer ou desconhecer a história e a importância de suas modalidades para o desenvolvimento de pessoas cidadãs.

É interessante mencionar que no retorno da Superliga 2023/2024, em meados de janeiro de 2024, a Confederação Brasileira de Voleibol (CBV) lançou a campanha “Você Inspira, o Mundo Muda”, sobre o uso consciente das redes sociais e o impacto dela sobre apaixonados pelo esporte e também na vida de atletas. Ainda de acordo com a Confederação, o material, desenvolvido em parceria com a agência End To End, diz muito sobre a importância de todos os integrantes do ecossistema do voleibol serem referências.

O ano de 2024 foi muito significativo no voleibol, com casos de racismo e homofobia, fez-se necessário mudanças nos protocolos de dois grandes campeonatos nacionais, e tais manutenções que apesar de importantes, não inibem novos casos em ambientes virtuais ou fora de quadra, por exemplo. Já para a CBV, a alteração do regulamento da Superliga, tornou ainda mais duras as penalizações em casos de atos discriminatórios nas competições nacionais de voleibol em torneios como Superliga A e Superliga B.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Assim como as redes sociais causam uma liberdade desmedida ao usuário e fã, a interpretação de análises de um jornalista também pode ter algum efeito sobre tais consumidores esportivos e suas atitudes. Em contrapartida, tais campanhas e manutenções buscam frear os excessos dos fãs do esporte, mas e a mídia esportiva, há alguém que consiga frear? Há realmente necessidade para tal? “Em certo sentido, pode-se dizer que, na atual sociedade da informação, a internet é uma espécie de protótipo de novas formas de comportamento comunicativo” (Marcuschi, 2005, p.13). Todas as questões já abordadas serão efetivamente trabalhadas e respondidas no decorrer desta pesquisa.

METODOLOGIA

A pesquisa tem o objetivo de analisar as publicações do Blog do Voloch, hospedada no O Tempo, jornal de Minas Gerais, epicentro do voleibol no Brasil, sobre os jogos de vôlei da principal competição brasileira e seus comentários direcionados ao naipe feminino, sob o recorte das análises do jornalista Voloch sobre as equipes com mais títulos da competição mencionada anteriormente, sendo assim, serão analisadas as postagens do colunista nas partidas de confronto direto entre as equipes de Rio de Janeiro (Sesc Flamengo), Minas Tênis Clube (Gerdau Minas) e Osasco (Osasco São Cristóvão), no decorrer da temporada de 2024/2025, que se inicia em outubro de 2024 e se encerra em abril de 2025.

Para Charaudeau, linguista francês especialista em AD, o método se define pela prática analisante que a teoria impõe, pelo fato de que a teoria é determinada pelo método e que, ao mesmo tempo, o institui (Charaudeau, 2010).

A partir da reflexão da importância da internet e a presença social massiva de suas redes, observa-se a problemática semiolinguística do estudo do discurso no Blog do Voloch, para uma interpretação do que está sendo coberto pela mídia, e o mais importante: como isso está sendo feito; considerando que a linguagem é um fenômeno

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



existente em si e representativo da organização do mundo e tem como objetivo procurar saber do que fala a linguagem (Charaudeau, 2010).

Ademais, “a linguagem é um poder, talvez o primeiro poder do homem” (Charaudeau, 2010, p.7). Embora a prática jornalística consiga mostrar sua face, a análise do discurso propõe interpretar os excessos de sua prática, interpretando profundamente todos os elementos presentes no ato da linguagem.

Por fim, é necessário dialogar sobre a prática jornalística associada ao esporte e assegurar que o fazer jornalístico especializado não seja, sobretudo, um lugar de discursos violentos e/ou que propague diferenças sociais. Garantir a legitimidade do discurso jornalístico esportivo, é assegurar que o consumo midiático terá impacto positivo na sociedade.

ESTADO DA ARTE

Em dissertação de Mestrado que traz abordagem muito necessária sobre o vôlei e discursos midiáticos, Nascimento (2020) tem como seu principal objetivo “analisar os discursos jornalísticos quanto à inserção das pessoas trans no meio esportivo e sua experiência, bem como sua relação social, histórica e política”, dito isto, o autor traz tensões geradas e acometidas à Tifanny Pereira de Abreu, mulher trans e atleta de vôlei atuante na liga brasileira, a colocando no cerne de sua pesquisa para compreender a inclusão de atletas trans no esporte a partir da perspectiva de suas distintas corporalidades e a aceitação (ou não) social de tais. Tal trabalho pode ser considerado um dos principais, se não o principal, que une vôlei e mídia em uma pesquisa só, até o momento.

Só (2009) explora o discurso “esportivo” em função da busca de sentido. E encontra também característica de discurso polifônico. Só (2009) explica que tal discurso passou a ser tratado como discurso heterogêneo e, a partir de então, as marcas ficam mais evidentes, pois o discurso é carregado de significação tanto do ponto de

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



vista das unidades marcadas como as não marcadas. Para a autora, “nenhum discurso é impessoal” Só (2009). Para ela, “A heterogeneidade não quer mostrar mais quantas vozes estão envolvidas no discurso, mas sim as diferentes posições em que o sujeito ocupa no discurso. É um jogo polifônico, ou, mais do que isso, é uma marca” (Só, 2009).

É muito interessante notar as similaridades da minha pesquisa dentro de uma pesquisa diferente. Evangelista (2004) explorou em sua monografia o processo de significação integrado ao estudo de análise do discurso dentro de uma perspectiva dentro do jornalismo voltado ao esporte, que no caso dele, era a coluna do jornalista esportivo Juca Kfouri. Fica exposta em seu trabalho a relevância de se trabalhar com o José Marques de Melo (1994) para mencionar as principais características das colunas, sendo uma delas, a margem de ambiguidades em seu discurso.

Já Pacheco (2015) traz à tona a relação do Jornalismo e da intertextualidade em uma análise da coluna de Bernardo Carvalho no Blog do IMS, usando como metodologia a AD francesa, identificando intertextualidades explícitas e implícitas presentes.

Como um grande exemplo de dissertação-referência deste programa (PPGEM/UFRN), tenho a pesquisa de Meireles (2020) neste posto. A pesquisa de Meireles (2020) traz alguns pontos de convergência ao que está sendo pesquisado nesta pesquisa. O pesquisador trouxe como demanda, o desejo de se trabalhar com os discursos sobre o corpo feminino no jornal JÁ, trazendo reflexões na contemporaneidade e inserindo no campo acadêmico enquanto demanda social. Tal pesquisa concentra-se na análise de discurso foucaultiana como método de procedimento para análises do corpus.

É importante citar que grande parte das pesquisas sobre vôlei indoor estão, majoritariamente, relacionadas às áreas de psicologia do esporte, saúde humana e educação física; para além disso, é importante mencionar também que há profissionais

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



que estudam as modalidades olímpicas de modo singular correlacionando esporte e psicologia, como acontece com a especialista em psicologia do esporte, e também jornalista por formação, Kátia Rubio.

Sendo assim, se fez necessário estudar como os esportes, de maneira mais generalizada, entrou em evidência em pesquisas e trabalhos de pesquisadores da área da comunicação, da linguística, educação física e também das ciências sociais que utilizam, de alguma forma, a AD (Análise do Discurso). Para além de convergências em trabalhos que estudem esporte, também se tornou necessário estudar a construção dos gêneros jornalísticos, e mais precisamente, da coluna voltada à área esportiva.

CRONOGRAMA

Período	Atividades
2024.1	Elaboração do Projeto de Pesquisa e Pesquisa Bibliográfica
2024.2	Revisão Bibliográfica, início da coleta das postagens e dos capítulos da dissertação
2025.1	Finalização da coleta de postagens e início das análises
2025.2	Finalização das análises e da escrita

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



REFERÊNCIAS

CBV. “**Com preconceito não tem jogo**”: na Liga das Nações, CBV lança campanha contra qualquer tipo de discriminação - Confederação Brasileira de Vôlei. Disponível em: <<https://cbv.com.br/com-preconceito-nao-tem-jogo-na-liga-das-nacoes-cbv-lanca-campanha-contra-qualquer-tipo-de-discriminacao/>>. Acesso em: 12 set. 2024.

CHARAUDEAU, P. **Linguagem e discurso: modos de organização**. 2. ed. São Paulo. Contexto, 2010.

EVANGELISTA, L. A. **Juca Kfouri - jornalista, advogado ou simplesmente torcedor**: análise de discurso da coluna do jornal on-line Lancenet. 2004. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social - Jornalismo) - Centro Universitário de Brasília. DF. 2004.

MARCUSCHI, L. A.; XAVIER, A. C. **Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção do sentido** / Luiz Antônio Marcuschi; Antônio Carlos Xavier (orgs.). - 2.ed. - Rio de Janeiro. Lucena, 2005. 196p.

MEIRELES, D. S. **A carne mais barata do mercado**: análise de discurso sobre o corpo feminino em imagens e textos do Jornal Já. 2020. 160f. Dissertação (Mestrado em Estudos da Mídia) - Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2020.

NASCIMENTO, R. H. J. **Transexualidade e Esporte: Uma Análise dos Discursos Midiáticos Jornalísticos**. 2020. 95f. Dissertação (Mestrado em Tecnologia e Sociedade) - Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba, 2020.

PACHECO, P. K. **Jornalismo e intertextualidade: uma análise da coluna de Bernardo Carvalho no Blog do IMS**. 2015. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social - Jornalismo) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2015.

SÓ, L. R. B. O jogo Polifônico e as Marcas da Historicidade. **Ciências & Letras**, Porto Alegre, n. 45, p. 121-130, jan./jun. 2009. Disponível em: <https://shorturl.at/BoYoT>. Acesso em: 14 ago. 2024.

VELASCO, L. **#VocêInspiraOMundoMuda**: CBV lança campanha sobre o uso consciente das redes sociais - Confederação Brasileira de Vôlei. Disponível em: <<https://cbv.com.br/voceinspiraomundomuda-cbv-lanca-campanha-sobre-o-uso-consciente-das-redes-sociais/>>. Acesso em: 12 set. 2024.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



DISCÓRDIA ENTRE CARNE E CIRCUITOS

O corpo feminino entre o grotesco e o erótico em Battle Angel Alita

Nathalia Figueiredo de Oliveira BRITO

Doutoranda no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais

e-mail: natfbrito@gmail.com

Resumo

Este estudo analisa as representações do corpo feminino na estética cyberpunk, focando na fusão entre o orgânico e o tecnológico. O objetivo é compreender como o corpo biocibernético é retratado nesse subgênero da ficção científica, explorando as tensões entre o grotesco, relacionado à obsolescência da carne, e o erótico, ligado à busca por juventude e perfeição. A pesquisa se baseia no pós-humanismo para discutir o impacto dessas modificações tecnológicas na identidade e subjetividade femininas. A metodologia adotada é a sociossemiótica de Landowski, que permite a análise das interações entre corpo, tecnologia e cultura na obra Battle Angel Alita. Os resultados esperados incluem a identificação de como o corpo feminino modificado é representado em sua vulnerabilidade e poder, refletindo ansiedades culturais sobre o futuro humano-tecnológico. A pesquisa oferece uma contribuição às Ciências Sociais Aplicadas, ao propor uma análise crítica das implicações culturais e éticas da modificação corporal no cyberpunk, conectando as transformações tecnológicas às dinâmicas de poder e identidade na sociedade contemporânea.

Palavras-chave

Destacar os principais temas e conceitos abordados no artigo, em 3 a 5 palavras-chave, separadas por vírgulas (Times New Roman, fonte 11, espaçamento 1,0).

INTRODUÇÃO

O cyberpunk é um subgênero da ficção científica que explora a fusão entre alta tecnologia e decadência social. Ambientado em futuros distópicos, esse estilo se destaca por apresentar sociedades onde corporações dominam, e a tecnologia, especialmente a cibernetica, permeia a vida cotidiana, modificando tanto a realidade física quanto as identidades humanas. Dentro desse contexto, o corpo humano, em especial o feminino, emerge como um campo de experimentação, refletindo tensões culturais em torno da relação entre humanidade e máquina.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



No cyberpunk, o corpo não é apenas um elemento biológico, mas um "corpo biocibernético", um híbrido entre o orgânico e o maquinico, como define Santaella (2003, p. 182). Essa fusão entre carne e tecnologia é central para as narrativas desse subgênero, onde o corpo modificado desafia as noções tradicionais de identidade e subjetividade. A modificação tecnológica não só amplia as capacidades físicas, mas reconfigura a percepção da própria humanidade, em uma reflexão pós-humanista que questiona os limites do corpo e da autonomia.

O grotesco é uma característica recorrente na representação do corpo no cyberpunk, especialmente em sua materialidade decadente. Gibson (2016), um dos principais autores do gênero, descreve o corpo humano como uma prisão, em que a carne se torna uma limitação a ser superada. Em Neuromancer, ele escreve que “Case caiu na prisão da própria carne” (Gibson, 2016, p. 24), evidenciando o desdém pela materialidade humana em um mundo onde a tecnologia oferece a promessa de transcendência, com realidades virtuais livres de restrições corporais. Aqui, o grotesco surge na visão do corpo como algo obsoleto, um artefato que, em meio ao avanço tecnológico, perde seu valor e torna-se passível de descarte.

O corpo feminino, dentro dessa estética, também assume uma dimensão erótica. A modificação tecnológica do corpo é, muitas vezes, uma tentativa de perpetuar a juventude e controlar o envelhecimento. Entretanto, essa busca pela perfeição é intrinsecamente ligada à obsolescência. Como argumenta Baitello (2014), a obsessão cultural pela juventude leva ao descarte de corpos e indivíduos quando estes não mais correspondem aos padrões estéticos ou funcionais. A tecnologia, ao transformar o corpo feminino em um produto sujeito ao desgaste e eventual descarte, expõe as limitações dessa fusão entre carne e máquina, revelando a precariedade das tentativas de perpetuar a vitalidade através da tecnologia.

Portanto, no cyberpunk, o grotesco e o erótico se entrelaçam nas representações do corpo, especialmente o feminino. O corpo biocibernético, ao mesmo tempo que promete poder e autonomia, revela sua fragilidade ao ser tratado como uma máquina: algo que pode ser usado, consumido e, eventualmente, descartado. Esse ciclo de

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



consumo e obsolescência reflete ansiedades culturais sobre identidade e controle em um mundo cada vez mais mediado pela tecnologia.

MÉTODO

Esta pesquisa utiliza a análise sociossemiótica de Eric Landowski, conforme exposta em *Interações Arriscadas* (2014), para investigar as representações do corpo feminino no cyberpunk, com foco na obra *Battle Angel Alita*. A sociossemiótica é escolhida por sua abordagem das interações entre sujeitos e sistemas, considerando o risco e a imprevisibilidade como fatores centrais, o que se adequa ao estudo das interações entre o corpo humano e a tecnologia no contexto do cyberpunk.

A metodologia é justificada por sua capacidade de analisar as dinâmicas entre o biológico e o maquínico, abordando as tensões entre o grotesco e o erótico no corpo feminino biocibernético. A obra *Battle Angel Alita* é o principal estudo de caso, pois apresenta uma protagonista cujo corpo é modificado pela tecnologia, explorando questões de identidade, poder e vulnerabilidade. Outras obras também serão analisadas para ampliar a compreensão das representações do corpo feminino no gênero.

A coleta de dados consiste na análise crítica de obras literárias e cinematográficas cyberpunk. *Battle Angel Alita* foi escolhida por seu protagonismo feminino e pela maneira como a fusão entre corpo e máquina é retratada em interações tanto controladas (programação) quanto imprevisíveis (acidente), conforme os quatro modos de interação propostos por Landowski: programação, manipulação, ajuste e acidente.

A análise dos dados usará esses quatro modos para investigar como as personagens interagem com suas modificações corporais e com o ambiente tecnológico. Em *Alita*, por exemplo, o equilíbrio entre controle e imprevisto é central à narrativa e reflete a dinâmica de risco presente nas interações entre humano e máquina.

PRIMEIRAS DISCUSSÕES

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Nos últimos anos, as pesquisas sobre o corpo e o pós-humanismo têm se intensificado, explorando as profundas transformações que a tecnologia impõe à nossa compreensão da corporeidade. Lúcia Santaella é uma das principais teóricas nesse campo, abordando como a hiperconexão contemporânea (Santaella, 2003) e a fusão entre o orgânico e o tecnológico estão reconfigurando o corpo humano.

Santaella (2004) argumenta que "a reconfiguração do corpo humano na sua fusão tecnológica e extensões biomaquínicas está criando a natureza híbrida de um organismo protético, ciber, que está instaurando uma nova forma de relação ou continuidade eletromagnética entre o ser humano e o espaço por meio das máquinas." Nesse sentido, o corpo biocibernético emerge como o novo estatuto do corpo humano, fundindo o orgânico e o tecnológico (Santaella, 2004).

Santaella (2004) categoriza esses corpos biocibernéticos em diferentes tipos: remodelado, protético, plugado, esquadinhado, imersivo, telepresente, simulado, digitalizado e molecular. Cada uma dessas categorias representa uma faceta distinta de como o corpo humano se adapta e se transforma em resposta às inovações tecnológicas.

O cyberpunk, um subgênero da ficção científica que emergiu durante um período de incerteza tecnológica, reflete as ansiedades sobre o futuro, já presentes antes mesmo da popularização dos telefones celulares. Nos anos 1980, com o lançamento de obras emblemáticas como *Blade Runner* (1982), dirigido por Ridley Scott e baseado no romance *Androides Sonham com Ovelhas Elétricas?* (1968) de Philip K. Dick, começaram a surgir narrativas que expressavam preocupações profundas sobre as novas tecnologias. A máquina, um tema já recorrente na ficção, passou a ser intrinsecamente ligada à corporalidade e ao espaço físico, especialmente em *Blade Runner* e no livro *Neuromancer* (1984) de William Gibson, que introduziu o termo ciberespaço para descrever a dimensão virtual emergente com o advento da internet. Ao longo do tempo, a relação humana com o ciberespaço e as tecnologias digitais evoluiu, desencadeando novas culturas e reformulando as relações sociais e espaciais.

O cyberpunk transcendeu suas raízes literárias e cinematográficas para se tornar um prisma cultural e filosófico através do qual a sociedade contemporânea encara os avanços tecnológicos (Amaral, 2006). Descrito muitas vezes como tecnofóbico

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



(Santaella, 2010), esse gênero apresenta um futuro distópico onde máquinas e tecnologias não são meramente ferramentas, mas agentes ativos na degradação de uma sociedade já corroída pela desigualdade social e pela urbanização desenfreada. As narrativas cyberpunk exploradas nesta tese emergem em cenários opressivos, caracterizados por metrópoles tecnológicas onde a qualidade de vida é baixa e as tensões entre carne, concreto e metal se intensificam.

As modificações corporais, que vão desde implantes cibernéticos até transformações grotescas do corpo e da cidade (Amaral, 2008), emergem da intersecção perturbadora entre tecnologia e ambiente urbano, moldando e frequentemente desestabilizando a experiência humana. O ambiente urbano, portanto, não é apenas um pano de fundo estático; ele se torna um agente transformador que impõe sua própria lógica sobre os habitantes, tornando-se quase um personagem em si (Brown, 2010). Nesse cenário, os dilemas éticos, sociais e humanos, que são centrais nas obras cyberpunk, são agudamente sentidos e interrogados.

O cyberpunk japonês oferece uma abordagem estética e ética distinta de suas contrapartes ocidentais, abordando questões de corporalidade e tecnologia de maneira profundamente influenciada pelo contexto cultural do país (Brown, 2010). Obras como os mangás *Akira* (1982-1990), *Ghost in the Shell* (1989-1991) e *Battle Angel Alita* (1990-1995) integram elementos da filosofia e ética japonesas para examinar a corporalidade humana e seu entrelaçamento com a paisagem urbana tecnológica, muitas vezes usando a máquina anímica (LaMarre, 2009) como uma metáfora central.

Na contemporaneidade, o cyberpunk permanece relevante por refletir aspectos sociais, estéticos e comunicacionais da vida moderna (Lemos, 2004). Embora grande parte de suas obras tenha sido publicada nos anos 1980 e 1990, o gênero vai além do entretenimento, atuando como um simulacro (Baudrillard, 2023) que espelha as realidades tecnológicas emergentes e suas implicações filosóficas.

O cyberpunk explora não apenas o futuro tecnológico, mas também questões fundamentais sobre o ser humano, conforme discutido por Braidotti (2013). A crise da identidade humana abre caminho para o pós-humano, questionando os limites entre o orgânico e o tecnológico. A relação entre mente e corpo, discutida por Featherstone e

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Burrows (1996), levanta questões sobre a preservação da identidade em um mundo onde "as máquinas assumem funções orgânicas e o corpo é materialmente redesenhado" (Featherstone; Burrows, 1996, p. 215).

Além disso, o gênero reflete uma estética marcada pela escuridão e urbanização, onde a iconofagia, como definido por Baitello (2014), transforma símbolos em novos significados. Isso é visível nas representações de corpo e cidade, que são consumidos e recriados nas narrativas, revelando intensos fluxos entre os imaginários culturais e as práticas sociais. Featherstone e Burrows (1996) também apontam que o mundo cyberpunk é dominado por masculinidade, violência e corporações, onde o corpo feminino enfrenta o desdém pela carne e o abandono do físico, abrindo um espaço crítico para sua análise dentro dessas narrativas.

CRONOGRAMA

Em 2023, foram realizadas a revisão bibliográfica, a reestruturação do projeto e a elaboração do estado da arte. Essas atividades permitiram consolidar o arcabouço teórico da pesquisa e redefinir os objetivos e metodologia. Em 2024, está sendo realizada a redação do primeiro capítulo da tese, além da revisão desse capítulo e dos aspectos abordados no projeto inicial. Esta etapa é crucial para estabelecer a base da discussão teórica. Em 2025, a pesquisa avançará para a redação dos capítulos 2 e 3, com foco na análise de dados e discussão, seguida da revisão desses capítulos. Por fim, em 2026, ocorrerá a conclusão da redação da tese, seguida de sua revisão completa e preparação para a defesa da tese. A defesa representa o encerramento formal do processo de pesquisa.

REFERÊNCIAS

AMARAL, A. **Visões Perigosas:** Para uma genealogia do cyberpunk. E-Compós, 6. 2006.
<https://doi.org/10.30962/ec.81>

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



- AMARAL, A. A metrópole e o triunfo distópico: a cidade como útero necrosado na ficção cyberpunk. **Intexto**. N. 13, p. 88–102, 2008. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/4211>. Acesso em: 18 set. 2023.
- BAITELLO, N. **A era da iconofagia**: reflexões sobre imagem, comunicação mídia e cultura. Paulus, 2014.
- BRAIDOTTI, R. **The Posthuman**. Polity Press, 2013.
- BROWN, S. T. **Tokyo Cyberpunk**: Posthumanism in Japanese Visual Culture. Nova Iorque: Palgrave Macmillan, 2010.
- FEATHERSTONE, M.; BURROWS, R. **Cyberspace/Cyberbodies/Cyberpunk**: Cultures of Technological Embodiment. SAGE Publications Ltd, 1996.
- GIBSON, W. **Neuromancer**. Aleph, 2016.
- KISHIRO, Y. **Battle Angel Alita**: vol. 1. JBC, 2018
- LAMARRE, T. **The Anime Machine**: A Media Theory of Animation. University of Minnesota Press, 2009.
- LANDOWSKI, E. **Interações Arriscadas**. Estação das Letras e Cores, 2014.
- LEMOS, A. Ficção científica cyberpunk: o imaginário da cibercultura. **Conexão – Comunicação e Cultura**, UCS, v. 3, n. 6, p. 9-16, 2004.
- OTOMO, K. **Akira**: vol. 1. JBC, 2022.
- SANTAELLA, L. **Culturas e artes do pós-humano**: da cultura das mídias à cibercultura. Paulus, 2003.
- SANTAELLA, L. **Corpo e comunicação**. Paulus, 2004.
- SANTAELLA, L. **A ecologia pluralista da comunicação**: conectividade, mobilidade, ubiquidade. Paulus, 2010.
- SCOTT, R. (Dir.). **Blade Runner**: O caçador de androides. [S.l.]: Warner Bros., 1982. 1 filme (117 min), son., color.

PARTE 3

Comunicação, Identidades e Resistências

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



DEIXE A GIRA GIRAR: AFETO, VÍNCULOS E COMUNICAÇÃO EM CASAS DE UMBANDA NA REGIÃO METROPOLITANA DE NATAL

Maria Clara BEZERRA DE ARAÚJO

Doutoranda no PPGEM - Estudos da Mídia e Produção de Sentido
e-mail: [clarabez@gmail.com]

Resumo

O presente trabalho apresenta as propostas iniciais para o desenvolvimento de um projeto de pesquisa doutoral que questiona as relações entre vínculo, afeto, comunicação e comunidade a partir de uma pesquisa de campo e de uma leitura analítica das práticas e dos laços sociais percebidos em três casas de Umbanda na região metropolitana de Natal. Considerando as discussões de Sodré (2014) sobre comunicação como ciência do comum a partir do atravessamento de afetos, como também dos terreiros de religiões de matriz afro como espaços que sofrem subalternização (Carrera, 2021), a pesquisa busca identificar, a partir de uma observação participativa, como se dão os processos de comunicação para construção de comunidade (Paiva, 2012).

Palavras-chave: Umbanda, Comunicação, Vínculo, Afeto, Comunidade.

INTRODUÇÃO

As inquietações para o início deste trabalho surgiram da vivência em um ambiente de comunicação institucional, uma assessoria de Comunicação Social em um Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia, com as perguntas advindas da prática profissional. A que serve a comunicação? Como ela se vincula às diferenças entre os interesses e grupos que formam essa instituição? Quais os objetivos das decisões e práticas comunicativas em suas diferentes instâncias políticas?

Começaram a interessar mais as perguntas sobre quais nuances e sutilezas da formação de grupos sociais – como se mantém os seus vínculos e qual a participação da comunicação nesses processos. Esse interesse passava pelo que poderia existir de mais fluido e não completamente delimitado pela instalação de uma lei, buscando se desviar do que seria uma objetivação e racionalidade total do mundo, uma fratura em concepções ideológicas do que seria e ao que serviria a comunicação.

Foi dessa forma que o olhar fez um giro para as comunidades religiosas de matriz afro. Com um interesse pelo que se realiza nesses espaços do ponto de vista de uma

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



comunicação marcada pela palavra, pela música, pelo corpo e pelos gestos, os terreiros surgiram como uma possibilidade de campo de pesquisa para a investigação da comunicação e a sua relação com a formação e manutenção de vínculos através dos afetos, sem a perda do espaço enquanto perspectiva também de sagrado, “cujas determinações são feitas pela qualidade (em vez da mensuração técnico-científica)” (Sodré, 2019, p. 49-50).

Olhando para uma necessidade, como define Paiva (2012), de reconstrução do laço social brasileiro, questiona-se neste trabalho as formas com as quais as casas de práticas de religiões afro constroem e mantém as relações entre seus integrantes. Isso porque observa-se esses espaços como locais não só de resistência, quanto aos preconceitos que sofrem, mas de produção cultural intensa atrelada à manutenção e transformação de símbolos, gerando identificações e vínculos. Considera-se aqui, portanto, grupos não subalternos, mas que sofreram subalternização (Carrera, 2021).

Em geral localizados em áreas desprestigiadas ou isoladas das cidades, parecem exigir ainda mais esforços para se manterem em funcionamento. De acordo com Sodré (2019), a territorialização é dotada de força ativa, como também possui natureza físico-simbólica - ou seja, tem a capacidade de colaborar com a construção não só de ambientes concretos, mas também de sentidos, diferentes também conforme a localização. Com um domínio europeu colonizador, no Brasil, o autor explica que houve uma capitalização dos espaços, o que gerou opressão social com objetivo de esmagar as diferenças entre as pessoas. Os terreiros surgiram como espaços de sobrevivência de culturas oprimidas e levadas ao apagamento.

Mesmo com todo esse contexto, quais processos permitem a esses espaços se manterem atuantes, vivos e agregadores de pessoas e sentidos? Poderiam eles nos indicar outras chaves para a construção dos vínculos entre as pessoas e a condução de nossas práticas sociais, tendo a comunicação, como defende Sodré (2014), como a ciência do que evidencia e põe em comum? Poderiam ser os terreiros espaços para a investigação de outras formas de comunicação?

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



MÉTODO

Partindo dessas reflexões, o trabalho aqui apresentado propõe-se a fazer uma pesquisa observatória e analítica dos modos e processos de vínculo em casas de Umbanda da região metropolitana de Natal. Até o momento, foram visitadas três dessas casas, podendo o campo ampliar-se conforme o decorrer da pesquisa. São elas:

- Tenda de Umbanda Caboclo Sete Flechas
Líder: Mãe Francisca de Oxum
Extremoz (Grande Natal)
- Tenda de Umbanda Caminhos de Aruanda
Líder: Mãe Karina de Oxum
Parnamirim (Grande Natal)
- Centro Espírita de Umbanda Cabocla Anair (1969)
Líder: Mãe Aldelícia de Oxum
Quintas (Bairro de Natal)

Considerando o trabalho de Spivak (2010) sobre a necessidade de dar voz e não interpretação ao subalterno, tirando-o do lugar de objeto de pesquisa para o de sujeito, além da observação participativa e produção de diário de campo a partir do que for percebido na presencialidade nesses espaços, propõe-se ainda fazer uma série de entrevistas com as líderes das casas pesquisadas.

Com temas que devem ser definidos conforme o desenvolvimento da pesquisa, o planejamento é transformar essas entrevistas em material a ser compartilhado publicamente, como uma série de podcasts, com o objetivo de promover a disseminação da cultura de terreiro e o atravessamento de espaços, fazendo girar a prática e os sentidos ali encontrados.

O objetivo principal da pesquisa, portanto, é observar como se dão os processos de comunicação em casas de Umbanda na região metropolitana de Natal, a fim de perceber como se constroem vínculos e comunidade nesses grupos. Como objetivos específicos, busca-se também participar dos ritos nas casas selecionadas por um período

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



de um ano, a fim de também construir vínculos com os participantes, observar quais afetos e estratégias comunicativas estão presentes nessas casas e nos seus rituais e produzir materiais de divulgação sobre as práticas das casas, de acordo com o que for apresentado pelas líderes e outros participantes, a fim de promover o conhecimento sobre a cultura ali desenvolvida.

A produção desse material vai depender do interesse e do que for colocado pelos frequentadores das casas, a fim de que não seja um ato arbitrário e imposto pela pesquisadora e também não desrespeite o que está no âmbito do privado em suas práticas.

PRIMEIRAS DISCUSSÕES

Parte-se neste trabalho, como já dito, de inquietações acerca de como se constroem vínculos entre pessoas, chegando ao conceito de comunidade e o papel da comunicação como elo essencial a ela:

no necessário rearranjo de pessoas e coisas, a comunicação revela-se como principal forma organizativa. Acentuamos o ‘revelar-se’ porque comunicação significa, de fato, em sua radicalidade, o fazer organizativo das mediações imprescindíveis ao comum humano (Sodré, 2014, p. 14-15).

De acordo com Sodré (2014), existiria uma força transcendente, oculta ou inconsciente, que estabeleceria as bases para a organização humana, passando pelo que há de comum entre os indivíduos. Isso teria sido interpretado e utilizado pelas tecnologias eletrônicas. Assim, as palavras, os gestos e os sinais poderiam ser apreendidos e calculados, mas a instância da comunicação não se definiria por esses fatores objetivos, mas por sua dimensão simbólica, onde seriam possíveis as trocas entre pessoas. Teríamos portanto a comunicação como uma base existencial dos vínculos entre indivíduos, vínculos esses que poderiam se transformar em atos – nas construções tanto simbólicas quanto concretas do ponto de vista social.

Sobre os terreiros no Brasil, Sodré (2019) defende que, com a desterritorialização física do negro vindo da África, com a perda do seu viés guerreiro, houve como saída uma reterritorialização simbólica, por meio do culto dos seus deuses, da

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



institucionalização das festas e das dramatizações realizadas a partir da música e da dança. De acordo com ele, os cultos negros no Brasil podem assumir os nomes de candomblé, Xangô, pajelança, jurema, catimbó, tambor de mina, umbanda ou outro, sendo conjuntos organizados de representações litúrgicas. Além disso, ele destaca como os cultos das religiões de matriz africana podem lembrar esse viés de união entre dois mundos, o visível e o invisível: “ali se acham presentes as representações dos grandes espaços em que se assenta a existência: o orum (o invisível, o além) e o ayê (mundo visível). Visível e invisível são como duas metades de uma cabaça (igba nla meji)” (Sodré, 2019, p. 53).

Quanto ao que é invisível e defendendo uma estratégia sensível para os processos de comunicação, o autor evidencia neles “o lugar singularíssimo do afeto” (Sodré, 2006, p. 11), responsável por criar ou destruir os elos que geram conectividade, uma vez que os afetos nem sempre se referem a sentimentos bons, como geralmente são interpretados. Para ele, esses processos têm mais a ver com o sensível do que com uma medida racional, sendo urgente outra posição interpretativa para o campo da comunicação. Isso porque, segundo ele, a dimensão sensível vem sendo isolada para dar espaço a lógicas mecânicas e calculadas em benefício de garantir a soberania do capital.

Dessa maneira, o novo na comunicação não emerge, não há lugar para uma escuta verdadeira, uma vez que se objetiva quase sempre repetir modelos e roteiros premeditados. Seria necessário, ao contrário disso, orientar-se por estratégias espontâneas: “a dimensão do sensível implica uma estratégia de aproximação das diferenças - decorrente de um ajustamento afetivo, somático, entre partes diferentes num processo” (Sodré, 2006, p. 11).

Com relação às preocupações sociais, Paiva (2012) reflete sobre a estrutura comunitária, sua forma social e as suas possibilidades de comunicação. Ela destaca que estamos virtualmente ligados e dependentes uns dos outros de uma forma que nunca gostaríamos de ter sido. Ao mesmo tempo, pontua que nos deparamos com modelos de relações que não funcionam mais, ao passo que novas maneiras de se relacionar podem ser planejadas e criadas. “Diante de um cenário de tamanha incerteza, até mesmo quanto à possibilidade de sobrevivência da espécie humana, parece imprescindível que se busquem pensamentos e teorias que nunca foram pensados” (Paiva, 2012, p. 66).

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



CRONOGRAMA

O trabalho ao qual se lança esta pesquisa busca abordar o caráter humano da comunicação, gerador, agregador e disseminador de cultura, em suas formas simbólicas, esboçando-se como proposta cronológica de pesquisa:

ATIVIDADE	TEMPO
Leitura e produção de caminhos teóricos	2024 A 2027
Participações iniciais nos rituais das casas de Umbanda selecionadas na região metropolitana de Natal	2024
Participação nos rituais das casas de Umbanda selecionadas com produção de diário de campo	2025
Produção de material de divulgação em podcasts	2026
Escrita e defesa da tese	2027

Com esse desenho metodológico, busca-se ter como resultado da pesquisa não apenas um material acadêmico, mas de valor popular e social, que possa nos auxiliar a perceber e construir outras bases para as formas de comunicação, reforçando os vínculos e os sentidos que emergem dos espaços de resistência de culturas afro brasileiras.

REFERÊNCIAS

- CARRERA, Fernanda. **Roleta interseccional**: proposta metodológica para análises em Comunicação. In: ECompós. 2021.
COLLINS, Patricia Hill. **Bem mais que ideias**: a interseccionalidade como teoria social crítica. 1 ed. - São Paulo: Boitempo, 2022. .

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



MARTINS, Leda Maria. **Performances do tempo espiralar:** poéticas do corpo-tela. Rio de Janeiro: Cobogó, 2021.

MATO, Daniel. **Heterogeneidade social e institucional, interculturalidade e comunicação intercultural.** MATRIZes, Ano 6, nº 1, jul./dez 2012.

PAIVA, Raquel. **Novas formas de comunitarismo no cenário da visibilidade total:** a comunidade do afeto. MATRIZes, Ano 6, nº 1, jul./dez 2012.

SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis:** afeto, mídia e política. Rio de Janeiro: Vozes, 2006.
_____, Muniz. **A Ciência do Comum:** notas para o método comunicacional. Petrópolis: Vozes, 2014.

SPIVAK, Gayatri Chakravorty. **Pode o subalterno falar?** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



UMA PROPOSTA METODOLÓGICA DAS ENCRUZILHADAS ESPIRALARES PARA A COMUNICAÇÃO: APLICAÇÃO NO *PASSINHO DOS MALOKA*

Danilo MEIRELES

Doutorando no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais
e-mail: meirelesdanilo9@gmail.com

Resumo

Com base nas cosmogonias e cosmologias afro-brasileiras sobre Exu, orixá transladado na diáspora africana para a América Latina, busco fornecer para os Estudos em Comunicação uma abordagem metodológica das encruzilhadas espiralares. Objetiva-se produzir uma abordagem metodológica baseada nas cosmogonias e cosmologias de Exu para a leitura e análise de produções audiovisuais de sujeitos marginalizados. Visa-se com ela a leitura e análise de produtos midiáticos produzidos por sujeitos subalternizados ou de sujeitos marginalizados representados em produções de outrem. A metodologia empregada para a produção de outra abordagem metodológica se dá, primeiramente, pela apreensão das cosmogonias e cosmologias de Exu; a formulação de categorias de análise, que preliminarmente são: corpo-dança, corpo-encruzilhada, corpo-território (e outras que estão em processo de laboração) foram desenvolvidas com base em uma abordagem qualitativa, com vistas a apreensão do enunciado enquanto uma categoria metodologizante da análise de discurso foucaultiana, que serve para a interpretação e análise de diversas materialidades. A elaboração desta abordagem metodológica pretende alcançar outros modos de leitura e análise que se façam ainda mais apropriadas e amplas para a compreensão das produções de sujeitos historicamente oprimidos. É uma proposta metodológica que se baseia em aspectos históricos, culturais, religiosos, filosóficos, políticos e na corporeidade do - e produzida pelo - povo negro da diáspora africana no Brasil.

Palavras-chave

Cosmogonias e cosmologias de Exu; Encruzilhadas espiralares; Corpo; Passinho dos maloka.

INTRODUÇÃO

Com base nas cosmogonias¹ e cosmologias² afro-brasileiras sobre Exu, busco oferecer para os Estudos em Comunicação uma abordagem metodológica a que tenho

¹ As cosmogonias são os mitos fundadores e os modos simbólicos que cada povo tem de contar sobre a origem do mundo. Cada cultura conta sua história e suas lendas ao seu modo, a partir de princípios religiosos, míticos ou científicos tentam explicar a origem do universo que influenciam a nossa visão de mundo. Disponível em: <https://www.ufmg.br/espacodoconhecimento/cosmogonias-e-cosmologia/>. Acesso em: 20 abr. 2024.

² Diferentemente das cosmogonias, as cosmologias são narrativas escritas e têm um autor. São menos figurativas que as cosmogonias e mais conceituais, abstratas e sistemáticas. Como na abordagem científica, buscam desvendar metodicamente os princípios e as leis da natureza que atuariam desde sempre e sem interferências divinas. Disponível em: <https://www.ufmg.br/espacodoconhecimento/cosmogonias-e-cosmologia/>. Acesso em: 20 abr. 2024.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



chamado de encruzilhadas espiralares. Com ela, visa-se a leitura e análise de produtos midiáticos produzidos por sujeitos subalternizados ou de sujeitos marginalizados representados em produções de outrem. Considerando esta uma episteme de cruzo e espiralar, ela se prolonga e se intersecta na tentativa de alcançar sujeitos historicamente oprimidos. É uma proposta metodológica baseada na história, cultura, religião, filosofia, política e na corporeidade do povo negro.

Problematiza-se, a princípio, uma episteme afro-brasileira que desestabilize o lugar de primazia das epistemes judaico-cristãs que povoam a constituição dos saberes e das disciplinas normalizadas na academia brasileira. Com base em uma episteme afro-brasileira sobre Exu, busca-se compreender maneiras de instrumentalizar tais conhecimentos para se estudar fenômenos comunicacionais que tenham no centro de seu funcionamento práticas, sobretudo corporais de sujeitos historicamente marginalizados.

A partir desse entendimento surge a seguinte **questão de pesquisa**: como as cosmogonias e cosmologias afro-brasileiras sobre Exu podem integrar o campo da Comunicação, oferecendo outra abordagem metodológica baseada na concepção das encruzilhadas espiralares?

Para responder a essa questão traçou-se os seguintes objetivos: **objetivo geral**, produzir uma abordagem metodológica baseada nas cosmogonias e cosmologias de Exu para a leitura e análise de produções audiovisuais de sujeitos marginalizados; **objetivos específicos**, a) elaborar um argumento de caráter epistemológico sobre a deidade Exu, com base nas concepções afro-brasileiras, que funcione para os estudos em Comunicação, b) determinar as categorias de análises de arcabouço teórico afro-brasileiro para o desenvolvimento da noção das encruzilhadas espiralares, c) montar um esquema didático e ilustrado da abordagem metodológica, d) aplicar a abordagem metodológica no *Passinho dos Maloka*³.

O *Passinho dos Maloka* do Recife é um movimento de dança do nordeste brasileiro em que o funk tem a incorporação do brega, nomeado bregafunk. Com

³ O desvio gramatical, da falta de concordância em número, obedece à norma dos falantes que mobilizam este enunciado.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



inspiração na swingueira, ritmo pernambucano que utiliza movimentos de dança com a pelve, ombros e braços (Rocha, 2019). O termo “maloka” vem de maloqueiro, como por vezes o pessoal da periferia é referido (Kondzilla, 2020). Nele consideram-se: corporeidade, movimento, estética própria, cultura e saberes popular. É uma manifestação corporal (dança) e musical (brega-funk).

Para dar conta da questão de pesquisa e dos objetivos, foram elaborados dois grandes **recortes de pesquisa**: no primeiro, busca-se situar uma episteme fundada nas cosmogonias e cosmologias afro-brasileiras sobre Exu, que ofereça condições de argumento para a proposição da abordagem metodológica das encruzilhadas espiralares, constituindo assim um espaço nos estudos da comunicação; e, no segundo, a aplicação da abordagem metodológica no corpus produzido com base no fenômeno *Passinho dos Maloka*, considerando este um movimento produzido por sujeitos marginalizados que se manifestam por meio de suas práticas dançantes e mantêm relação temática com as categorias elencadas pelas encruzilhadas espiralares, apresentadas preliminarmente, como o corpo-dança, o corpo-encruzilhada, o corpo-território, além da ética e estética como política de sobrevivência, com vistas o exercício da comunicação dos corpos em requisição da visibilidade e da cidadania.

A **hipótese** é a de que as cosmogonias e cosmologias sobre Exu possibilitam a criação de uma abordagem metodológica constituída por uma episteme de escopo afro-brasileiro, voltada para as especificidades analíticas da produção midiática de sujeitos marginalizados.

MÉTODO

A abordagem metodológica é de natureza qualitativa e se valerá de aparatos transmetodológicos, como a Etnografia e a Netnografia. O método de abordagem se dará pela Análise do Discurso foucaultiana, levando em consideração a categoria do enunciado como princípio de análise.

A produção do corpus da pesquisa se dará também em duas dimensões: a primeira, com uma extensa reunião bibliográfica sobre Exu, encruzilhada e o *Passinho dos Maloka*, nas áreas da Comunicação, Artes e Linguagens, com a finalidade de

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



aglutinar e destrinchar o que já foi produzido, para que funcionem como fundamentação à abordagem metodológica a que me proponho produzir; e, na segunda, depois da produção da metodologia, a reunião de vídeos e fotos produzidos pelos dançantes do *Passinho dos Maloka* tanto no *Instagram*, quanto no *YouTube*. Neste caso, considera-se inicialmente a análises aleatórias das publicações dos perfis e canais relacionados ao trabalho de Alê Oliveira, Frajola Oficial, Vitor Kebradeira, Anderson Neiff, Robertinho Oficial e Artur Borges (ainda serão rastreados perfis e canais femininos).

Na segunda dimensão da produção do corpus para a aplicação da abordagem metodológica das encruzilhadas espiralares serão consideradas as seguintes **estratégias metodológicas**: etnográfica e netnográfica. Na dimensão etnográfica serão adotados cinco aspectos fundamentais, como destacados no quadro 01:

Quadro 01 - aspectos norteadores da etnografia

Aspecto norteador	Detalhamento
A técnica	Neste caso, será uso da observação participante; os <i>instrumentos</i> serão o uso da própria observação, o caderno de anotações, e posterior a minha agregação ao grupo, o registros fotográficos e produção de vídeos.
O tempo de execução	Estima-se que serão três meses.
As etapas do trabalho	Dar-se-ão em revisão bibliográfica sobre as produções que tomam o <i>Passinho dos Maloka</i> como objeto de pesquisa, o levantamento do campo, a ida para o campo, a coleção dos dados, a formação do corpus de análise da etnografia, o tratamento dos dados em categorias de análise e o resultado de confirmação ou negação da tese.
O tratamento dos dados	Dar-se-á com base nos conteúdos escrito no caderno de anotações em que serão reescritos em uma tabela que diferencia impressões pessoais e informações próprias do fenômeno estudado, depois dessa separação, as informações próprias do fenômeno serão organizadas por agrupamentos sínicos o que possibilitará a relação com as categorias das encruzilhadas espiralares ou mesmo a criação de outras, os registros fotográficos e de vídeos funcionarão como índices do que fora anotado e servirão de corpus de análise, os critérios de inclusão e de exclusão ainda serão atribuídos.
A análise dos dados	Dar-se-á a partir de uma intersecção com a Análise do Discurso foucaultiana a partir da noção de enunciado, sendo ele o átomo da discursividade, alocados possivelmente nas dimensões sonora, corporal, coreográfica, estética, territorial e midiática.

Fonte: pelo autor, 2024 com base em Geertz (2001); Amaral, Natal, Viana (2009); Fragoso, Recuero, Amaral (2011).

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Tratando-se dos aspectos norteadores da aplicação da netnografia, temos então o quadro 02 que define:

Quadro 02 - aspectos norteadores da netnografia

Aspecto norteador	Detalhamento
O campo	O <i>Instagram</i> e <i>Youtube</i> .
A comunidade a ser estudada	Ainda não está totalmente definida, mas já temos alguns perfis e canais sendo acompanhados, como os de Alê Oliveira, Frajola Oficial, Vitor Kebradeira, Anderson Neiff, Artur Borges e Robertinho Oficial (ainda serão definidos os perfis e canais femininos).
O procedimento de entrada	Dá-se no <i>Instagram</i> e <i>Youtube</i> acompanhando as atualizações dos perfis e canais e monitoramento de postagens de vídeos e fotos.
A adoção de medidas éticas	Uma das medidas está consolidada nos limites estabelecidos pelo próprio código de uso da plataforma, também no de me apresentar para todos os sujeitos da pesquisa como seguidor, admirador do trabalho deles e pesquisador de suas práticas dançantes, outra medida se dá em um termo de consentimento de uso das imagens e vídeos para fins de estudo, embora as imagens estejam públicas gostaria de tratar os sujeitos que performatizam em rede como detentores de suas próprias imagens, visto que não quero sublimar nomes, rostos etc.
A coleta dos dados	Dar-se-á a partir do acompanhamento dos perfis e canais. O critério de seleção dos perfis foi se consolidando conforme a rede que se desdobra a partir dos principais sujeitos com mais seguidores e influencia no <i>Instagram</i> e <i>Youtube</i> , no nicho de dançantes do <i>Passinho dos Maloka</i> . Estão sendo levantados dados arquivais, tais quais imagens e vídeos, considerando a temporalidade dispersa, elaborada sobre a aleatoriedade.

Fonte: pelo autor, 2024 com base em Geertz (2001); Amaral, Natal, Viana (2009); Fragoso, Recuero, Amaral (2011).

Por se tratar de uma abordagem das encruzilhadas, o processamento dos dados produzidos tanto na etnografia, quanto na netnografia, passarão por uma incursão interpretativa e analítica que se baseia na Análise de Discurso foucaultiana que toma como base os enunciados presentes nas práticas discursivas dos sujeitos em voga.

PRIMEIRAS DISCUSSÕES

É com base nas relações entre história, cultura e pensamentos Iorubá e Banto, “povos cujos domínios territorial, linguístico e de cosmopercepção são muito extensos e de vasto alcance, tanto em África quanto no Brasil” (Martíns, 2023, p. 28), que neste trabalho se privilegia Exu. Ele que é o elemento cosmogônico e cosmológico em

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



comum entre esses povos que foram transladados para o Brasil, tendo assim sua celebração e culto a este orixá (divindade) como algo que os vincula.

Exu é aquele “que estabelece a comunicação entre os diferentes planos e personagens deste mundo e do mundo paralelo dos deuses e espíritos” (Prandi, 2000, p. 61), “se trata do princípio dinâmico do sistema simbólico inteiro, relacionando-se, portanto, com tudo o que existe, desde as divindades (os orixás) até os entes vivos e mortos” (Sodré, 2017, p. 207).

Em conformidade e complementariedade a esses autores, Rufino (2019) destaca que Exu, por ser um orixá primordial e por trazer no seu caráter o princípio dinâmico ele “corre mundo cruzando as barras do tempo, dinamizando as energias vitais que encarnam tudo o que é criado, [...] a função de Exu, enquanto portador do axé, é crucial para a compreensão dos conceitos de vida e morte nas culturas negro-africanas” (Rufino, 2019, p. 65), nesse sentido, ocorre afirmar que, “Axé e Exu são conceitos fundamentais, que nos possibilitam a prática de um *rolê epistemológico* em torno de noções que sofreram intensa supressão ocidental” (Rufino, 2019, p. 65).

A tomada de Exu e do Axé como potências epistemológicas para ampliação dos estudos em comunicação imantam a proposta em curso, pois fornecem as ferramentas para a prática do *rolê epistemológico* do qual o autor fala, que seria buscar nas sabedorias da capoeira, as ações de desvios, esquivas e avanços, uma espécie de jogo que se opera em função de movimento de desvio para conquistar espaço, o que não pretende a aniquilação de nenhuma outra episteme, mas a “sedução, o destronamento, o drible e o golpe” (Rufino, 2018, p. 79) que amalgamam às artimanhas da ginga, investidos com intenção de promover a abertura para outros saberes.

Enquanto concepção dinâmica e que rege a comunicação, Exu oferece possibilidades, aglutinação, o que convida para o debate a própria concepção de comunidade. Sendo assim, o ser compreendido em sua individualidade ele é destacado para outros campos da existência a fim de se dar lugar ao comum “que faz acontecer a comunicação enquanto dimensão vinculativa ou relacional. Primeiro, a comunicação inerente à relação entre deuses e homens, portanto, nos termos da cosmogonia iorubá, entre o espaço suprassensível (*orun*) e o natural (*aiê*)” (Sodré, 2017, p. 210).

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Muniz Sodré (2017) considera que “Exu pertence visceralmente à comunicação, uma vez que resulta, enquanto filho prototípico na criação do ser humano, da interação de água (elemento masculino) e terra (elemento feminino), sendo assim o portador mítico do sêmen e do útero ancestral” (2017, p. 210). Nesse último caso, trata-se de uma simbologia, da aglutinação de ambivalências e a potência de Exu de transformar as binariedades em possibilidades outras, em uma coisa terceira. Sendo assim, “a comunicação implicada refere-se primordialmente a um comportamento ou à ação simbólica de vincular ou pôr em comum partes diferentes no interior de um sistema” (Sodré, 2017, p. 210).

A potência de Exu, aqui, não se inscreve como mera alegoria, pois é um tratado ético, filosófico, político e poético. Dessa forma, tais conhecimentos surgem como práticas propositivas decoloniais, resistentes e transgressoras (Rufino, 2017), fundamentadas e orientadas por valores éticos distintos (ancestrais), alheios às lógicas do pensamento judaico-cristão ocidental.

Além da teologia e da religião, os conceitos e estudos com raízes nos saberes judaico-cristão também podem ser identificados em diversas outras áreas de conhecimento. Alguns exemplos incluem: Ética e Filosofia Moral: muitos conceitos éticos fundamentais, como a noção de *dignidade humana*, o *valor da vida*, a *justiça social* e a *moralidade*, têm suas origens na tradição judaico-cristã. Conceitos frequentemente discutidos e estudados em departamentos de filosofia e ética; Literatura e Estudos Culturais: as narrativas bíblicas e os temas religiosos influenciam profundamente a literatura e a cultura ocidental. A análise de textos literários à luz da tradição judaico-cristã é uma área de estudo na literatura e estudos culturais; História e Ciências Sociais: a compreensão do papel da religião na formação das sociedades, bem como a influência das tradições judaico-cristãs em eventos históricos e movimentos sociais; e, Direito e Justiça: muitos princípios jurídicos fundamentais têm origens na tradição judaico-cristã, incluindo conceitos como justiça, igualdade perante a lei e direitos humanos.

Esses são apenas alguns exemplos, mas a influência dos saberes judaico-cristão pode ser encontrada em uma gama de disciplinas acadêmicas, contribuindo para a

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



compreensão do pensamento ocidental e suas ramificações em diferentes aspectos da sociedade contemporânea.

Com isso, proponho outra episteme, outras camadas de saberes que podem ser considerados marginais e que carregam potencial para outras visadas sobre os fenômenos comunicacionais, tal qual o *Passinho dos Maloka*.

CRONOGRAMA

O projeto de tese está em curso e tem seu primeiro capítulo fechado, nele foi levantado um arcabouço teórico que toma as epistemologias de Exu como argumento para a produção de uma metodologia; alguns artigos estão sendo publicados dentro desse tema favorecendo a produção de categorias de análise (antes da própria produção do corpus de análise da segunda fase da pesquisa, a saber a sua aplicação no *Passinho dos Maloka*); segue-se também das etapas de: finalização do estado da arte, produção da abordagem metodológica, ida ao campo, produção e edição do corpus do campo, seleção do corpus no *Instagram* e *Youtube*, edição, leituras e análises dos corpus e a produção do segundo capítulo teórico.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Adriana; NATAL, Geórgia; VIANA, Lucina. **Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital**. II Colóquio Binacional Brasil-México de Ciências da Comunicação. São Paulo – Brasil, 2009.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

GEERTZ, C. **Nova luz sobre a antropologia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

MARTÍNS, Leda Maria. **Performances do tempo espiralar: poéticas do corpo-tela**. 1^a edição, Rio de Janeiro: Cobogó, 2021.

SODRÉ, Muniz. **Pensar nagô**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2017.

RUFINO, Luiz. **Exu e a Pedagogia das Encruzilhadas**. 2017. 231 f. Tese (Doutorado)– Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

RUFINO, Luiz. Pedagogias das encruzilhadas. **Revista Periferia**, v.10, n.1, p. 71 - 88, Jan./Jun. 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.12957/periferia.2018.31504> . Acesso em: 10 mar. 2024.

RUFINO, Luiz. **Pedagogia das encruzilhadas**. Rio de Janeiro: MV Serviços e Editora, 2019..

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Salaam Aleikum¹: análise da recepção de mulheres muçulmanas de Natal/RN sobre a série Ms. Marvel

Luciano Vagno da SILVA

Mestrando no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais/Produção de Sentido
e-mail: luciano.vagno.702@ufrn.edu.br

Resumo

O presente trabalho tem o objetivo de analisar a percepção de mulheres da Comunidade Islâmica de Natal/RN sobre a representação muçulmana na série Ms. Marvel, primeira obra dos Estudos Marvel protagonizada por uma super-heroína muçulmana. Nossa pesquisa, de viés qualitativo, terá como base as teorias de Midiatização (Martino, 2012) e de Mediação (Barros, 2012) e será realizada a partir das metodologias de Recepção Midiática (Acedo *et al.*, 2019; Trindade e Annibal, 2010) e de Pesquisa de Campo (Lakatos e Marconi, 2003; Brandão, Gill e Stabile, 2014), por meio da qual realizaremos entrevistas em mesquitas localizadas na capital potiguar.

Palavras-chave

Midiatização, Recepção Midiática, Ms. Marvel, Muçulmanos, Natal/RN.

INTRODUÇÃO

No dia 8 de junho de 2022, estreou, na plataforma de *streaming* Disney Plus, a série Ms. Marvel, do Marvel Studios. Com seis episódios, que vão de 41 a 52 minutos, a obra é protagonizada pela adolescente de 16 anos Kamala Khan (Iman Vellani), apaixonada por super-heróis. Entre as dezenas de produções do estúdio cinematográfico norte-americano, a referida obra se destaca por ser o primeiro produto do catálogo protagonizado por uma personagem muçulmana.

Ms. Marvel chega à grande mídia como tentativa de construir uma nova imagem para os seguidores da segunda maior religião do mundo, com 1,8 bilhão de adeptos (Federação das Associações Muçulmanas do Brasil, s/d), que, ainda, está atrelada a um

¹ Saudação árabe utilizada por muçulmanos como forma de saudação. Significa “Que a paz esteja convosco”.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



estereótipo negativo. Moreira (2007) explica que tal fato foi fortificado após os atentados de 11 de setembro de 2001:

Isso ficou claro quando logo após o ataque contra as torres gêmeas do World Trade Center e ao Pentágono (Bush) denominou a caçada aos autores do acontecimento de Justiça Infinita, numa clara referência aos valores divinos, além de afirmar que se tratava de uma luta do Bem (representado pelos Estados Unidos e aliados) contra o Mal, o outro fundamentalista (terroristas e os países que os abrigam). (MOREIRA, 2007, p. 16)

Em entrevista ao site Metrópoles, assinada pelo jornalista Gabriel Lima, em 2022, a quadrinista e criadora da personagem, Sana Amanat, declarou que, através da série, busca quebrar estereótipos negativos dos muçulmanos. “As pessoas têm certas percepções dos muçulmanos no mundo e nós só queríamos normalizar esta experiência” (Lima, 2022).

Assim, surge a questão: qual a percepção de mulheres muçulmanas que vivem em Natal/RN sobre a série? Dessa forma, esta pesquisa tem o objetivo de realizar um estudo sobre a percepção de mulheres, com faixa etária de até 50 anos, pertencentes à Comunidade Islâmica de Natal/RN, consumidoras da referida obra.

A realização deste trabalho se justifica a partir de uma ordem prática, ao trazer para o centro do debate uma comunidade religiosa que enfrenta a islamofobia (nome dado ao preconceito sofrido por muçulmanos). Justifica-se, também, com uma ordem teórica, ao contribuir com a linha de pesquisa de Comunicação e Religião. Por fim, a justificativa parte de uma ordem pessoal, pois o interesse e pesquisa pela temática acompanha este pesquisador desde a graduação, cujo trabalho de conclusão de curso (TCC) resultou em uma reportagem sobre a primeira mesquita de Natal/RN e os frequentadores desta².

Supomos, com base no público-alvo da obra (infanto-juvenil), que as telespectadoras não devam estar na faixa etária da terceira idade. No tocante aos resultados obtidos, supomos que as entrevistadas considerarão importante a representação

² Reportagem “Natal de Allah: a vida e a fé de muçulmanos que vivem na capital potiguar”, de Luciano Vagno da Silva. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/53260>. Acesso em: 22 jun. 2024.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



islâmica na mídia. Contudo, o fato de a protagonista e de outras personagens islâmicas femininas não utilizarem o *hijab* (véu que cobre cabelo, pescoço e ombros de mulheres muçulmanas) a todo o momento pode ocasionar uma reprevação da representação muçulmana na série.

MÉTODO

Buscaremos, através desta pesquisa, analisar a percepção das mulheres muçulmanas residentes em Natal sobre a série Ms. Marvel. Acedo *et al.* (2019, p. 31) explicam que os estudos de recepção midiática “evidenciam os alcances das leituras críticas que as audiências fazem”. Trindade e Annibal (2010, p. 46), por sua vez, ressaltam que a recepção “engloba a decodificação do verbal e a interpretação de um conjunto de manifestações de linguagens que compõem o universo cultural do cotidiano que se encontra midiatizado, constituído de saberes comuns partilhados pelas várias culturas”.

A produção deste trabalho será possível através de pesquisa de campo. Conforme Lakatos e Marconi (2003, p. 186), essa metodologia “consiste na observação de fatos e fenômenos tal como ocorrem espontaneamente, na coleta de dados a eles referentes e no registro de variáveis que se presume relevantes, para analisá-los”. A partir disso, visitaremos as três mesquitas que compõem a Comunidade Islâmica de Natal: a “Mesquita Maria, a Mãe de Jesus”, localizada no bairro Ponta Negra; a Mesquita Omar, no bairro Alecrim; e a Mesquita de Petrópolis, situada no bairro Petrópolis.

Brandão, Gill e Stabile (2014, p. 4) listam algumas formas de execução dessa metodologia, as quais buscam analisar as características de fatos ou fenômenos, avaliar programas ou isolar variáveis principais ou chave, para, desse modo, “fornecer dados para a verificação de hipóteses”. São elas: entrevista, questionários, formulários e amostragem.

Para nossa pesquisa, realizaremos entrevistas, que, de acordo Lakatos e Marconi (2003, p. 195), são definidas como “um encontro entre duas pessoas, a fim de que uma delas obtenha informações a respeito de determinado assunto, mediante uma conversação de natureza profissional”. Almejamos entrevistar de três a seis mulheres, a fim de haver

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



de uma a duas representações de cada mesquita potiguar. As entrevistas serão semiestruturadas, a fim subsidiar nossa pesquisa em campo, dando-nos um ponto de partida em comum para os questionamentos a serem feitos. Lima (2016, p. 27), explica que, na entrevista semiestruturada, “o entrevistador segue um determinado número de questões principais e específicas, em uma ordem prevista, mas é livre para incluir outras”.

PRIMEIRAS DISCUSSÕES

Para a elaboração de nossa pesquisa, trabalharemos com o conceito de Midiatização. Martino (2012, p. 222) explica que o processo de midiatização pode ser entendido como “o conjunto das transformações ocorridas na sociedade contemporânea relacionadas ao desenvolvimento dos meios eletrônicos e virtuais da comunicação”. Ou seja, através da midiatização, os meios digitais, especialmente os de comunicação, transmitem representações. De acordo com Freitas e Simões (2023):

as representações têm sido entendidas pela investigação sobre os media como um processo de reapresentação no qual membros de uma sociedade recorrem a sistemas de signos para produzir significado, sendo esse processo em si a essência e o fator de maior valor da representação mediática. Grifo dos autores (Freitas e Simões, 2023, p. 41).

Nesse contexto, a mensagem produzida pela mídia passa a contribuir com a forma pela qual o receptor percebe e interpreta o mundo ao seu redor. Barros (2012, p. 85) aponta que “a sociedade contemporânea está estruturada em uma lógica midiática que dá sustentação à consciência e à construção do indivíduo e do grupo”. Dito isso, podemos concluir que os detentores dos meios midiáticos possuem o poder de construir narrativas a indivíduos e grupos sociais.

Mensagem e signos são atravessados por mediações. Barros (2012, p. 83) explica que elas “estruturam os processos de recepção e subsidiam a produção de sentidos, vivenciada nas experiências cotidianas do receptor, em suas relações com o outro, em sua condição cultural construída no espaço da coletividade”. Compactuamos com o autor ao afirmar que os conceitos de mediação e midiatização devem ser vistos como

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



complementares (Barros, 2012). Assim, tais conceitos nortearão a construção de nosso trabalho.

CRONOGRAMA

Para a realização de nossa pesquisa, seguiremos o seguinte cronograma. No presente momento, estamos dando continuidade à leitura do material bibliográfico.

Atividade	Período						
	Maio-mar 2024	Jun-ago 2024	Set-dez 2024	Jan-abr 2025	Maio-ago 2025	Set-dez 2025	Jan-fev 2026
Leitura do material bibliográfico	X	X	X	X	X	X	
Realização das entrevistas				X			
Análises das respostas obtidas				X	X		
Qualificação						X	
Revisão						X	
Defesa da dissertação							X

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



REFERÊNCIAS

ACEDO, Beatriz Elena Inzunza; CÁZARE, Patrícia Montserrat Robles; CUEVAS, María Fernanda; RODRÍGUEZ, Luis Fernando Rodríguez. Percepciones de Realismo en Black Mirror: Estudio de Recepción en Audiencias Mexicanas. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, [S. l.], v. 15, n. 29, 2019. Disponível em: <https://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/488>. Acesso em: 22 jun. 2024.

BARROS, Laan Mendes. Recepção, mediação e midiatização: conexões entre teorias europeias e latino americanas. In: MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda. **Mediação & midiatização**. Salvador: EDUFBA, 2012. p. 80-106.

BRANDÃO, Arthur Honório; GILL, Larissa Fabiana; STABILE, Luis Enrique. **Pesquisa de Campo**. 2014. 12 f. Trabalho de avaliação semestral – Curso de Economia, Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul. Disponível em: https://www.academia.edu/8494232/Pesquisa_de_Campo. Acesslo em: 22 jun. 2024.

FEDERAÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES MUÇULMANAS DO BRASIL. **Perguntas frequentes**, s/d. Disponível em: <https://www.fambras.org.br/perguntas-frequentes>. Acesso em: 29 mai. 2023.

FREITAS, Gustavo; SIMÕES, Rita Basílio. Género, Diversidade e Populismo: Representação Mediática de Atores Políticos. **Media & Jornalismo**, [S. l.], v. 23, n. 43, p. 37-54, 2023. DOI: 10.14195/2183-5462_43_2. Disponível em: <https://impactum-journals.uc.pt/mj/article/view/13133>. Acesso em: 30 ago. 2024.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Mariana de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2003.

LIMA, Gabriel. **Metrópoles**. “Ms. Marvel está quebrando estereótipos de mulçumanos”, diz criadora. 25 set 2022. Disponível em: <https://www.metropoles.com/entretenimento/cinema/ms-marvel-esta-quebrando-estereotipos-de-mulcumanos-diz-criadora>. Acesso em: 23 abril 2024.

LIMA, Márcia. O uso da entrevista na pesquisa empírica. In: ABDAL, Alexandre; OLIVEIRA, Maria Carolina Vasconcelos; GHEZZI, Daniela Ribas; JÚNIOR, Jaime Santos (Org.). **Métodos de pesquisa em Ciências Sociais**: Bloco Qualitativo. São Paulo: CEBRAP, 2016. p. 24-41.

MARTINO, Luis Mauro Sá. Mediação e midiatização da religião em suas articulações teóricas e práticas: um levantamento de hipóteses e problemáticas. In: MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda. **Mediação & midiatização**. Salvador: EDUFBA, 2012. p. 220-244.

MOREIRA, Deodoro. José. Mídia, Fundamentalismo e Terror: a lógica da barbárie. **Revista Univerciência**: Estudos em Jornalismo e Mídia. v. 4, n.1, p. 11– 21, 2007. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/issue/view/335>. Acesso

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



em: 24 jun. 2024.

TRINDADE, Eneus; ANNIBAL, Sérgio. Leitura, recepção midiática e produção de sentido. **Comunicação & Educação**. v. 15, n. 1, p. 45-53, 2010. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/revista/25365/A/2010>. Acesso em: 30 ago. 2024.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



ETNOMÍDIA E RESISTÊNCIA INDÍGENA: A PRODUÇÃO DE MÍDIAS DECOLONIAIS E SEUS DESAFIOS

Pietra QUEIROZ

Doutoranda no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais/Produção de Sentido

e-mail: pietra.queiroz.081@ufrn.edu.br

Matrícula: 202441008687

Resumo

Com uma abordagem decolonial e educomunicativa, esta pesquisa etnográfica visa analisar os desafios nas produções de mídias indígenas postadas no Instagram, focando em três iniciativas: @ororuba_filmes, criada pelo povo Xukuru de Ororubá, de Pernambuco, @territorioindigenadigital, que valoriza a cultura indígenas no Rio Grande do Norte, e o @nhemboekatu, composto por Potiguara da Baía da Traição/PB. O estudo, que começou com uma proposta inicial diferente, foi ampliado ao longo do primeiro semestre de doutorado para incluir o coletivo @nhemboekatu, idealizado a partir de trocas comunicativas entre quem escreve este trabalho e jovens indígenas da Baía da Traição. O projeto tem como objetivo promover a visibilidade e valorizar a cultura Potiguara por meio das mídias nas redes sociais, onde histórias, tradições e lutas da comunidade são divulgadas. O coletivo já está em atividade, com um perfil no Instagram que conta com algumas mídias postadas. A pesquisa, dividida em cinco etapas, visa analisar os desafios enfrentados pelo @nhemboekatu e pelos outros dois coletivos citados, baseando-se nas teorias de educomunicação como campo que surge a partir da necessidade de diminuir desigualdades que surgiram a partir da colonização. Cada perfil terá uma fase da pesquisa dedicada à sua análise, seguida pela etapa de finalização dos resultados obtidos e pelo mapeamento completo dos perfis de produções midiáticas indígenas no Instagram. Além disso, a pesquisa busca explorar as dinâmicas de poder, resistência cultural e os processos de auto-representação dessas comunidades, contribuindo para o fortalecimento das vozes indígenas e enfrentando as barreiras impostas pela colonização nos contextos acadêmicos, sociais e midiáticos.

Palavras-chave

Educomunicação; Decolonização; Etnomídia; Instagram; Povos indígenas

INTRODUÇÃO

A colonização europeia, além de impor o eurocentrismo, deixou um legado profundo de desigualdade e marginalização das populações indígenas e outros grupos historicamente oprimidos. A imposição de sistemas estrangeiros resultou em uma perda significativa de território, autonomia e identidade cultural. Esse processo forçou os povos nativos a se adaptarem a uma nova realidade, imposta pela cultura capitalista e europeia

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



e que não reconhece suas formas tradicionais de viver, perpetuando desigualdades e apagamento cultural. As comunidades indígenas, desde a colonização até os dias atuais, enfrentam barreiras em áreas como educação, saúde e desenvolvimento, agravadas por falta de efetivação de políticas públicas para as populações marginalizadas, o que reforça os ciclos de pobreza.

O século XXI trouxe avanços tecnológicos e a ascensão da internet 2.0 vem transformando modelos de aprendizagem, socialização e comunicação, e criou um novo espaço digital que se modifica e se atualiza diariamente. Porém as características coloniais também são perpetuadas pelo espaço digital e pelas tecnologias de informação e comunicação (TIC's) e dentro desse contexto, as produções das mídias tradicionais e a estrutura algorítmica das plataformas digitais atuais, são criadas por uma lógica mercadológica capitalista, o que frequentemente favorece conteúdos com padrões estéticos e dialógicos eurocêntricos, estereotipando as culturas indígenas e prejudicando a visibilidade de produções de grupos minoritários e conteúdos decoloniais.

Em uma sociedade tecnológica e capitalista, as plataformas de redes sociais, como o Instagram, surgem para alimentar os interesses dos empresários produtores das mesmas, mas em contrapartida podem possibilitar a abertura de um espaço em que é possível a divulgação de mídias decoloniais e etnomídias- conteúdos midiáticos criados e produzidos pelos próprios povos indígenas, produzindo um discurso que traça uma perspectiva decolonial e educomunicativa, contrapondo ao discurso hegemônico das mídias tradicionais. No entanto, pesquisas mostram que esses conteúdos enfrentam dificuldades de visibilidade devido aos algoritmos da plataforma. Assim, para fortalecer a representação e a luta indígena no espaço digital, é crucial investigar os desafios enfrentados pelos produtores das mídias decoloniais indígenas, incluindo desafios que se relacionam à questões tecnológicas, econômicas e sociais.

Com uma perspectiva decolonial, a educomunicação une educação e comunicação para promover práticas mais inclusivas e críticas, desafiando as narrativas dominantes, assim como a produção das mídias a serem estudadas. Esta pesquisa explorará a relação da educomunicação com a produção de mídias decoloniais indígenas produzidas por três coletivos etnomidiáticos: @nhemboekatu, que surgiu durante o período de pesquisa

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



enfrentado até a presente data (setembro de 2024) e foi desenvolvido por quem escreve, por pesquisadores que estão no território da Baía da Traição na Paraíba e indígenas residentes do município; a @ororubafilmes, produzido por indígenas Xukurus de Ororubá que habitam a cidade de Pesqueira em Pernambuco e colaboradores externos e o @territorioindigenadigital que possui integrantes indígenas da comunidade Eleotério do Katu no estado do Rio Grande do Norte.

A partir de um olhar educomunicador, em que se destaca a importância da decolonização para uma sociedade mais justa e visando o fortalecimento cultural e social dos indígenas e das comunidades envolvidas, esta pesquisa pretende também divulgar cientificamente a importância destas produções midiáticas indígenas no Instagram, pesquisando os desafios enfrentados desde a pré-produção até a pós produção das mídias (resultados obtidos). Proponho também, no decorrer da execução da pesquisa, fazer uma auto etnografia e entender o processo de estar no território indígena sendo não-indígena; discutir e analisar o termo ‘Etnomídia’ e mapear os perfis existentes no Instagram destinados à divulgação de produção independente de mídias indígenas.

MÉTODO

Diante dos desafios que os pesquisadores enfrentam ao longo de seus estudos, é comum que a metodologia precise ser ajustada conforme a pesquisa avança. Este projeto, dada sua complexidade e abrangência, adotará uma abordagem metodológica mista, integrando diversas técnicas e perspectivas. A pesquisa será orientada por uma combinação de métodos educomunicativos e decoloniais aplicados às redes sociais, com ênfase no Instagram.

Além da revisão bibliográfica obtida na minha trajetória acadêmica, serão incorporadas novas referências, conforme recomendação do orientador e novas descobertas feitas ao longo do estudo. Para respeitar as comunidades indígenas envolvidas na pesquisa — os Potiguaras da Baía da Traição, os povos Xukurus de Ororubá/PE e os indígenas da comunidade Eleotério do Katu/RN — é crucial

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



compreender profundamente o contexto histórico e social desses grupos antes de iniciar a análise das produções das mídias para o Instagram. Esse conhecimento será obtido por meio de pesquisa bibliográfica, idas à campo e entrevistas com indígenas locais.

A pesquisa começará com uma base teórica sólida sobre decolonialidade, educomunicação e estudos de mídia. A coleta de dados envolverá entrevistas com produtores de etnomídias e membros das comunidades participantes na criação desses conteúdos. A observação de campo e participação na organização da produção de etnomídias levará a uma investigação etnográfica dos principais desafios enfrentados na produção das etnomídias indígenas. A metodologia etnográfica, neste contexto, refere-se a uma abordagem qualitativa que busca compreender as práticas e experiências culturais a partir da imersão direta no campo de estudo. Isso envolve observação detalhada e interação com os participantes, permitindo uma compreensão mais profunda das dinâmicas e desafios enfrentados. (Wolf, 1982; Fischer, 2005)

As comunidades pesquisadas pelo projeto, por estarem localizados na mesma região do Brasil, facilitarão o trabalho de campo e a imersão direta. Além da etnografia, a pesquisa utilizará a metodologia de ação participativa, que é uma abordagem colaborativa onde pesquisadores e membros da comunidade trabalham juntos para identificar problemas, buscar soluções e implementar mudanças

A pesquisa-ação participativa, Segundo Baum, MacDougall e Smith (2006) é uma abordagem que envolve ativamente os participantes na investigação, promovendo a colaboração entre pesquisadores e comunidades. Essa metodologia não apenas busca compreender a realidade local, mas também visa capacitar os envolvidos, permitindo que eles se tornem agentes de mudança. Ao integrar perspectivas locais, a pesquisa-ação participativa resulta em práticas mais relevantes e eficazes, gerando impactos significativos nos resultados e fortalecendo o engajamento da comunidade no processo.

PRIMEIRAS DISCUSSÕES

A educomunicação, fundamentada na "Pedagogia do Oprimido" de Paulo Freire (1970), promove uma educação participativa e dialógica, reconhecendo a comunicação

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



como um ato emancipatório. Associada à decolonização, a educomunicação busca romper com modelos coloniais de ensino, valorizando saberes locais e culturas marginalizadas. Ela une a crítica freireana à opressão educacional com a decolonialidade, criando um ambiente de aprendizado mais inclusivo, crítico e transformador. Em regiões que sofreram com a colonização, como a América Latina e a África, a decolonização se torna essencial para desmantelar as estruturas de poder herdadas do colonialismo, que ainda perpetuam desigualdades e opressões.

O teórico Anibal Quijano (1992) define a decolonização como um processo de desfazer essas estruturas e relações de poder impostas durante a colonização, que permanecem enraizadas nas ideias e práticas dos colonizados. A decolonização, nesse contexto, busca criar percepções e representações que rompam com o eurocentrismo, promovendo uma nova forma de entender o mundo.

Muniz Sodré (2012) também explora como as estruturas coloniais moldaram as relações de poder na América Latina. Ele enfatiza o papel da comunicação na construção e perpetuação do pensamento decolonial, destacando como as novas tecnologias e os meios de comunicação podem desafiar essas estruturas coloniais de poder. No entanto, Sodré alerta que as Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), embora tenham potencial para promover a decolonização, também podem reforçar modelos opressores ao criar bolhas informacionais que limitam a diversidade de pensamento e aprisionam indivíduos em ciclos confortáveis de conhecimento.

Para combater essas limitações, Sodré propõe um enfoque pedagógico nas tecnologias digitais, sugerindo uma "educação para o digital" que promova uma relação mútua entre tecnologia e educação, alinhada aos princípios da educomunicação e às suas nove áreas de intervenção apontadas por Soares e Almeida (2024). Sodré também destaca a pluralidade cultural da América Latina, que é frequentemente apagada pelas narrativas coloniais e pela grande mídia. Nesse sentido, a pedagogia decolonial, especialmente em um país tão diverso e extenso como o Brasil, com mais de 8,5 milhões de quilômetros quadrados, é essencial para desconstruir narrativas opressoras, valorizar saberes marginalizados e combater a desigualdade educacional, promovendo uma educação inclusiva e crítica.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



A pedagogia decolonial é central para a análise das mídias decoloniais e/ou etnomídias, pois oferece uma abordagem que desafia as narrativas dominantes, promovendo uma representação mais justa e equitativa das culturas indígenas e marginalizadas. Esses conceitos estão diretamente ligados à comunicação comunitária, conforme discutido por Cicília Peruzzo (1998), que se baseia no ideal da educação popular de Paulo Freire, conforme apresentado em "Pedagogia do Oprimido" (1974). Peruzzo (2009) argumenta que a comunicação popular pode ser uma poderosa ferramenta de empoderamento social e cultural para grupos marginalizados, permitindo a construção de identidades e a promoção da justiça social. Esse enfoque se conecta diretamente à produção de etnomídias, que têm como objetivo dar voz a comunidades marginalizadas e promover suas culturas e perspectivas no cenário midiático.

A análise das etnomídias indígenas no Brasil, por exemplo, encontra respaldo teórico na educomunicação e na pedagogia decolonial. Ao investigar a produção de etnomídias de coletivos indígenas, essas abordagens ajudam a entender como essas mídias podem romper com os estereótipos impostos pela mídia hegemônica e oferecer uma representação mais autêntica e justa das culturas indígenas. Além disso, a educomunicação, ao promover uma educação dialógica e participativa, facilita o desenvolvimento de mídias comunitárias que refletem as perspectivas decoloniais e combatem as narrativas eurocêntricas.

Ou seja, a pesquisa sobre etnomídias indígenas no Brasil, embasada na educomunicação e na decolonialidade, busca não apenas compreender os processos de produção dessas mídias, mas também contribuir para a valorização das culturas indígenas e a construção de políticas públicas mais inclusivas. A análise dos desafios enfrentados pelos produtores indígenas, desde a pré-produção até a pós-produção, é fundamental para identificar barreiras coloniais e criar estratégias que ampliem a visibilidade e o empoderamento das comunidades indígenas. Dessa forma, a pesquisa se posiciona como um esforço acadêmico e social para promover a justiça cultural e a inclusão dessas vozes no cenário midiático e educacional.

CRONOGRAMA

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



A pesquisa será dividida em cinco etapas. Na primeira, foram realizados levantamentos bibliográficos e os contatos iniciais com os indígenas Potiguara da Baía da Traição/Paraíba, além da criação do coletivo Nhembo'e Katu e a realização das primeiras atividades com a comunidade. A segunda etapa, que está em andamento, envolve idas às aldeias Potiguara e o desenvolvimento das atividades com o coletivo. Na terceira, que vai do terceiro ao quinto semestre, serão investigadas as produções do coletivo @territorioindigenadigital. A quarta etapa, entre o quinto e o sétimo semestre, envolve trabalho de campo com o coletivo @ororubafilmes, no território Xukuru, na cidade de Pesqueira em Pernambuco. A última fase (oitavo semestre) será destinada à finalização da pesquisa e elaboração dos resultados obtidos.

A pesquisa, como já mencionado, tem o intuito de também fazer um mapeamento dos perfis do Instagram criados para a divulgação de mídias indígenas/etnomídias, esse mapeamento começará na segunda etapa e se estenderá até a última.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Ligia Beatriz Carvalho de. Projetos de intervenção em Educomunicação. 2024.
- BAUM, Fran; MACDOUGALL, Colin; SMITH, Danielle. **Participatory action research**. *Journal of Epidemiology and Community Health*, v. 60, n. 10, p. 854–857.
- FISCHER, Edson Mendes. *Etnografia: teoria e prática*. São Paulo: Papirus, 2005.
- FREIRE, Paulo. Pedagogia do oprimido. 42. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1974 (Versão atualizada: 2005)
- hooks, Bell. Olhares negros: raça e representação / bell hooks; tradução deStephanie Borges. São Paulo: Elefante, 2018.
- LEMOS, André. Epistemologia da comunicação, neomaterialismo e cultura digital. Galaxia. São Paulo, online, n. 43, p. 54-66. 2020.
- PERUZZO, Cicília Maria Krohling. Comunicação nos movimentos Populares: a participação na construção da cidadania. Petrópolis: Vozes, 1998
- _____. Mídia comunitária. Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados e as reelaborações no setor. ECOpós, [S.l], v. 12, n.2, p. 46-61, maio/agosto, 2009.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



QUIJANO, Aníbal. Colonialidad y modernidade/racionalidade. Perú Indíg, v. 13, n 19, p.11- 20, 1992.

SODRÉ, Muniz. Reinventando a educação: diversidade, descolonização e redes. Petrópolis: Vozes, 2012.

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

WOLF, Eric R. *Antropologia: uma grande descoberta no estudo da cultura*. Nova York: Harper & Row, 1982

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



REPRESENTAÇÃO DO TRANSTORNO DO ESPECTRO AUTISTA (TEA) NA MÍDIA CONTEMPORÂNEA: A SÉRIE UMA ADVOGADA EXTRAORDINÁRIA (2022)

João Pedro Caldas LEITE

Mestrando no PPGEM - Estudos da Mídia e Produção de Sentido
e-mail: jpcaldasleite@gmail.com

Resumo

Este estudo se propõe a analisar a representação do Transtorno do Espectro Autista (TEA) na série Uma Advogada Extraordinária (2022), inserida no contexto midiático contemporâneo. Fundamentado em uma base teórica que destaca a influência da mídia na construção de percepções públicas, bem como em questões culturais, sociais e políticas que permeiam a produção audiovisual, o projeto adota uma metodologia que abrange análise da materialidade audiovisual, seguindo as diretrizes propostas por Iluska Coutinho (2016). O objetivo central desta pesquisa é compreender como a série aborda a representação do TEA, levando em consideração a complexidade da condição e seu potencial impacto na percepção pública.

Palavras-chave

Transtorno do Espectro Autista (TEA); Representação midiática; Uma Advogada Extraordinária; Cultura audiovisual.

INTRODUÇÃO

A representação de pessoas com Transtorno do Espectro Autista (TEA) na mídia tem se tornado um tema cada vez mais relevante, uma vez que a forma como o autismo é retratado molda a percepção pública e influencia diretamente a vida daqueles que vivem com essa condição. A série sul-coreana Uma Advogada Extraordinária (2022), surge nesse contexto como um caso emblemático, alcançando grande sucesso internacional e promovendo uma discussão sobre a representação do TEA na cultura popular.

A série acompanha a jornada de Woo Young Woo, uma advogada brilhante com TEA, que ingressa em um prestigioso escritório de advocacia. A produção destaca as

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



habilidades excepcionais de Woo, como sua memória e sua capacidade de analisar detalhes, ao mesmo tempo em que explora os desafios que enfrenta no convívio social e na comunicação. Essa representação da personagem é complexa e multifacetada.

A escolha da série da Netflix se justifica por sua rápida ascensão no ranking das produções mais assistidas demonstrando o interesse do público por narrativas que abordam temas como neurodiversidade e inclusão. Esse sucesso pode ser atribuído à forma como a série trata da experiência autista, apresentando Woo Young Woo.

No entanto, a representação do autismo na mídia, mesmo em produções de sucesso como Uma Advogada Extraordinária (2022), enfrenta desafios significativos. A pesquisadora Alexandria Prochnow (2014) alerta para a tendência de generalizar as características do TEA, o que pode levar a uma visão estereotipada e limitada do transtorno. A complexidade do Transtorno do Espectro Autista, que se manifesta de forma única em cada indivíduo, dificulta a criação de representações que capturem a totalidade da experiência autista.

A série coreana, por sua vez, incorpora elementos da cultura local na construção da personagem de Woo Young Woo. Sua fala, seu figurino e os cenários em que se insere são influenciados pelas particularidades da sociedade sul-coreana. Essa interseção entre o autismo e a cultura nacional enriquece a representação, mas também levanta questões sobre a universalidade da experiência autista e a possibilidade de generalizar as características da personagem para todas as pessoas com TEA.

MÉTODO

Diante da crescente importância da representação de minorias na mídia, este estudo busca compreender como a série televisiva Uma Advogada Extraordinária (2022) retrata pessoas com Transtorno do Espectro Autista (TEA). Para responder a essa questão, será adotada a metodologia proposta por Iluska Coutinho (2016), que oferece um conjunto de ferramentas analíticas para investigar as relações entre a produção audiovisual e o contexto social mais amplo.

A metodologia proposta por Coutinho (2016, p. 10) busca olhar seu objeto como uma unidade formada por imagem, som, texto, tempo e edição, explorando esses

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



aspectos de modo integrado e sem descaracterizar o produto original. A investigação, seguindo-se essa diretriz, é efetuada em cinco etapas: a identificação do produto e do referencial teórico; a elaboração de uma ficha de leitura e avaliação; a realização de um pré-teste em uma amostra reduzida; a definição do corpus a ser estudado; a análise propriamente dita.

A primeira etapa corresponde justamente aos empreendimentos de pesquisa bibliográfica e compreensão do contexto de produção e circulação da obra audiovisual. A esses esforços, segue-se a segunda fase, equivalente à montagem da ficha com os itens que serão observados no objeto, os quais precisam estar alinhados aos referenciais teóricos da investigação. Coutinho (2016, p. 12) explica que esses itens podem tanto apontar para caminhos quantitativos como para análises qualitativas – decisão que depende dos objetivos da pesquisa – ou ainda “envolver uma avaliação mais aberta, construída à [sic] partir da descrição de aspectos que caracterizem aquela materialidade audiovisual como única, ou relacionada a um conjunto de produtos ou marcadores próprios do campo do telejornalismo”, ou, como podemos adaptar a este estudo, do campo dos doramas¹ sul-coreanos ou k-dramas.

A terceira etapa, a análise prévia, pode ser feita com uma parte do objeto empírico. A finalidade é testar a utilidade da ficha de leitura. Em seguida, é preciso delimitar, entre todo o acervo, qual a amostra a ser pesquisada, seguindo critérios como representatividade, exaustividade, disponibilidade, pertinência e periodicidade (Coutinho, 2016, p. 12), além de garantir a possibilidade de acessá-la e de armazená-la. Por fim, vem a análise final, na qual as respostas à ficha de avaliação são interpretadas e articuladas aos objetivos da pesquisa.

Nesta primeira etapa da pesquisa, o foco recaiu sobre a análise do contexto de produção das séries sul-coreanas e a representação de pessoas com TEA nesses produtos audiovisuais. Para tanto, realizou-se uma revisão bibliográfica, que permitiu compreender o universo do audiovisual e situar a série Uma Advogada Extraordinária

¹ Termo japonês utilizado para designar dramas televisivos produzidos na Ásia. O termo é uma adaptação da palavra inglesa "drama" e ganhou popularidade internacional com o crescente sucesso das produções sul-coreanas.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



(2022) dentro das demandas de produção, das culturas vividas e do texto audiovisual em si.

PRIMEIRAS DISCUSSÕES

A ascensão dos doramas coreanos e a globalização da cultura sul-coreana

A proliferação dos doramas coreanos ou k-dramas² nos últimos anos configura um fenômeno cultural de proporções globais, integrando-se ao panteão das narrativas seriadas contemporâneas. Esse crescimento exponencial insere-se no contexto mais amplo da Onda Coreana (Hallyu), um movimento que popularizou a cultura sul-coreana em escala internacional, abrangendo desde a música pop (K-pop) até a moda e a gastronomia (Jenkes, 2019).

A popularização dos doramas fora das fronteiras sul-coreanas, facilitada pela expansão de plataformas de streaming como Netflix e Viki (Campbell, 2016), foi impulsionada pela intensa atividade de fãs em redes sociais, que construíram comunidades dedicadas e amplificaram a visibilidade dessas produções (Jung, 2011). O Brasil, em particular, tem testemunhado um crescimento acentuado, uma pesquisa do Metrópoles (2023), destacou que o interesse em K-pop³ e doramas cresceu quase 485% nos últimos dois anos no país, refletindo um aumento significativo no consumo de cultura coreana.

Os doramas coreanos, além de proporcionar entretenimento, desempenham um papel crucial na construção e projeção de identidade, tanto nacional quanto individual. Ao explorarem a história e os valores coreanos, as narrativas contribuem para a formação de um sentimento de orgulho nacional (Visentini, 2017). Ao mesmo tempo, séries como Tudo Bem Não Ser Normal (2020) e Uma Advogada Extraordinária (2022) abordam temas como saúde mental e traumas, evidenciando a complexidade da identidade individual em um contexto social contemporâneo (Jung, 2011).

² K-drama é a abreviação de Korean drama. São séries de televisão sul-coreanas que exploram uma variedade de gêneros, como romance, comédia, suspense e fantasia, e que se tornaram um fenômeno global, impulsionando a popularização da cultura coreana.

³ K-pop é a abreviação de Korean pop e se refere à música popular da Coreia do Sul. Caracteriza-se por uma fusão de diversos gêneros musicais, como pop, hip-hop e R&B, e por uma produção audiovisual elaborada.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



A representação de gênero nos doramas também tem evoluído, com a crescente presença de personagens femininas fortes que desafiam estereótipos e promovem a igualdade de gênero (Jenkes, 2019). Além disso, os dramas asiáticos têm explorado as dinâmicas de classe social, oferecendo uma crítica das desigualdades presentes na sociedade coreana (Almeida, 2019; Visentini, 2017).

A recepção no Brasil revela um engajamento profundo dos espectadores com as narrativas e personagens. Estudos indicam que os fãs brasileiros participam ativamente de comunidades online e eventos, construindo uma identidade coletiva em torno da apreciação dos doramas (Almeida, 2019). A identificação com temas universais, como amor, família e amizade, e a representação de valores como respeito e perseverança, contribuem para a popularidade dos produtos audiovisuais no país (Campbell, 2016). Os dramas coreanos transcendem a esfera do entretenimento, funcionando como uma ferramenta de soft power que promove a cultura sul-coreana no exterior.

A Representação do TEA na Mídia: Entre a Visibilidade e os Estereótipos

A crescente visibilidade do Transtorno do Espectro Autista (TEA) na mídia é inegável. A pesquisa de Rios *et al.* (2015) evidencia que a mídia não apenas reflete, mas também molda a percepção social sobre o autismo. A presença cada vez mais frequente de personagens com TEA em filmes, séries e livros demonstra o interesse do público por essa temática.

No entanto, a representação do transtorno na mídia nem sempre é precisa e pode perpetuar estereótipos. Prochnow (2014), identifica categorias recorrentes de personagens autistas na ficção: o gênio, o diferente e o não diagnosticado. Embora essas representações contribuam para a visibilidade do TEA, elas podem simplificar a complexidade do transtorno e reforçar ideias preconcebidas.

Nordahl-Hansen, Tøndevold e Fletcher-Watson (2017) corroboram essa visão, argumentando que a precisão nas representações é crucial para evitar a formação de atitudes preconceituosas. A ausência de diversidade e a prevalência de estereótipos podem levar a uma compreensão superficial e equivocada do Transtorno do Espectro Autista.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Apesar das limitações, a mídia também possui o potencial de promover uma maior conscientização e compreensão sobre o autismo. Prochnow (2014), sugere que a inclusão de personagens mais realistas e variados pode contribuir para uma representação mais precisa e complexa do transtorno.

CRONOGRAMA

Inicialmente, realizamos uma revisão bibliográfica aprofundada sobre o tema, englobando estudos sobre o Transtorno do Espectro Autista e a indústria audiovisual sul-coreana. Definimos a metodologia com a materialidade audiovisual, proposta por Iluska Coutinho(2016) como a mais adequada para analisar o objeto de estudo de forma integral, considerando tanto os aspectos técnicos quanto o contexto social.

Nas próximas etapas, será elaborada uma ficha de análise detalhada, alinhada aos referenciais teóricos, para guiar a coleta de dados do audiovisual. Um pré-teste com parte do material será realizado para avaliar a eficácia dessa ferramenta. Em seguida, delimitaremos a amostra a ser analisada, seguindo critérios como representatividade, exaustividade e disponibilidade.

Por fim, realizaremos a análise final dos dados coletados, interpretando os resultados à luz dos objetivos da pesquisa. Essa etapa permitirá responder às questões de investigação e contribuir para uma melhor compreensão da representação de pessoas com TEA nos produtos audiovisuais sul-coreanos.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, N. B. (2019). **O fenômeno hallyu e as práticas interacionais dos fãs brasileiros no contexto do processo do soft power da Coreia do Sul.**

CAMPBELL, E. (2016). **The Impact of Korean Dramas on the Perception of Korean Culture: A Case Study of K-drama Viewers in Kenya.** International Journal of Social Science Studies, 4(5), 1-14. doi:10.11114/ijsss.v4i5.1611.

COUTINHO, I. **O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por científicidade: a análise da materialidade audiovisual como método possível.** In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 34., 2016, São Paulo. Anais [...]. São Paulo: Intercom, 2016. Disponível em:

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-3118-1.pdf>. Acesso em:
21 jul. 2024.

JENKES, H. (2019). **The Korean Wave: Evolution, Fandom, and Transnationality**. University of California Press.

JUNG, S. (2011). **K-pop, Indonesian Fandom, and Social Media**. Perfect Beat, 12(2), 173-192. doi:10.1558/prbt.v12i2.173.

Metrópoles. (2023). **Interesse em K-pop cresce quase 485% nos últimos 2 anos no Brasil**. Disponível

<https://www.metropoles.com/entretenimento/musica/interesse-em-k-pop-cresce-quase-485-nos-ultimos-2-anos-no-brasil>. Acesso em: 26 ago. 2024.

NORDAHL-HANSEN, Anders; TØNDEVOLD, Magnus; FLETCHER-WATSON, Sue. **Mental health on screen: A DSM-5 dissection of portrayals of autism spectrum disorders in film and TV**. Psychiatry Res. 2018 Apr;262:351-353. doi: 10.1016/j.psychres.2017.08.050. Epub 2017 Aug 23. PMID: 28843629. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/319272810_Mental_health_on_screen_A_DS_M-5_dissection_of_portrayals_of_autism_spectrum_disorders_in_film_and_TV.

PROCHNOW,Alexandria. **An analysis of autism through media representation**. ETC.: A Review of General Semantics, vol. 71, no. 2, 2014, p. 133+. Disponível em: <https://addpc.az.gov/sites/default/files/media/AnanlysisofAutismstudy.pdf>.

RIOS, C.et al. **Da invisibilidade à epidemia: a construção narrativa do autismo na mídia impressa brasileira**. Interface, Botucatu, v. 19,n. 53, p. 325-35, 2015. Disponível em:<https://doi.org/10.1590/1807-57622014.0146>.Acesso em:11 maio2023.

Uma Advogada Extraordinária. Direção: Yoo In-Shik. Produção: Lee Joo-ho. Seoul: Netflix, 2022. 1 temporada, 16 episódios.

VISENTINI, P. G. F. (2017). **A revolução coreana: o desconhecido socialismo zuch**. São Paulo: Unesp Digital.

PARTE 4

Influência Digital e Plataformização

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



PLATAFORMIZAÇÃO DO TRABALHO: AS RECONFIGURAÇÕES E INCORPORAÇÕES DAS NORMAS ALGORÍTMICAS POR INFLUENCIADORES BRASILEIROS NO *INSTAGRAM* E *TIKTOK*

Larissa MOURA

Doutoranda no PPGEM - Estudos da Mídia e Produção de Sentido
e-mail: [larissa.moura.083@ufrn.edu.br]

Resumo

Os avanços tecnológicos tem desenvolvido outras formas de exploração de mão de obra, sendo ao mesmo tempo moderno e arcaico. Com uma promessa de independência financeira e qualidade de vida, milhões de pessoas têm aderido ao mercado de criadores de conteúdo digital, onde assim como outros trabalhadores plataformaizados, não há contrato formal ou regulamentação em benefício da classe, com uma transferência deliberada de responsabilidades para aumentar o controle sobre os trabalhadores. Nossa proposta nesta pesquisa é analisar as condições de produção e as relações de comunicação compartilhadas no processo de trabalho de influenciadores digitais, bem como a incorporação de normas algorítmicas (Araújo, 2021), a partir da experiência de influenciadores brasileiros nas plataformas *Instagram* e *TikTok*. Pretendemos identificar as principais rotinas e relações de trabalho desses profissionais, e como a governança de algoritmos e os discursos das plataformas moldam o trabalho desses influenciadores.

Palavras-chave

Comunicação, Estudos da mídia, Influência digital, Plataformização, Trabalho.

INTRODUÇÃO

Estudar sobre o mundo do trabalho é de extrema relevância para compreender a vida social. Cada novo tempo que vivemos é definido não somente pelo surgimento de novos perfis profissionais, mas também por novas dinâmicas de trabalho que afetam não só a economia, mas todo o convívio social. São encontros entre sujeito-sociedade-tecnologia que definem as necessidades e possibilidades de um tempo. Especialmente aquelas ligadas ao mundo do trabalho, a emergência de novas profissões (Karhawi, 2020, p.64-65), novas regulamentações e direitos trabalhistas.

Desde 2010 pesquisadores têm debatido as interfaces entre tecnologias

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



digitais e o mundo do trabalho. Conforme Grohmann (2021), na primeira metade da década havia um predomínio das discussões sobre as atividades nas mídias sociais e sua classificação enquanto trabalho, e na segunda, sobre o trabalho plataformizado e os temas relacionados, graças à ascensão global de empresas como a *Uber*, até o momento a maior empresa de compartilhamento de viagens do mundo.

Estudos apontam que as grandes empresas vêm recriando formas pretéritas de trabalho, que tiveram vigência na protoforma do capitalismo, nos inícios da Revolução Industrial, com intensas jornadas de trabalho e níveis de exploração (Antunes, 2023). Outros, demonstram as mudanças estruturais que as plataformas estão fazendo para economias e sociedade ao redor do mundo, processo denominado de plataformaização. Mais do que uma tecnologia, um modelo de negócio, uma infraestrutura e uma forma organizacional (Chen et al., 2024).

Nesse contexto, a adesão de mais pessoas no mercado de criadores de conteúdo digital tem crescido exponencialmente, sendo uma das profissões mais sonhadas pela geração atual. Entre os anos de 2020 e 2021, estima-se que cerca de 73 milhões de pessoas aderiram à *Creator Economy* no Brasil, superando os números de países como Estados Unidos (34 milhões de pessoas) e Coreia do Sul (11 milhões de pessoas)¹.

Esse crescimento se dá social e culturalmente (sem problematização crítica) à medida que cada vez mais facilmente as pessoas têm acesso à internet, aos dispositivos tecnológicos, e que incorporam os discursos das próprias plataformas. O discurso proposto pelo Vale do Silício, região onde se concentram as principais empresas globais de tecnologia, prega que os trabalhadores de plataforma desfrutam de uma liberdade maior, tais como liberdade geográfica e flexibilização de jornadas de trabalho em relação a empregos formais, sendo assim denominados de profissionais “independentes”.

Esse tipo de discurso propagado pelas empresas constitui, na verdade, na

¹ Pesquisa global realizada pela Adobe, disponível em:
<<https://news.adobe.com/news/news-details/2022/Adobe-Future-of-Creativity-Study-165M-Creators-Join-ed-Creator-Economy-Since-2020/default.aspx>> Acesso em 18/09/2024.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



transferência deliberada de responsabilidades para aumentar o controle sobre os trabalhadores. Assim, influenciadores, como outros trabalhadores plataformizados, não possuem contratos formais com as plataformas para as quais operam, e estão sujeitos a sofrerem penalidades por normas que mudam a todo tempo, à revelia de usuários e produtores de conteúdo (Karhawi e Prazeres, 2022).

Tudo isso nos leva ao objetivo geral da nossa tese que é analisar as condições de produção e as relações de comunicação compartilhadas no processo de trabalho de criadores de conteúdo digital, bem como a incorporação de normas algorítmicas, a partir da experiência de influenciadores brasileiros nas plataformas *Instagram* e *TikTok*. E, como objetivos específicos: a) Identificar as principais rotinas e relações de trabalho desses profissionais, vistos como trabalhadores de plataforma; b) Levantar dados sobre as empresas de plataforma, suas políticas e ações para com os produtores de conteúdo digital; c) Analisar como a governança de algoritmos e os discursos das plataformas moldam o trabalho e cotidiano desses trabalhadores.

Temas que não temos a presunção de esgotar com esta pesquisa de doutorado, mas pretendemos colaborar de forma ampla e relevante com a obtenção de novos dados, perspectivas e discussões, somando em futuras pesquisas no campo da comunicação e outras áreas de conhecimento.

MÉTODO

Conforme d'Andréa (2020), o primeiro modo de se estudar as plataformas é a realização de uma ampla e cuidadosa pesquisa documental sobre as transformações de suas políticas de governança, como por exemplo: comunicados oficiais, patentes, manuais e reportagens. Fontes que, articuladas, nos ajudam a compreender como se (in)visibilizam os agentes tecnopolíticos de uma plataforma.

Para nos ajudar a compreender as lógicas de datificação, as mediações algorítmicas, as políticas de governança e outras dimensões das plataformas “*on-line*”, utilizaremos a perspectiva teórico-metodológica dos Métodos Digitais (Rogers, 2016). Alinhada aos Estudos de Plataforma (d'Andréa, 2020) esta

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



perspectiva nos ajuda a embasar as pesquisas que se voltam para os entrelaçamentos entre temáticas diversas e as materialidades “*on-line*”.

Neste percurso metodológico privilegiamos a abordagem qualitativa, partindo da premissa de que estudos quantitativos são mais objetivos e gerais, não abarcando a subjetividade do nosso tema de pesquisa. A orientação da pesquisa se dará pelo viés do método indutivo (Gil, 1999, p. 30), que preconiza o uso de processos empíricos.

Neste sentido, lançaremos mão das seguintes técnicas:

1) *Pesquisa exploratória*: Nos permitirá desenvolver, esclarecer e explorar conceitos, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores (Gil, 2008, p. 27). O método é utilizado quando o objetivo é proporcionar uma visão geral acerca do objeto, sendo uma primeira etapa para uma investigação mais ampla. Dessa forma, realizaremos um diagnóstico do cenário em que estão os influenciadores, para um posterior aprofundamento da pesquisa, conforme os objetivos anunciados.

2) *Entrevistas semiestruturadas*: definida a nossa amostragem inicial, seguiremos com entrevistas semiestruturadas, seguindo o conceito de Boni e Quaresma (2005), que as definem como instrumentos de coleta de dados que combinam perguntas abertas e fechadas, em que o informante tem a possibilidade de discorrer sobre o tema proposto. Para esses autores, o pesquisador deve seguir um conjunto de questões previamente definidas, porém muito semelhante ao de uma conversa informal. E pode fazer perguntas adicionais para elucidar questões que não ficaram claras ou ajudar a recompor o contexto da entrevista (Boni e Quaresma, 2005).

Optamos por acompanhar influenciadores digitais dentro das plataformas *Instagram* e *TikTok*, que possuem origens (ocidente e oriente) e políticas de governança distintas. E analisar perfis de *lifestyle*², em que há uma imbricação maior

² Traduzido como estilo de vida, é um conceito que define o conjunto de características, valores e personalidade que representam o estilo de vida de uma pessoa. E na criação de conteúdo, está ligada a pessoas que compartilham sua rotina, hábitos de consumo e comportamento.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



entre o que é rotina pessoal com o que é considerado trabalho, e que possuam perfis nas duas plataformas. Como recorte empírico, pretendemos selecionar representantes de todas as regiões do país, e analisar durante o período de um ano somente materiais que mencionam discursos dos próprios influenciadores sobre a sua atividade profissional.

PRIMEIRAS DISCUSSÕES

Apesar dos influenciadores digitais não serem integrados a maior parte dos estudos sobre o tema, Vallas e Schor (2020), Lima e Costa (2020) e Karhawi e Prazeres (2022) consideram os influenciadores digitais como trabalhadores plataformizados. O que adotamos como um conceito teórico para compreender melhor essa categoria, ainda que seja necessário apontar algumas diferenças entre outros trabalhadores de plataforma, como no caso de entregadores e motoristas de aplicativos.

Assim, influenciadores digitais são trabalhadores da informação, que trabalham por meio das plataformas submetidos à regulação algorítmica. Em sua maioria, não vendem um produto material, mas prestam um serviço relacionado à informação (Karkhawi e Prazeres, 2022, p.06). E seus contratos informais são também com seus clientes, que conferem legitimidade e popularidade ao seu trabalho.

Mas, as plataformas, assim como quaisquer tecnologias, apresentam valores e normas inscritos em seus desenhos, algoritmos e interfaces, podendo apresentar mecanismos discriminatórios (Grohmann, 2021). Araújo (2021) discute a constituição de uma norma algorítmica, contrária ao senso comum na qual o algoritmo aparece como um ser singular e unificado, que age apenas de forma reativa intermediando as escolhas do público.

Norma algorítmica representa uma definição que indica a produção de um regime de conhecimentos associado ao governo da visibilidade por sistemas de classificação algorítmica em plataformas digitais, como elemento essencial do

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



conjunto de práticas que constitui a governamentalidade em plataformas digitais (Araújo, 2021, p.33). Plataformas digitais são, portanto, compostas não apenas de seus arranjos materiais, mas também, de forma inseparável, de discursos que dão sustentação a determinadas práticas (Araújo, 2018, p. 5).

A noção de socialidade programada, da pesquisadora Taina Bucher - em que "programada" significa montar e organizar, e "socialidade" como diferentes atores se relacionam e interagem entre si (Bucher, 2018, p.15) - também reflete sobre a responsabilidade desses grandes conglomerados de mídia. Se refere à noção de que as formações e as conexões sociais são condicionadas e governadas por algoritmos pelas configurações sociotécnicas e político-econômicas de plataformas de mídia específicas.

Por parte das audiências, a curiosidade despertada pela vida cotidiana das pessoas consideradas comuns tem aumentado muito nos últimos anos. Glorifica-se a menor das pequenezas, enquanto parece buscar-se a maior das grandezas (Sibilia, 2016, p. 18), fazendo com que esses depoimentos pessoais sejam cada vez mais valorizados em certas regiões do saber, que neles se debruçam à procura de preciosos tesouros de sentido. (Sibilia, 2016, p. 86-87)

Por parte dos produtores de conteúdo, a ingerência das plataformas cerceia o trabalho, conforma conteúdos, limita discussões e gera problemas de saúde típicos de distorções nas relações de exploração da forma trabalho. Diversos sintomas foram registrados nos depoimentos colhidos por Karhawi e Prazeres (2022, p.16) para entender as particularidades do esgotamento vivido por influenciadores digitais, a partir da observação das influenciadoras, tais como: a) a diluição do tempo, a mistura do tempo de lazer com o tempo de trabalho; b) a totalização do trabalho, como "borramento das bordas com outras práticas sociais, a exausta demanda por produção; c) o "fim da criatividade" e do conteúdo "feito por amor"; d) as mudanças constantes e velozes (e a impossibilidade de acompanhar o ritmo das transformações) promovidas arbitrariamente pelas plataformas; e) a produção incessante e ininterrupta; f) as lógicas de monetização; g) e o caráter de dependência e sujeição.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



E é neste contexto do trabalho de plataforma que pretendemos discutir a atuação profissional dos influenciadores digitais, agentes que nos propomos a investigar nesta pesquisa doutoral, considerando-os como trabalhadores plataformizados dentro do contexto do Brasil.

Como afirma Bucher (2018) a vida não é apenas infundida com mídia, mas ocorre cada vez mais dentro e através de um cenário de mídia algorítmica. Por isso, emerge a necessidade de pensar, pesquisar e ampliar nossas teorias para compreender como os sistemas algorítmicos moldam os encontros e as relações sociais das pessoas no mundo. E a academia tem papel fundamental para ampliar os debates públicos e pressionar os órgãos competentes para mudar a realidade de precarização dos trabalhadores, a fim de não torná-los novamente escravos, dessa vez, digitais.

CRONOGRAMA

ATIVIDADES	2024	2025	2026	2027
Cumprimento das disciplinas	X			
Estágio docente	X	X		
Levantamento da bibliografia	X			
Leitura e análise da bibliografia	X	X	X	
Levantamento do corpus da pesquisa e realização das entrevistas com os influenciadores		X	X	
Produção da Introdução e primeiro capítulo da tese	X			
Período de doutorado sanduíche (6 meses)		X		
Produção do segundo e terceiro capítulos da tese		X	X	
Produção do quarto e quinto capítulos da tese			X	
Processo de qualificação			X	
Redação do texto final da tese			X	X

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Participação de Grupos de Pesquisa, congressos e eventos	X	X	X	X
Obtenção da primeira e segunda proficiência	X	X		
Defesa da tese				X

REFERÊNCIAS

ANTUNES, Ricardo at al. **Icebergs à deriva:** o trabalho nas plataformas digitais. Boitempo, 1^a edição, 2023.

ARAÚJO, Fernandes Willian. **Norma algorítmica como técnica de governo em plataformas digitais:** um estudo da Escola de Criadores de Conteúdo do Youtube. Revista Fronteiras - Estudos midiáticos, Unisinos. v. 23 n. 1, p. 29-39, Janeiro./abril 2021.

ARAÚJO, W.F. **A construção da norma algorítmica:** análise dos textos sobre o Feed de Notícias do Facebook. In: E-Compós, v. 21, n. 1, p. 1-22, 2018

BONI, Valdete. QUARESMA, Sílvia Jurema. **Aprendendo a entrevistar:** como fazer entrevistas em Ciências Sociais. Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC, v. 2, n. 1, p. 68-80, jan./jul. 2005.

BUCHER, Taina. **IF... THEN.** Algorithmic Power and Politics. Oxford University Press, 2018.

CHEN, Julie. DOORN, Niels Van. GROHMAN, Rafael. POLLIO, Andréa. SORIANO, Cheryll. **Introducing platforms & society.** Platforms & society. Sage Journals, v. 1, janeiro-dezembro de 2024. Disponível em: <<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/29768624241235492>> Acesso em 18/09/2024.

GROHMANN, Rafael. **Os laboratórios do trabalho digital:** entrevistas. Boitempo Editorial; 1^a edição, 2021.

D'ANDRÉA, Carlos. **Pesquisando plataformas on-line:** conceitos e métodos. Coleção Cibercultura. EDUFBA, 2020.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

KARHAWI, Issaaf. PRAZERES, Michelle. **Exaustão algorítmica:** influenciadores digitais, trabalho de plataforma e saúde mental. Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde, Rio de Janeiro, v. 16, n. 4, p. 800-819, out.-dez. 2022. Disponível em: <<https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/3378/2552>> Acesso em 18/09/2024.

KARHAWI, Isaaf. **De Blogueira a Influenciadora:** Etapas de Profissionalização da Blogosfera de Moda Brasileira. Editora Sulina, São Paulo, 2020.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



SIBILIA, Paula. **O show do eu:** a intimidade como espetáculo. 2. ed. Rio de Janeiro, Contraponto, 2016.

VALLAS, Steven; SCHOR, Juliet B. **What do platforms do?** Understanding the gig economy. Annual Review of Sociology, [s. l.], v. 46, p. 273-294, abr. 2020. DOI: <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-121919-054857> Disponível em: <<https://www.annualreviews.org/doi/10.1146/annurev-soc-121919-054857>>. Acesso em 18/09/2024.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



#BOOKTOKNORDESTE: UMA ANÁLISE DA PROMOÇÃO DE LIVROS E AUTORES NORDESTINOS NO *TIKTOK*

Toni Lucas Bento CARNEIRO

Mestrando no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais/Produção de Sentido
e-mail: [tonnilucas@gmail.com]

Resumo

Esta pesquisa visa identificar e analisar a influência do *BookTok* na promoção de livros e autores nordestinos, buscando compreender se essa plataforma pode ser considerada um meio eficaz de divulgação da literatura nordestina. Para isso, será realizada uma análise de conteúdo no *TikTok*, quantificando e qualificando todo o material voltado para a literatura produzida por autores nordestinos, utilizando o mecanismo de busca da própria plataforma. A investigação se justifica pela carência de estudos aprofundados sobre o *BookTok* no Brasil, especialmente no que diz respeito à literatura nordestina. A metodologia inclui análise de conteúdo de natureza qual-quantitativa, com apporte teórico-conceitual constituído a partir das reflexões de Jeffman (2017), Jenkins (2009), Lévy (1997), Nascimento (2023), Recuero (2009), Sibilia (2007), Stokel-Walker (2022) e Tomaz e Silva (2018).

Palavras-chave

TikTok, BookTok, Literatura, Mercado editorial, Autores nordestinos.

INTRODUÇÃO

O crescimento exponencial do *TikTok* possibilitou a criação de nichos como o *BookTok*, onde criadores, chamados *booktokers*, compartilham conteúdos sobre literatura. Embora seja evidente¹ o aumento das vendas de livros impulsionado por essa

¹**BookTok, fenômeno das redes sociais, impacta venda e visibilidade de obras literárias.** Disponível em: <<https://jornal.usp.br/atualidades/booktok-fenomeno-das-redes-sociais-impacta-na-venda-e-visibilidade-de-oberas-literarias/>>. Acesso em: 24 ago. 2024.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



comunidade, principalmente durante a pandemia de COVID-19, pouco se sabe sobre seu impacto na literatura local, especialmente a do Nordeste. Assim, a pesquisa propõe investigar como o *BookTok* tem promovido autores do Nordeste e se esse conteúdo reflete realmente a diversidade cultural da região ou apenas reforça estereótipos. Outra questão é se a plataforma valoriza a literatura nordestina ou se segue padrões comerciais que priorizam obras de maior apelo.

Uma das hipóteses é a de que o algoritmo do *TikTok*, que favorece conteúdos com apelo global, pode dificultar a visibilidade de autores nordestinos. Isso acontece porque temas mais amplos ou populares tendem a dominar o *feed*, limitando a promoção de obras regionais. Por outro lado, *booktokers* do Nordeste podem ter uma tendência maior a destacar a literatura local, o que poderia aumentar a visibilidade desses autores.

Outra hipótese é que pode haver diferenças na forma como *booktokers* promovem autores nordestinos em comparação a autores de outras regiões. Na promoção de autores nordestinos pode haver um foco maior nas particularidades culturais da região, enquanto a literatura de outras regiões pode ser abordada com estratégias diferentes, mais alinhadas às expectativas e interesses do público geral da plataforma.

Este estudo é relevante por duas razões principais. Primeiro, é essencial entender como o *BookTok* tem moldado o mercado editorial brasileiro, especialmente num país com baixas taxas de leitura. Em 2019, segundo o Instituto Pró-Livro², 48% dos brasileiros não se consideravam leitores. No entanto, o período pandêmico trouxe uma revitalização no mercado literário, com o *BookTok* desempenhando um papel crucial nesse impulso, principalmente entre os jovens. Isso levanta a questão de como essa plataforma pode contribuir para a leitura em regiões historicamente marginalizadas, como o Nordeste.

Segundo, há uma escassez de estudos sobre o impacto do *BookTok* no Brasil, especialmente na promoção da literatura nordestina. A maioria das pesquisas existentes está em inglês e espanhol, evidenciando a necessidade de mais estudos focados no

² **Brasil perde 4,6 milhões de leitores em quatro anos.** Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/educacao/noticia/2020-09/brasil-perde-46-milhoes-de-leitores-em-quatro-anos>>. Acesso em: 24 ago. 2024.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



contexto brasileiro, em particular no Nordeste, onde ainda não há investigações específicas sobre esse tema.

Durante a pesquisa serão discutidos vários aspectos importantes relacionados à promoção de autores nordestinos no *BookTok*. O estudo buscará identificar se há uma divulgação significativa desses autores na plataforma e como a abordagem dos *booktokers*, bem como suas percepções sobre o Nordeste, afetam a visibilidade e o reconhecimento da literatura da região. Além disso, será analisada a representação histórica da figura do nordestino nas mídias, com foco na literatura, para compreender como essa construção influencia o cenário atual. A pesquisa também investigará a frequência e a natureza dos conteúdos sobre literatura nordestina no *TikTok*, avaliando a percepção dos criadores de conteúdo sobre a importância de promover esses autores e como suas abordagens impactam a valorização da produção literária nordestina.

MÉTODO

A pesquisa adotará um método misto, combinando abordagens quantitativas e qualitativas. Conforme Creswell (2007, p. 35), a coleta de dados desse método “envolve a obtenção tanto de informações numéricas (por exemplo, em instrumentos) como de informações de texto (por exemplo, em entrevistas), de forma que o banco de dados final represente tanto informações quantitativas como qualitativas”. Nesse sentido, a pesquisa integrará dados quantitativos, como índices de engajamento e frequência de publicações relacionadas à literatura nordestina, com uma análise qualitativa das representações e discussões sobre esses autores no *BookTok*.

Inicialmente, será realizada uma revisão bibliográfica e análise de fontes secundárias, incluindo artigos científicos, livros, relatórios e publicações relacionadas ao *BookTok*, ao mercado literário brasileiro e à promoção de literatura nordestina. Essa análise fornecerá uma base sólida sobre o tema, permitindo compreender o contexto do *BookTok*, sua evolução e seu impacto na visibilidade de autores nordestinos.

Na sequência, será conduzida uma análise de conteúdo no *TikTok*, utilizando comandos de busca como “autores nordestinos”, “literatura nordestina”, “livros

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



nordeste”, “booktok nordeste” e “#booktoknordeste”. Para Bardin (1977), a análise de conteúdo é:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (Bardin, 1977, p. 42)

Todos os vídeos publicados com esses termos serão contabilizados e categorizados em uma tabela para identificar a frequência de conteúdo voltado para a literatura nordestina, os livros e autores mais citados, e o alcance dos vídeos. Será também realizado um levantamento sobre os perfis dos *Booktokers* que publicam esse tipo de conteúdo, incluindo dados sobre idade, gênero e localização.

Além disso, a pesquisa poderá incluir entrevistas com influenciadores digitais e representantes de livrarias que atuam na promoção da literatura produzida por autores nordestinos. O contato com essas fontes será realizado para obter informações detalhadas sobre as estratégias de promoção e a percepção dos *Booktokers* sobre a literatura nordestina. A autorização do Comitê de Ética da Universidade Federal do Rio Grande do Norte será solicitada para a realização das entrevistas, se necessário.

PRIMEIRAS DISCUSSÕES

A fundamentação teórica da pesquisa será organizada em dois eixos temáticos principais: a produção literária de autores nordestinos e a análise do *BookTok*. O primeiro eixo abordará a literatura produzida por autores da região Nordeste do Brasil, explorando suas características e contribuições para o cenário literário nacional e também discutirá a construção do Nordeste e da figura do nordestino através das mídias. Já o segundo eixo examinará o impacto das redes sociais digitais e comunidades virtuais, especialmente do

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



BookTok, na promoção e disseminação da literatura, destacando como essas plataformas influenciam a visibilidade e o engajamento de obras literárias.

No primeiro eixo, que abrange a literatura nordestina, serão abordadas obras de autores como Jorge Amado, Rachel de Queiroz, Ariano Suassuna e Socorro Acioli, além de outros escritores da região. Esses autores representam diferentes perspectivas e estilos literários, contribuindo para a construção da figura do nordestino ao longo da história. As discussões sobre essas obras, bem como a representação e construção da figura do nordestino através das mídias, serão embasadas pelas contribuições de estudiosos como Abreu (2018), Antunes e Vieira (2020), Cattapan (2010), Cunha e Santos (2015), Fressato (2011), Frizon (2005), Leites e Dalcin (2022), Marques (2015), Melo (2021), Patto (2012), Polese (2021), Silva (2020) e Torre (2022).

No segundo eixo, a pesquisa se concentrará na análise do *BookTok* e das dinâmicas das redes sociais digitais, utilizando contribuições de autores que estudam a cibercultura, influência digital e comunidades virtuais. Entre os principais teóricos estão Jeffman (2017), Jenkins (2009), Lévy (1997), Nascimento (2023), Dorsey e Villa (2021), Recuero (2009), Sibilia (2007), Stokel-Walker (2022) e Tomaz e Silva (2018).

CRONOGRAMA

Até o momento, houve a conclusão da escrita do primeiro capítulo da dissertação. Intitulado como **A representação e construção do Nordeste e da figura do nordestino na literatura e outras mídias**, o capítulo discute como o Nordeste e a figura do nordestino foram construídos e representados na literatura e em outras mídias ao longo do tempo. Ele aborda a literatura de cordel como uma importante forma de expressão cultural, o movimento literário da Padaria Espiritual, e passeia pelos principais temas presentes em obras escritas por autores nordestinos: a migração causada pela seca, o cangaço e a religiosidade, bem como o sincretismo religioso. Por fim, são apresentados exemplos recentes de como essas representações foram atualizadas nas mídias contemporâneas, refletindo o simbolismo e as complexidades culturais do Nordeste. No

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



próximo semestre será iniciada a escrita do segundo capítulo, que focará nas particularidades do *BookTok* e aprofundará as discussões sobre a comunidade.

REFERÊNCIAS

- ABREU, M. J. **O nordeste retratado nas faces dos Severinos e descrito nas palavras de Rodrigo S. M.** 2018. 28 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura em Letras - Língua Portuguesa e Respectiva Literatura) — Universidade de Brasília, Brasília, 2018.
- ANTUNES, C. C. ; VIEIRA, J. C. **A representação do cangaço na obra: Seara vermelha, de Jorge Amado.** Revista Eletrônica S@aber , v. 49, p. 1-13, 2020.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo.** Lisboa: Edições 70, 1977.
- CATTAPAN, J. C. R. **O quinze: contrastes e tensões.** Revista Diadorim, v. 7, 27 jun. 2010.
- CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto.** Porto Alegre: Artmed, 2007.
- CUNHA, G. P. da; SANTOS, L. S. dos. **“Não sei, só sei que foi assim!” A percepção popular acerca de Deus, do Demônio e dos Santos no Auto da Comadecida.** Protestantismo em Revista, v. 38, p. 40–58, 12 dez. 2015.
- DORSEY, J. R.; VILLA, D. **Zconomy:** Como a geração Z vai mudar o futuro dos negócios e o que fazer diante disso. Rio de Janeiro: Agir, 2020.
- FRESSATO, S. B. **Duas faces da religiosidade baiana: Sincretismo e intolerância. Reflexões em O Pagador de Promessas.** Anais do XXVI Simpósio Nacional de História, 2011.
- FRIZON, M. **Morte e Vida Severina e o super-regionalismo.** Terceira Margem, v. 9, n. 12, p. 104–116, 2005.
- JEFFMAN, T. M. W. **Booktubers: performances e conversações em torno do livro e da leitura na comunidade Booktube.** Tese (Doutorado) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Ciência da Comunicação, 2017.
- JENKINS, H. **Cultura da Convergência.** São Paulo: Aleph, 2009.
- LEITES, A. C.; DALCIN, C. **Vozes femininas decoloniais em Redemoinho em dia Quente, de Jarid Arraes.** Acta Scientiarum. Language and Culture, v. 44, n. 1, p. e59758–e59758, 14 mar. 2022.
- LÉVY, P. **Cibercultura.** São Paulo: Editora 34, 1997.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



MARQUES, H. **Ficção, História e Memória em Menino de engenho, de José Lins do Rego.** Patrimônio e Memória, v. 11, n. 2, p. 52–68, 30 nov. 2015.

MELO, M. B. De. **Resenha: O Nordeste, a dialética da literatura universal e a nova geração de escritores.** Frontería - Revista do Programa de Pós-Graduação em Literatura Comparada, v. 2, n. 2, p. 146–151, 2021.

NASCIMENTO, T. C. Do. **Como se formam comunidades de consumo no TikTok.** GV-executivo, v. 22, n. 2, 2023.

PATTO, M. H. S. **O mundo coberto de penas: Família e utopia em Vidas Secas.** Estudos Avançados, v. 26, n. 76, p. 225–236, 1 dez. 2012.

POLESE, E. DA S. **O fantástico e o humor na religiosidade: uma leitura da obra A Cabeça do Santo, de Socorro Acioli.** Revista Graphos, v. 23, n. 1, p. 115–132, 3 jun. 2021.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

SIBILIA, P. **O show do eu: subjetividade nos gêneros confessionais da internet.** Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro. 2007.

SILVA, E. C. **Resistir para existir: uma análise da obra Cangaceiros, de José Lins do Rego.** Revista de Literatura, História e Memória, v. 16, n. 28, p. 154–170, 22 dez. 2020.

STOKEL-WALKER, C. **TikTok Boom:** um aplicativo viciante e a corrida chinesa pelo domínio das redes sociais. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2022.

TOMAZ, T.; SILVA, G. C. **Repensando big data, algoritmos e comunicação: para uma crítica da neutralidade instrumental.** Revista Parágrafo, Belo Horizonte, v. 6, n. 1, p. 31-42, jan./jun. 2018. Disponível em: . Acesso em: 15 nov. 2023

TORRE, M. M. C. **As formas de resistência em Torto arado, de Itamar Vieira Junior.** O Eixo e a Roda: Revista de Literatura Brasileira, v. 31, n. 1, p. 161, 4 jun. 2022.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



PRIMEIRAS-DAMAS COMO INFLUENCIADORAS DIGITAIS: UMA ANÁLISE COMPARATIVA DE JANJA SILVA E MICHELLE BOLSONARO NO *INSTAGRAM*

Thâmara ROQUE

Mestranda no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais
e-mail: [roquethamara@gmail.com]

Resumo

Este projeto de pesquisa propõe uma análise comparativa das estratégias de comunicação e influência digital das primeiras-damas brasileiras Janja Silva e Michelle Bolsonaro no *Instagram*. Essa análise se insere na linha de pesquisa de Estudos de Mídia e Práticas Sociais, neste contexto, a análise buscará identificar padrões de comunicação, diferenças e semelhanças nas abordagens das duas primeiras-damas e como os algoritmos da plataforma afetam a visibilidade de suas postagens. A metodologia incluirá análise de conteúdo e plataformas digitais (D'Andréa, 2020) e análise de plataformas de mídias sociais (Bucher, 2018) com intuito de investigar como os algoritmos podem influenciar a forma que estas personalidades utilizam a plataforma para construir imagem, engajar seguidores e influenciar a opinião pública.

Palavras-chave

Primeiras-damas, Plataformas digitais, Comunicação e política, *Instagram*, Análise comparativa.

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, as mídias sociais têm desempenhado um papel crucial na comunicação política, permitindo que figuras públicas construam suas identidades de maneira mais acessível e direta para o público. No Brasil, as primeiras-damas, tradicionalmente associadas a papéis simbólicos de gênero, começaram a adotar estratégias de comunicação digital para reforçar suas imagens públicas e pessoais. Nesse contexto, o *Instagram*, que pertence a Meta, uma das plataformas mais populares para divulgação de imagens e narrativas, tornou-se uma ferramenta essencial para figuras como Rosângela Lula da Silva (atual primeira dama do Brasil, desde 1 de janeiro de 2023), esposa do atual presidente Luiz Inácio Lula da Silva, e Michelle de Paula Firma

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Reinaldo Bolsonaro (ex-primeira dama do Brasil, de 2019 a 2022), esposa do ex-presidente Jair Bolsonaro.

Este estudo analisa e compara as estratégias de comunicação digital de Janja Silva e Michelle Bolsonaro no *Instagram* para entender como essas abordagens afetam a percepção pública e a construção de suas identidades políticas e pessoais. A pesquisa investiga como os padrões de comunicação de ambas, bem como as diferenças e semelhanças em suas abordagens, são influenciados pelos algoritmos do *Instagram* e como isso impacta a visibilidade e o engajamento de suas postagens.

A pesquisa parte da hipótese que Janja Silva e Michelle Bolsonaro usam o *Instagram* estrategicamente para reforçar suas posições políticas e pessoais, mas com enfoques diferentes. Janja Silva foca em causas sociais e pautas progressistas alinhadas com o governo de Lula, enquanto Michelle Bolsonaro prioriza valores conservadores ligados à religião e à família tradicional, refletindo o discurso de Jair Bolsonaro. Espera-se que essas diferenças nas estratégias resultem em variações significativas no engajamento das postagens.

A relevância deste estudo está na importância de entender como figuras políticas femininas, como as primeiras-damas, estão cada vez mais atuando nas mídias sociais, não apenas como símbolos de apoio a seus cônjuges, mas como personalidades autônomas, capazes de influenciar debates públicos. Além disso, a pesquisa contribui para a compreensão do papel das redes sociais na construção da identidade política e na formação de opinião pública, temas essenciais no contexto de uma sociedade cada vez mais digitalizada.

Durante a pesquisa, serão discutidos aspectos (construção da imagem, estratégias de comunicação, temáticas abordadas, polarização) da atuação de Janja Silva e Michelle Bolsonaro no *Instagram*. Primeiramente, será analisada a evolução do papel das primeiras-damas no Brasil, desde funções puramente simbólicas até uma atuação mais estratégica nas mídias digitais. Em seguida, será feita uma análise detalhada dos tipos de conteúdo compartilhados por ambas, com ênfase nos temas mais recorrentes e no impacto de suas postagens em termos de engajamento. O estudo também irá comparar as semelhanças e diferenças nas abordagens de Janja e Michelle, buscando

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



identificar padrões de comunicação que possam refletir suas respectivas ideologias e objetivos. Por fim, será investigado como o *Instagram*, enquanto plataforma, influencia a visibilidade e o alcance de suas postagens, moldando assim a construção de suas identidades públicas. Esse panorama permitirá uma compreensão mais ampla de como as mídias sociais têm transformado a política e a comunicação de figuras públicas, especialmente no caso de mulheres em posições de destaque político.

MÉTODO

Realizaremos um levantamento bibliográfico para traçar um panorama histórico da atuação das primeiras-damas no Brasil, focando na construção de suas imagens ao longo do tempo e no papel crescente das mulheres no contexto político, a partir de leituras da pesquisadora Ciça Guedes. A pesquisa investigará como as primeiras-damas têm buscado se afirmar de maneira mais autônoma, além da influência de seus maridos, e como a presença nas mídias sociais, especialmente no *Instagram*, se torna uma ferramenta para construir imagem e influência política. Serão incluídas teorias sobre algoritmos de Taina Bucher (2018) para analisar o impacto dos algoritmos nas postagens e interações, e a obra de Paula Sibilia (2008), que explora a espetacularização da vida privada nas mídias sociais.

Teremos a análise de conteúdo e plataformas digitais a partir da leitura de Carlos d'Andréa (2020), que também será uma ferramenta fundamental para identificar padrões comunicacionais e interpretar as estratégias usadas pelas figuras públicas nas plataformas. Essa metodologia permitirá não apenas quantificar o impacto de suas postagens, mas também interpretar os significados subjacentes às suas estratégias de comunicação. Isso ajudará a responder questões centrais da pesquisa, como a influência das mídias sociais na construção da imagem pública das primeiras-damas, o papel dos algoritmos no alcance dessas mensagens e a forma como o público as percebe e interage com elas.

A pesquisa analisará quatro períodos distintos: o tempo em que Michelle Bolsonaro foi primeira-dama (2019-2022), o período após seu mandato, o tempo antes

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



de Janja Silva se tornar primeira-dama e seu período como primeira-dama (a partir de 2023). Esse recorte permitirá analisar a transição de influência e a construção da imagem pública de ambas, observando suas ações tanto durante quanto fora do exercício do poder. Serão analisadas postagens do *Instagram* de Janja Silva e Michelle Bolsonaro desses períodos, incluindo eventos como as posses de Jair Bolsonaro e Lula, além de momentos diversos e adversos. Serão selecionadas amostras representativas das postagens mais engajadas e que tiveram impacto significativo em visibilidade e interação.

A coleta de dados será feita por meio da extração de postagens públicas do *Instagram* das primeiras-damas Janja Silva e Michelle Bolsonaro. O período de análise cobrirá um intervalo de tempo determinado, conforme já explicitamos, e as postagens serão coletadas com base em critérios a definir. Os dados serão organizados em planilhas com categorias como: tipo de conteúdo (político, pessoal, social), datas, temas principais e métricas de engajamento. Essa organização facilitará a análise comparativa entre as duas primeiras-damas.

PRIMEIRAS DISCUSSÕES

Com a crescente relevância das plataformas sociais na política contemporânea, analisar o uso do *Instagram* por figuras públicas como as primeiras-damas pode revelar percepções significativas sobre a influência digital na política e na construção de imagem pública. Atualmente as primeiras-damas desempenham um papel mais ativo, utilizando as mídias sociais como plataformas de comunicação direta. A figura da primeira-dama carrega significados culturais profundos, tanto Janja Silva e Michelle Bolsonaro atuam como influenciadoras digitais, impactando opiniões políticas, sociais e culturais. Além disso, podemos perceber que a presença delas no *Instagram* pode revelar questões importantes sobre as expectativas de gênero, o papel da mulher na política e a forma como diferentes estilos de liderança feminina são percebidos pela sociedade.

Além de explorar a relevância de primeiras-damas como Janja Lula e Michelle

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Bolsonaro ao utilizarem o *Instagram* para influenciar a opinião pública e promover suas agendas pessoais e políticas, também se faz necessário entender as semelhanças e diferenças em suas estratégias de comunicação. Como utilizam a plataforma para maximizar o alcance de suas mensagens? E, por fim, de que maneira a misoginia se infiltra nas interações-*online*, afetando suas imagens públicas?

O estado da arte, em processo de construção, envolve um levantamento preliminar em plataformas acadêmicas, como o Banco de Teses e Dissertações da Capes, com foco em trabalhos que abordam os seguintes temas: primeira-dama, mulher na política, *Instagram* e política, mídias sociais e misoginia no contexto político. Até o momento, foram encontradas 179 pesquisas com a palavra-chave "primeira-dama", sendo que a primeira data do ano de 2000. Os temas mais recorrentes nessas pesquisas incluem: papel político e social das primeiras-damas, relações de poder e gênero, representações na mídia e imagem pública. Esses temas revelam a complexidade do papel que essas figuras desempenham no cenário político e social, além de suas interações com as narrativas midiáticas.

Sobre Michelle Bolsonaro, foi identificada uma pesquisa que aborda deficiência, inclusão, LIBRAS e surdez (dissertação em Letras, do ano 2021), indicando que, apesar de poucas menções diretas a sua figura, o interesse acadêmico por ela está crescendo. Esse aumento se deve, em grande parte, ao papel ativo que desempenhou ao lado do ex-presidente, especialmente em questões de inclusão e na promoção de sua imagem nas redes sociais. Além disso, a polarização política e o entrelaçamento entre religião e política também têm contribuído para a atenção em sua figura. Até o momento, Janja Silva não está documentada em pesquisas acadêmicas focadas em sua participação pública e política, disponíveis em bases como a Plataforma Sucupira. Apesar de sua atuação ter ganhado destaque após a posse de Lula, faltam registros significativos de estudos de mestrado e doutorado que analisem sua figura. Contudo, o crescente interesse por sua participação na política, cultura e ativismo feminista sugere que essa temática poderá ser explorada em pesquisas futuras, especialmente nas áreas de comunicação, gênero e ciências políticas.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Percebemos uma lacuna em estudos que abordem a primeira-dama como um objeto de análise em relação ao impacto de sua presença nas mídias sociais, especialmente no *Instagram*, sobre a percepção pública e a construção de sua imagem política. Há uma carência de pesquisas que explorem como a atuação da primeira-dama nas plataformas sociais pode influenciar as expectativas de gênero e o papel da mulher na política, bem como a forma como diferentes estilos de liderança feminina são recebidos pela sociedade.

CRONOGRAMA

Até o momento, no primeiro semestre, concluímos com sucesso as disciplinas obrigatórias do programa de mestrado. No segundo semestre, nosso foco será finalizar as disciplinas optativas, ao mesmo tempo em que iniciamos a pesquisa. Esse início da pesquisa envolverá um levantamento bibliográfico aprofundado, no desenvolvimento do estado da arte, e a organização dos dados coletados. No terceiro semestre, apresentaremos o andamento da pesquisa, que incluirá a qualificação da dissertação. Nesta etapa, faremos ajustes conforme necessário com base no retorno recebido, para assegurar que a pesquisa esteja bem fundamentada e em conformidade com os objetivos estabelecidos. Durante o último semestre, nosso trabalho será concentrado na elaboração da versão final da dissertação. Este período culminará com a defesa da dissertação, onde apresentaremos nossos resultados e conclusões. As reuniões regulares com a orientadora serão fundamentais ao longo de todo esse processo para garantir que estamos no caminho certo e para ajustar a pesquisa conforme necessário.

REFERÊNCIAS

- BUCHER, T. (2018). **If... Then: Algorithmic Power and Politics**. Oxford University Press.
- D'ANDRÉA, Carlos. **Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos**. Salvador, BA, EDUFBA: 2020.
- GUEDES, Ciça; MELLO, Murilo Fiúza. **Janja: a Militante que se Tornou Primeira-dama**,

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Editora Máquina de Livros, 2023

GUEDES, Ciça; MELLO, Murilo Fiúza. **Todas as Mulheres dos Presidentes: a História Pouco Conhecida das Primeiras-damas do Brasil Desde o Início da República**, Editora Máquina de Livros, 2019

SIBILIA, Paula. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SANTANA, Dilson Barbosa. **Michelle Bolsonaro - Minha História**. eBook Kindle. 2024

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Lançando um olhar sobre interações de perfis anônimos na rede X

Siméia Rêgo de OLIVEIRA

Doutorando no PPGEM - *Estudos da Mídia e Práticas Sociais/Produção de Sentido*
e-mail: simeia.rego@gmail.com

RESUMO

Lança-se um olhar sobre perfis eletrônicos anônimos por meio das suas interações nos *sites* de redes sociais que buscam influenciar o pensamento coletivo de sua bolha digital. O objetivo geral visa demonstrar as interações de perfis *fake* por meio do conceito de Representação na plataforma X (antigo Twitter), realizando um estudo dentro da Comunicação. E os específicos, catalogar os perfis anônimos, organizar um quadro conceitual das categorias observadas para analisar suas interações visando contribuir como referencial prático-teórico sobre o gerenciamento de impressão numa rede social. A hipótese da investigação pretende confirmar se as interações desses perfis ocorrem de maneira horizontalizada, porém negociada e representada na plataforma X (antigo Twitter), sob as técnicas de representação (Goffman, 1985); ou seja, os graus de manipulação da imagem do outro contrário à sua bolha digital. O recorte do *corpus* se dá nos comentários desses perfis no X. As abordagens teórico-metodológicas fundamentam as inferências: representação (equipes, ator e palco), da conversação em rede (turnos de fala) e filtros bolha (personalização dos conteúdos) que oferecem contribuições para construir o quadro de referências com categorias e níveis de interação, elencando desde os *posts* compartilhados, produzidos e comentados por esses perfis *fake* até a duração dessas interações (pertinência), entre outras variáveis (Goffman, 1985; Recuero, 2012; Pariser, 2012). Portanto, pretende-se realizar um estudo dentro da comunicação demonstrando as interações entre perfis eletrônicos *fake* negociando as impressões das identidades, como fenômeno comunicacional de prática social do século XXI.

PALAVRAS-CHAVE: anonimato; perfil *fake*; filtros bolha; linguagem; digital.

INTRODUÇÃO

O uso das máscaras acompanha a sociedade ocidental, desde a Grécia clássica, principalmente, para resguardar a face. Por meio dessas expressões se anuncia a redescoberta de uma estética que dialogaria com a razão e a imaginação, o indivíduo que se apresenta sob a máscara passaria a revelar a pessoa ao invés do indivíduo (Nascentes, 1972; Maffesoli, 2007; Goffman, 1985) e, assim, protege-se. Nas relações sociais por meios digitais, esse ambiente se torna favorável ao comportamento desse mascarado manifestando, assim, outro equilíbrio entre a representação e o indivíduo que interage na

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



cultura do digital. Assim, nesta pesquisa, o anônimo seria compreendido como o mascarado que utiliza um nome desconhecido, popularmente denominado perfil *fake*.

Falar em anonimato seria falar em *fake*? Compreende-se que para entender o perfil *fake* se perpassasse a subdivisão entre anonimato e pseudonimato, observada como possibilidade de uso da máscara aliada à tecnologia (Pavlíček, 2005), contextualizada na mediação do computador. Evidencia-se, também, os perfis eletrônicos *fake* nos *sites* de redes sociais que tanto comentam em suas contas como desconstroem as narrativas dos perfis adversários mediante estratégias de gerenciamento de impressão, que serão analisadas.

Nesse ínterim, os algoritmos e seus filtros invisíveis que personalizam as relações na internet funcionam prevendo o que a audiência gosta, consome e se entretem, conformando-a em bolhas digitais (Recuero, 2012; Pariser, 2012). No entanto, essas bolhas, *a posteriori*, afastariam o contraditório, isolando essa audiência em suas próprias convicções, crenças e ideologias, buscando e encontrando apenas pessoas que pensem conforme sua bolha.

Partindo da perspectiva teórica do Interacionismo Simbólico que se aproximou dos estudos de comunicação (Littlejohn, 1978) e, posteriormente, dos estudos de dramaturgia em Erving Goffman (1985), aborda-se a sua influência nas interações. Em poucas palavras, parece haver graus de manipulação da própria imagem de um perfil anônimo para o outro, inclusive, externo à sua bolha digital, quando esse perfil cria sua representação.

Essa forma e contexto de interação social, problematizou-se de maneira mais específica, a pertinência da grande questão da pesquisa que aponta para o porquê das pessoas aderirem à bolhas digitais para disputar poder nas suas interações.

Sua relevância é observada na análise das narrativas de disputas de poder no contexto das interações no digital, na observação do comportamento performático (Goffman, 1985), com ênfase nos perfis anônimos, para uma melhor comunicação nos *sites* de redes sociais, como a plataforma X (antigo Twitter), partindo de suas bolhas. Neste estudo, o X seria observado como um tribunal de assuntos próprios do mundo físico. Nessa direção, a hipótese da investigação perpassou as técnicas de representação sendo vistas sob a ótica de um poder horizontal, pelo perfil eletrônico. Essa representação (Goffman, 1985) seria observada por meio de narrativas horizontalizadas, de maneira negociada e representada de perfis eletrônicos *fake* no X.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



No que tange a academia, essa investigação se identifica com a Linha de Pesquisa Estudos da Mídia e Práticas Sociais, do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPgEM/UFRN).

METODOLOGIA

A abordagem metodológica utilizada perpassa o seu objeto de estudo que são as interações de perfis anônimos considerando suas bolhas digitais. O recorte do *corpus* se faz no espaço para comentários da plataforma *X* e procede-se com a observação não-participante. Após, para sedimentar a análise e resultados, pretende-se catalogar o material coletado tanto nas interações nos espaços dos comentários, bem como por meio de entrevistas após submissão e pretensa aprovação no Comitê de Ética. Essas entrevistas se pretende produzir a partir do 5º semestre.

A estrutura metodológica da Análise de Conteúdo (Bardin, 1977) que se propõe versa sobre: “a pré-análise; o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação” (p. 96). Os indicadores serão organizados em um quadro de referências que embasará a interpretação final.

As interações de perfis *fake* observadas ocorreram na temporalidade de maio de 2023 e, *a posteriori*, foram categorizados sob as tradições políticas: conservadorismo, socialismo e liberalismo clássico para análise (Scruton, 2019; Engels, 1999). O *corpus, a priori*, foi composto de três perfis eletrônicos anônimos do *X*: @SGPsicopolítica, @Deserquerdizada e @allandospanos, coletados em 31 de maio de 2023, como exercício de aproximação metodológica com o objeto de pesquisa proposto na disciplina de metodologia do PPgEM/UFRN. *A posteriori*, descartou-se o perfil @SGPsicopolítica devido a não ocorrência de interação até a data de atualização deste projeto. O conteúdo compartilhado é considerado no contexto das interações da bolha política, após o acirramento do debate político que emerge desde as eleições gerais de 2022.

O conceito de Representação de Goffman (1985) apresenta uma metáfora da interação por meio dos elementos teatrais: ator, equipes e palco. O ator seria o indivíduo que crê na sua própria encenação, conforme Goffman (1985). As equipes se referem a “qualquer grupo de indivíduos que cooperem na encenação de uma rotina particular” (Goffman, 1985, p. 78), e o palco, o local em que os indivíduos em interação transmitem impressões de si mesmos e onde

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



podem controlar a audiência. Por meio da Conversação em Rede se observará a persistência (retomar a conversa) e a interação entre perfis *fake* e não *fake* (Recuero, 2012).

Desse modo, o diálogo metodológico fundamenta as inferências: representação (equipes, ator e palco), da conversação em rede (turnos de fala) e filtros bolha (personalização dos conteúdos) oferecem contribuições que podem construir o quadro de referências para a pesquisa (Goffman, 1985; Recuero, 2012; Pariser, 2012).

Figura 1 – Quadro de referência - proposição

Quadro de referências			
Classificação - perfil <i>fake</i> , nível da interação entre os perfis e tipos de conteúdo			
Variáveis Teórico-conceitual	Representação (Goffman, 1985) - atores, equipes e palco	Conversação em rede (Recuero, 2012) - turnos de fala; conversação em <i>sites</i> de redes sociais	Filtros Bolha (Pariser, 2012)
Perfis observados (<i>corpus</i>): Perfis anônimos na Plataforma X	Atores (perfis <i>fake</i>); Palco (Plataforma X); Equipes (perfis que comentam nas postagens)		
Níveis de interação nos <i>sites</i> de redes sociais (anonimato)	Nível 1 – compartilha conteúdo <i>fake</i> Nível 2 – compartilha notícias (considerar as fontes), fatos	Turnos de fala: persistência (retomar a conversa); anonimato (interação entre perfis <i>fake</i> e não- <i>fake</i>)	Personalização - identificar a temática da identidade política (filtro bolha)
Nichos - classificar tipos de conteúdo			Nicho 1 – Conservador (Direita) Nicho 2 – Socialismo/Progressismo (Esquerda) Nicho 3 - Liberalismo clássico

Elaborado pelas autoras Siméia e Valquíria

PRIMEIRAS DISCUSSÕES

Parte-se do contexto da Pós-Modernidade para se ter uma visão holística do ambiente social e tecnológico no qual se está inserido. Nessa corrente de pensamento resultante de uma ruptura com a modernidade normatizada e positivista, as relações passam a ser caracterizadas pela ausência de fronteiras devido à disjunção do espaço-tempo (Thompson, 1998) cujo encontro e a interação superaram o espaço físico, entre ambos. Assim, os encontros supervalorizam o momento presente por meio da afinidade, dos mesmos gostos e passam a ser um valor de tempo e espaço. A velocidade e o espaço nesse ambiente são reorganizados, visando acompanhar essa nova realidade. Vislumbra-se, portanto, serem essas interações uma possível resposta à desintegração resultante da modernidade.

Entende-se, também, os dispositivos comunicacionais, com ênfase nos perfis eletrônicos em suas interações na rede social X, como extensões do nosso corpo. Essa proposição coaduna

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



com a observação da releitura do “estar sempre conectado” (Turkle, 2008) através do contexto da mediação pelo computador. Nesse aspecto, a semântica das interações pode explicar a ideia do corpo, nesse contexto. René Descartes, no séc. XVII, quando asserta que “o corpo [...], não é algo que por si só defina o que é o homem”, apontaria há 400 anos uma compreensão de que o corpo limita, logo, poder-se-ia pensar haver uma ampliação desse corpo através da identidade virtual nessa Pós-Modernidade.

Propõe-se observar, ainda, quem é a audiência desses perfis eletrônicos da plataforma X. Esses podem ser entendidos, 1) como o público, pois se auto-organizam (Kunsch, 2003) em bolhas digitais pelos gostos em comum, 2) pela paixão e 3) pelo que lhes apetece na rede (Pariser, 2012). Nesse contexto, se torna possível entender a proposta do perfil eletrônico no aporte do Pseudonimato (Pavlíček, 2005), no que tange a possibilidade de utilizar a máscara do anonimato, no contexto das novas tecnologias - diferente do anônimo, que aponta para alguém com um nome desconhecido, uma carência de identidade¹.

Além disso, a questão ética é trazida quando Frisch *et. al.* (2005) aponta que o anonimato pode servir como uma máscara para esconder identidades e ações. Em outras palavras, o anônimo seria o não-identificado (Pavlíček, 2005) e a máscara do Pseudonimato garantiria revelar muito mais do que se faria sem essa. Situa-se o uso dessa máscara virtual a partir do conceito dos estudos de Representação de Erving Goffman (1985) cujo autor parte do pressuposto do indivíduo que gerencia a impressão de realidade que tenta dar aos outros. Sobretudo, no que tange aos envolvidos nessa interação, serem crédulos quanto a realidade do que é apresentado.

As bolhas digitais atuam como mediadores que reforçam as ideias pré-concebidas de sua audiência. Pautam-se essas bolhas no âmbito de interações digitais em que os indivíduos gostam dos mesmos assuntos, leem postagens sobre os mesmos temas, e constroem narrativas presos nesses grupos. Quando se acessa um buscador, deixam-se rastros digitais cujos algoritmos, por meio de diversos parâmetros, reforçam as ideias preconcebidas e direcionam sempre aos interesses do indivíduo, mas ao mesmo tempo isolam dos demais assuntos ou temas que envolvem a sociedade; esses filtros atuam, portanto, como mediadores (Pariser, 2012) e conduzem as vontades e querer, contrastando com a liberdade de escolha.

¹ “Is lack of identity” (Pavlíček, 2005). Disponível em: < chrome-extension://efaidnbmnnnibpcapcglclefindmkaj/https://sorry.vse.cz/~pavlant/sources/Dissertation-Pavlicek-Anonymity.pdf >. Acesso em: 01 ago. 2024.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Portanto, há uma interação entre esses perfis eletrônicos nas relações mediadas pelo computador, numa espécie de jogo em busca de maior visibilidade, velada ou explícita, observada no X. Pretende-se demonstrar as interações entre perfis eletrônicos *fake* negociando as impressões das identidades, como fenômeno comunicacional de prática social do século XXI.

CRONOGRAMA

Apresenta-se as atividades a serem desenvolvidas durante os quatro anos, organizadas semestralmente. O primeiro e segundo ano foram destinados ao curso das disciplinas propostas, obrigatórias e optativas - sendo as optativas integralizadas. Nesse período, ainda, cumpriu-se a carga horária dos estágios docentes obrigatórios. O levantamento dos dados e a análise do *corpus* iniciou **timidamente** ainda no primeiro ano, apesar de ter sido estimulada em disciplina de metodologia que visava uma aproximação metodológica com o objeto a ser estudado. A previsão para a escrita da qualificação deve acontecer no terceiro ano. A elaboração de artigos e participação em congressos ocorreu já no primeiro e segundo anos; a aplicação da entrevista ocorrerá mediante maturação da pesquisa e após submissão e aprovação do comitê de ética da UFRN. O levantamento bibliográfico, leitura e análise da bibliografia, deu-se desde o início da produção do projeto e está em andamento. No último ano, pretende-se escrever a tese.

REFERÊNCIAS

- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.
- ENGELS, Friedrich. **Do socialismo utópico ao socialismo científico**. [s.l] *Rock Edition*, 1999. Versão para *E-book*.
- FRISCH, B.; PEIRANO; D. J.; ROGAWAY, P. **Mask of technology: how the perceived anonymity of technology affects ethical decisions**. UC Davis Computer science. 2011. Disponível em: <[chrome-extension://efaidnbmnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.cs.ucdavis.edu/~rogaway/classes/188/fall11/p103.pdf](https://efaidnbmnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.cs.ucdavis.edu/~rogaway/classes/188/fall11/p103.pdf)>. Acesso em: 01 ago. 2024.
- GIDDENS, Anthony. **A constituição da sociedade**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2009.
- GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis, Vozes, 1985.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



KUNSCH, M. M. K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada.** São Paulo: Summus, 2003.

LITTLEJOHN, S. W. **Fundamentos teóricos da comunicação humana.** Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978.

MAFFESOLI, Michel. **O conhecimento comum:** introdução à sociologia compreensiva. Porto Alegre: Sulinas, 2007.

MENDES, K. D. S.; SILVEIRA, R. C. C. P.; GALVÃO, C. M. Revisão integrativa: método de pesquisa para a incorporação de evidências na saúde e na enfermagem, In: *SciELO - Scientific Electronic Library Online, Scielo Brasil*, São Paulo, dez. 2008.

DOI: <https://doi.org/10.1590/S0104-07072008000400018>. Acesso em: 02 ago. 2024.

NASCENTES, Antenor. **Dicionário ilustrado da língua portuguesa**, v. IV. Rio de Janeiro: Bloch Editores, Academia brasileira, 1972.

PARISER, Eli. **O filtro invisível.** O que a internet está escondendo de você. Rio de Janeiro: Zahar, 2012 (Edição digital: março 2012)

PAVLÍČEK, Antonín. *Anonymity on the internet and its influence on the communication process.* 2005. Dissertação (Media Studies) – Charles University, Institute of Communication Studies and Journalism, Praga, República Checa, 2005. Disponível em: <<http://migre.me/dhsQZ>>. Acesso em: 01 ago. 2024.

RECUERO, Raquel. **A conversação em rede.** Comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet. Porto Alegre: Sulina, 2012, 238p.

SCRUTON, Roger. **Conservadorismo:** um convite à grande tradição. 1ª. ed. Rio de Janeiro: Record, 2019. 413p.

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

TURKLE, Sherry. *Always-on/always-on-you: the tethered self.* In: **Handbook of mobile communication studies.** JAMES, E. K. (Ed.). Massachusetts: MIT Press, 2008. p. 121-137. Disponível em: <chrome-extension://efaidnbmnnibpcajpcglclefindmkaj/https://sherryturkle.mit.edu/sites/default/files/images/ST_Always%20On.pdf>. Acesso em: ago. 2024.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



O INTERESSE PÚBLICO PELAS VIAS DA TIKTOKIZAÇÃO: UMA ANÁLISE DO PERFIL @PREFEITURADEMOSSORO NO INSTAGRAM

Anadelly FERNANDES

Mestrando no PPGEM - *Estudos da Mídia e Produção de Sentido*
e-mail: [anadellyalves@gmail.com]

Resumo

Esta pesquisa busca analisar as estratégias comunicacionais utilizadas no *Instagram* da Prefeitura de Mossoró e como a “tiktokização” atua na autoimagem da instituição. O termo se refere ao processo de adotar características associadas ao *TikTok*, como a produção e consumo de vídeos curtos, e ao estilo de publicações típicas da plataforma (Cardoso, 2023). Para isso, o estudo propõe três objetivos específicos: identificar as principais estratégias adotadas pela equipe de comunicação da Prefeitura de Mossoró no *Instagram*; investigar os elementos característicos do *TikTok* nos *reels* publicados no perfil; e analisar a construção do *ethos* discursivo da instituição a partir da *tiktokização* das publicações. A metodologia adotada inclui o levantamento bibliográfico e a análise discursiva dos vídeos, a fim de verificar a construção do *ethos* da instituição, fundamentada em Maingueneau (2020). Ampara-se em teóricos da comunicação pública e mídias sociais digitais, como Duarte (2007), Matos (2011), Kunsh (2007, 2011) e Recuero (2009). A hipótese aponta para uma comunicação institucional que não se restringe às ações governamentais e inclui igualmente as interações com os cidadãos, inclusive utilizando artifícios da linguagem do humor que podem contribuir para modificar a percepção de identidade da instituição. A pesquisa destaca a necessidade de uma reflexão empírica sobre a complexidade e os conflitos comunicacionais decorrentes da plataformização do interesse público.

Palavras-chave

Comunicação Pública, *Instagram*, Mídias Sociais, *TikTok*, Prefeitura de Mossoró.

INTRODUÇÃO

A comunicação pública passa por transformações significativas na era digital, impulsionada pelo avanço das tecnologias e pela adoção massiva das mídias sociais como canais de interação (Kunsch, 2007). No entanto, “em um Estado democrático, a comunicação política desenvolvida por instituições públicas, atores sociais e políticos, deve ser regida pelo interesse público e ter poder para mobilizar, viabilizar e respeitar a opinião pública” (Weber e Locatelli, 2022). Conforme os autores, a comunicação pública é um dos indicadores mais importantes das democracias.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Os casos das eleições de Barack Obama (2008 e 2012), Donald Trump (2016) e Jair Bolsonaro (2018) demonstram como a presença estratégica nas mídias sociais pode influenciar significativamente a opinião pública e os resultados eleitorais. Obama foi pioneiro no uso de plataformas como *Facebook* e *Twitter* para mobilizar eleitores e arrecadar fundos. Trump utilizou o *Twitter* para moldar a narrativa política e atingir diretamente seus apoiadores, enquanto Bolsonaro fez uso de *WhatsApp* e outras redes sociais para disseminar suas mensagens e conectar-se com os eleitores de maneira direta. Contudo, existem princípios da administração pública como legalidade, impessoalidade e moralidade que precisam ser considerados em toda comunicação (Manual de Redação da Presidência da República, 2018).

O *Instagram*, no qual se encontra o *corpus* desta pesquisa, é uma plataforma de redes sociais que passou por muitas modificações desde o seu surgimento, em 2010. Uma de suas características é a tentativa de criar funcionalidades que se pareçam com as de outras mídias sociais (Cardoso, 2023). Um exemplo é a criação dos *Stories*, em 2016, recurso que permite compartilhar momentos diários em fotos e vídeos que desaparecem após 24 horas, semelhante ao *Snapchat*¹. Já em 2020, o *Instagram* lançou o *reels*², seguindo o modelo de vídeos em tela cheia semelhante ao *TikTok* (Cardoso, 2023).

O *TikTok*, por sua vez, é uma rede social lançada em 2016, por Zhang Yiming, fundador da Byte Dance, na China, dedicada à publicação de vídeos. A plataforma é mais conhecida pelos vídeos curtos de humor, música e dança, embora abrigue publicações de todos os tipos (Canaltech, 2024; Kleina, 2020).

Nesta pesquisa, no entanto, o terno *tiktokização*, se refere ao processo de adotar características ou comportamentos associados ao uso do *TikTok*, como a produção e consumo de vídeos curtos, e ao uso de estilos de publicações típicas da plataforma, a exemplo dos desafios e danças (Cardoso, 2023; Kleina, 2020). Essas mudanças e a ainda

¹ Snapchat é uma rede social desenvolvida em 2011 para envio de fotos que podiam ser visualizadas uma única vez. Disponível em <<https://revistas.intercom.org.br/index.php/revistaintercom/article/view/2805/2095>> Acesso em: 18 de ago. de 2024.

² Reels são vídeos feitos principalmente para consumo rápido no formato vertical encontrados em uma seção dedicada a eles no aplicativo do Instagram e exibidos no feed tradicional da rede social.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



incipiente discussão teórica quanto aos impactos do *Tiktok* sugerem a relevância da pesquisa, que busca compreender como o setor público tem utilizado os recursos e formatos de conteúdo do *Instagram* para oferecer transparência as suas ações e serviços.

O perfil do *Instagram* da Prefeitura de Mossoró é um caso de instituição que utiliza de forma constante vídeos curtos com danças, personagens populares, desafios, humor e tendências do *Tiktok*, dados necessários para atingir os objetivos desta pesquisa. Parto, então, da seguinte problemática: como a *tiktokização* atua na produção de conteúdo da Prefeitura de Mossoró no *Instagram* e na construção da autoimagem da instituição?

MÉTODO

A pesquisa terá um recorte temporal de 15 meses. Serão analisadas as publicações no *Instagram* desde o período em que a Prefeitura de Mossoró (@prefeiturademossoro) passou a utilizar *reels*, em outubro de 2022 até o final de 2023, antes do início do ano eleitoral para renovação de cargos no executivo e legislativo municipais. Para a análise, o conteúdo será dividido em categorias: a) vídeos com danças, b) filtros e c) áudio “robotizado”, característicos do *Tiktok*; refletindo a conexão do conteúdo com os princípios da comunicação pública indicados pela Associação Brasileira de Comunicação Pública (ABCPública).³

Por meio de pesquisa bibliográfica e da observação desenvolveremos um estudo sobre o *Instagram* e o *Tiktok*. Para conduzir a pesquisa bibliográfica, será adotada uma revisão de literatura abrangente que vise explorar os principais temas e teorias relacionados à *Tiktokização*. De acordo com Koche (1997), na pesquisa bibliográfica, conhecemos e analisamos as principais contribuições teóricas existentes sobre um determinado tema ou problema. Com isso, esse método contribuirá para identificar as principais estratégias adotadas pela equipe de comunicação da Prefeitura de Mossoró no *Instagram* e investigar os elementos característicos do *TikTok* nos *reels*.

³ Disponível em:https://abcpublica.org.br/wp-content/uploads/2021/10/Guia_de_Comunicac%CC%A7a%CC%83o_Pu%CC%81blica.pdf. Acesso em: 10 de set. de 2024.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



A análise do *ethos*, de acordo com Maingueneau (1993, 2008), permitirá entender a "voz" que se manifesta através da maneira de dizer dos oradores: não o que eles dizem sobre si, mas o que revelam pelo próprio modo de se expressarem. Utilizaremos os conceitos do autor de “*ethos discursivo*” - construído durante o discurso - e “cena de enunciação”, interpretando o contexto no qual o discurso é produzido, incluindo o lugar, o tempo e as condições de enunciação, para embasar a investigação. Além disso, incorporaremos os aparatos teóricos de Bakhtin (2011), que apoiam a coexistência de múltiplas vozes, estilos de linguagem e pontos de vista em um discurso. Ao integrar diferentes registros e estilos de fala, o locutor pode projetar uma autoimagem multifacetada, adaptável a diferentes audiências.

A partir desse conceito, compreenderemos o posicionamento da entidade pública na plataforma e como os novos recursos da rede foram incorporados à construção da autoimagem da instituição no processo comunicativo. Será considerada na pesquisa a visão do líder do poder executivo municipal, o prefeito, pois “para construir a imagem do sujeito que fala, o interlocutor se apoia, ao mesmo tempo, nos dados preexistentes ao discurso – o que ele sabe a priori do locutor” (Charaudeau, 2018, p. 115).

PRIMEIRAS DISCUSSÕES

Thompson (2008, p. 72) considera que “o desenvolvimento dos meios de comunicação criou novas formas de interação, novos tipos de visibilidade e novas redes de difusão de informação no mundo moderno”. Torna-se mais evidente que os signos, discursos e dispositivos tecnológicos são fundamentais no processo de formação de uma nova forma de socialização, um novo ecossistema existencial (outro *bios* existencial), conforme Sodré (2021). Segundo o autor, o algoritmo, conjunto de regras e processos matemáticos utilizados para determinar quais conteúdos são exibidos aos usuários nas plataformas digitais como o *Instagram* e *Tiktok*, operam como um código que define ações humanas. Essas plataformas de redes sociais podem ser utilizadas para alcançar um maior público e, consequentemente, proporcionar mais transparência às ações e serviços das entidades por meio de conteúdo interativo.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Para Recuero (2009), a interação é o princípio para que uma relação social seja estabelecida, tanto pessoalmente quanto virtualmente. Assim como Kunsch (2007), Duarte (2007), Matos (2011) e Weber (2011) abordam a necessidade das organizações, inclusive as governamentais, garantirem estratégias de interação para o meio *online*. Matos (2011) destaca que a determinação do conteúdo da comunicação pública é orientada pelo interesse público, o direito à informação, a busca da verdade e da responsabilidade social pelos meios de comunicação. Isso sugere a reflexão sobre as práticas comunicacionais atuais e os princípios que lhe servem de orientação.

No entanto, como mencionado, esse processo de circulação de informações é mediado pelos algoritmos de cada plataforma. Dornelas (2018) aponta a problemática da entrega de conteúdo feita por meio de algoritmos, que acabam determinando o que é importante para cada usuário. Além disso, é necessário considerar o modelo de negócios dessas plataformas, que pode ocultar ou naturalizar conteúdos preconceituosos e racistas (Noble, 2021).

Na intenção de manter a participação ativa do cidadão, é cada vez mais comum o uso do humor em conteúdos postados por órgãos públicos no *Instagram*, com memes⁴ e vídeos divertidos compartilhados rapidamente na internet por estarem inseridos no cotidiano das pessoas e na lógica dos algoritmos (Cardoso, 2023). “É possível reconhecer um meme a partir de sua inserção em um conjunto de materiais similares, ou seja, em um contexto” (Chagas, 2020, p.40). Já o humor, para Lunardi e Burges (2020), “é uma peça essencial da cultura popular brasileira e funciona como uma marca registrada dessa comunidade on-line, que é tão diferente da internet ‘global’”. Henry Jenkins et al. (2016, p. 153) afirmam que essa linguagem “é retirada diretamente da cultura popular e por meio de mecanismos e práticas inspiradas pela cultura participativa”.

A rápida popularização do *TikTok*, impactou o *Instagram* ao introduzir novos formatos de conteúdo, tendências e interações, evoluindo para atender às demandas dos

⁴ “Na internet, ‘meme’ é um termo popular para descrever a rápida absorção e disseminação de uma ideia particular apresentada como um texto escrito, imagem, “movimento” de linguagem ou alguma outra unidade de ‘coisa’ cultural” (Knobel e Lankshear, 2007, p.202).

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



usuários em busca de experiências de mídias sociais mais envolventes e criativas (Cardoso, 2023). Algumas adaptações, além do formato vertical de vídeo de curta duração, foram a criatividade visual, a inserção de música e áudio, a narrativa rápida para contar histórias ou transmitir mensagens de forma sucinta e envolvente; e a reprodução de vídeos e áudios virais para criar conteúdo, priorizados pelo algoritmo do *Instagram* (Resultados Digitais, 2023; Cardoso, 2023). Esses recursos comunicativos são encontrados no perfil da Prefeitura de Mossoró no *Instagram*, que se assemelham à lógica do *TikTok*. Com esse posicionamento, observa-se a necessidade de analisar a influência dos novos mecanismos e ações do *Instagram* na autoimagem da instituição e até quando isso atende ao interesse coletivo.

CRONOGRAMA

A investigação empregará procedimentos metodológicos com o propósito de analisar as estratégias comunicacionais utilizadas no *Instagram* da Prefeitura de Mossoró e como a *Tiktokização* atua na autoimagem da instituição, a partir das seguintes etapas:

- 1- Realizar pesquisa bibliográfica para obter recursos teóricos e analisar o conteúdo produzido pela Prefeitura;
- 2- Realizar a observação, mapeamento e recorte temporal das postagens;
- 3- Analisar a construção do *ethos* institucional nas estratégias comunicativas do perfil da prefeitura de Mossoró no *Instagram* a partir da *tiktokização*.

Em 2024.1 foram iniciadas a pesquisa bibliográfica e a análise do estado da arte. No segundo semestre de 2024 serão realizadas a coleta de dados, a análise do *corpus* e a delimitação da amostra, assim como a escrita do primeiro capítulo e a produção do sumário. O período 2025.1 será destinado ao desenvolvimento dos demais capítulos, com a qualificação e defesa da dissertação em 2025.2.

REFERÊNCIAS

BAKTHIN, M. **Estética da criação verbal**. Trad. Paulo Bezerra. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



CANALTECH. **Tudo sobre TikTok:** história e notícias. 2023. Disponível em: <https://canaltech.com.br/empresa/tiktok/>. Acesso em: 16 jul. 2024

CARDOSO, R. **A influência da tiktokização das profissões na visão de carreira dos Millennials e da Geração Z através das mídias sociais Instagram e TikTok.** 2023. 108 f. Dissertação (Mestrado) Curso de Mestrado em Comunicação – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2023. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/262625>. Acesso em: 11 jun. 2024.

CHAGAS, V. **A Cultura dos Memes.** Aspectos Sociológicos e Dimensões Políticas de Um Fenômeno do Mundo Digital. Salvador: Edufba, 2020.

CHARAUDEAU, P. **Discurso político.** Trad. Dilson Ferreira da Cruz et al. São Paulo: Contexto, 2018.

DORNELAS, R. Um jornalismo para chamar de meu? Algoritmos e o fenômeno da customização de notícias. **Parágrafo, [S. l.], v. 6, n. 1, p. 83-93,** 2018. Disponível em: <https://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/713>. Acesso em: 12 de jun. de 2024.

DUARTE, J. **Comunicação Pública.** São Paulo: Atlas, 2007.

JENKINS, H.; ITO, M.; BOYD, D. **Participatory culture in a networked era.** Cambridge: Polity Press, 2016.

KLEINA, N. C. M. Hora do TikTok: análise exploratória do potencial político da rede no Brasil. **Revista UNINTER de Comunicação, [S. l.], v. 8, n. 15, p. 18–34,** 2020. DOI: 10.21882/ruc.v8i15.843. Disponível em: <https://revistasuninter.com/revistacomunicacao/index.php/revista/article/view/843>. Acesso em: 14 de set. 2024.

KNOBEL; M.; LANKSHEAR, C. **A new literacies sampler.** London: Routledge, 2007.

KOCHE, J. C. **Fundamentos de metodologia científica:** teoria da ciência e prática da pesquisa. 19. ed. Petrópolis: Vozes, 1997

KUNSCHE, M. Comunicação organizacional na era digital: contextos, percursos e possibilidades. **Signo y Pensamento,** Bogotá, n. 51, p. 38-51, dez. 2007.

KUNSCHE, M. Introdução: comunicação pública a serviço da sociedade e do cidadão. In: KUNSH, M. (org.). **Comunicação Pública, Sociedade e Cidadania.** São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2011. p. 13-19.

LUNARDI, G.; BURGESS, J. “É zoeira”: as dinâmicas culturais do humor brasileiro na internet. In: CHAGAS, Viktor. **A cultura dos memes:** aspectos sociológicos e dimensões políticas de um fenômeno do mundo digital. Salvador: EDUFBA, 2020.

MAINGUENEAU, D. **Novas tendências em análise do discurso.** Trad. Maria Ledda Gallo et al. Campinas: Pontes, 1993.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



_____. **Variações sobre o ethos.** Trad. Marcos Marcionilo. São Paulo: Parábola, 2020.

_____. **Cenas da enunciação.** Org. Sírio Possenti e Maria Cecília Pérez de Souza-e-Silva. São Paulo: Parábola, 2008.

MANUAL DE REDAÇÃO DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, 2018. Disponível em: https://www.gov.br/cvm/pt-br/assuntos/noticias/anexos/2020/20201222_Manual_Redacao_Presidencia.pdf. Acesso em: 16 jul. 2024

MATOS, H. Comunicação pública na perspectiva da teoria do reconhecimento. In: KUNSCH, M. (org.). **Comunicação Pública, Sociedade e Cidadania**. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2011. p. 39-59

NOBLE, S. **Algoritmos da Opressão:** como o Google fomenta e lucra com o racismo. Trad. Felipe Damorim. Santo André: Editora Rua do Sabão, 2021, 394p.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009

RESULTADOS DIGITAIS. Ranking: as redes sociais mais usadas no Brasil e no mundo em. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>. Acesso em: 7 set. 2023

SODRÉ, M. **Sociedade incivil:** mídia, liberalismo e finanças. Petrópolis: Vozes, 2021

THOMPSON, J. **A mídia e a modernidade:** uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 2008

WEBER, M. Estratégias da comunicação de Estado e a disputa por visibilidade e opinião. In: KUNSCH, M (org.). **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2011. p. 101-119.

WEBER, M. H.; LOCATELLI, C. Realidade e limites da pesquisa empírica em comunicação pública. **MATRIZes**, São Paulo, Brasil, v. 16, n. 1, p. 141–159, 2022. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v16i1p141-159. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrices/article/view/183849..> Acesso em: 10 de jun. de 2024.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



O PODCAST TRANSMÍDIA NO ECOSISTEMA MIDIÁTICO EM CONTEXTO DE PLATAFORMIZAÇÃO

Lorennna Aracelly Cabral de OLIVEIRA

Doutoranda no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais

e-mail: lorycaoly@gmail.com

Resumo

Com o crescimento das plataformas, o uso e a dinamização das diversas linguagens e tecnologias desencadeiam transformações no ecossistema sonoro. Em um cenário convergente e hipermidiático (Lopez, 2010), os podcasts estendem sua narrativa em uma produção transmídia. Dessa forma, esse estudo se propõe a investigar como a produção de podcasts transmídia se caracteriza no cenário de plataformização, por meio de suas práticas e produtos, no ecossistema midiático brasileiro. Nesse sentido, a base central para a reflexão é o podcast transmídia (García-Marín, 2020) e os estudos sobre a transmídiação Jenkins (2009), Scolari (2013) e Fechine (2014), mas também perpassa os estudos da plataformização (Poell, Nieborg, Van Dijck, 2019 e Sullivan, 2019). A metodologia empregada é o estudo de caso de caráter exploratório, utilizando a tétrade mcluhaniana (Mcluhan; Mcluhan, 1988) como método para investigar as reconfigurações nas estratégias dos transpodcasts. A pesquisa visa contribuir na compreensão do fenômeno a partir da sistematização evolutiva e teórica dos podcasts transmídias no processo de plataformização, vislumbrando difundir e caracterizar o conceito transpodcast no cenário brasileiro.

Palavras-chave

Podcast, Transmídia, Plataformização, Ecossistema midiático, Transpodcasts.

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, pudemos perceber que o ecossistema sonoro atravessa um momento de grandes transformações, favorecido pelos avanços tecnológicos, como a propagação dos *smartphones*, melhoria na qualidade da internet móvel, e os novos hábitos de escuta sob demanda favorecidos pela plataformização midiática (Poell, Nieborg; Van Dijck, 2019).

À frente desses acontecimentos, a disseminação de aplicativos de escuta teria um importante papel nas formas de experimentações da mídia sonora digital (Morris; Patterson, 2015), e tornou o podcast uma nova opção em formato de áudio. Na busca incessante por novas fórmulas para captar a atenção por meio de histórias e influenciados

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



pelo processo de convergência midiática, as formas de distribuição, circulação e consumo dos meios de comunicação mudaram ou foram reconfiguradas. Diante disso, os podcasts conseguiram incrementar a informação distribuindo conteúdo em diversas plataformas e direcionando a públicos específicos, em uma narrativa transmídia (Jenkins, 2009).

O podcast, como meio seminal, estende e dispersa sua narrativa, assim como também expande seu ambiente comunicativo, além do formato sonoro para outras mídias, sendo conhecido como transpodcast (García-Marín, 2020). Jenkins (2009) afirma que essa configuração narrativa, em que a compreensão é obtida por meio de diversas plataformas midiáticas, sustenta uma profundidade de experiência que motiva um maior consumo.

As plataformas estão moldando a trajetória de desenvolvimento atual do meio *podcasting*. O podcast inserido nesse crescente movimento de plataformaização altera as experiências dos consumidores, pois modifica sua criação, possibilidade de armazenamento, descoberta de conteúdos e do seu consumo, como explica Sullivan (2019). O novo ambiente de produção e consumo digital está favorecendo a proliferação de um formato que aproveita as vantagens criativas e a relação íntima com o ouvinte típico do áudio sob demanda.

Nesse sentido, o problema central desta pesquisa é entender como se configura a produção de podcasts transmídia no ecossistema midiático contemporâneo, dentro do processo de plataformização. Especificamente, como a entidade produtora estabelecem e propõe dinâmicas transmídias para os conteúdos sonoros através das plataformas digitais. A hipótese principal é que a plataformaização influêncie nos modos de distribuição, produção e consumo¹ dos podcasts, transformando-os em produtos transmidiáticos visando conquistar novos públicos e enfrentar a crescente fragmentação midiática marcada por alternativas de consumo que concorrem entre si na disputa pelo tempo do ouvinte-internauta.

¹ Entretanto, nessa pesquisa, particularmente, focaremos na produção.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



A principal contribuição é a compreensão do fenômeno a partir da sistematização evolutiva e teórica dos podcasts transmídias no processo de plataformização que ocorre no ecossistema em constante mutação. Além da disseminação e caracterização do conceito transpodcast no cenário brasileiro. Dessa forma, o objetivo principal é investigar como a produção podcasts transmídia se caracteriza no cenário brasileiro de plataformação, por meio de suas práticas e produtos, no ecossistema midiático.

Para isso, o intuito é expor o percurso diacrônico da ecologia da mídia a partir do processo de plataformização analisando o impacto da convergência midiática perpassando as estratégias de transmídiação para a produção de múltiplos formatos e suportes do podcast transmídia (García-Marín, 2020) para identificarmos a atuação do formato até o nível que nos propomos a perscrutar.

MÉTODO

O percurso metodológico inclui um misto técnico e estrutural de levantamento bibliográfico e Estudo de Casos Múltiplos (Yin, 2001), amparado pela aplicação do método tetrádico apresentado por McLuhan e McLuhan (1988) e pelas propriedades que caracterizam os transpodcasts, parâmetros estes que incidirão na análise. Os dados bibliográficos serão levantados no sentido de identificar os podcasts caracterizados com uma narrativa parassônica e seus respectivos produtos complementares. Em seguida, essa sistematização é combinada com a metodologia do Estudo de Casos Múltiplos (Yin, 2001). O método que inclui diferentes exemplos de um único fenômeno que pode ser utilizado em uma abordagem exploratória.

A partir da observação direta (Yin, 2001) das plataformas de áudio serão identificados os podcasts caracterizados pela produção de elementos transmídia. A intenção é registrar podcasts de maior expressividade pela diversidade de extensões narrativas. A investigação, desse modo, apresenta casos múltiplos de transpodcasts que, embora apresentem suas peculiaridades, são identificados por pontos em comum como as categorias elencadas por García-Marín (2020) e García-Marín e Aparici (2018).

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



O material será analisado seguindo dois parâmetros norteadores: o primeiro tratará das propriedades dos transpodcasts (García-Marín, 2020) – basilares para o entendimento do fenômeno –; e o segundo, utilizará o método tetrádico de McLuhan que será adotado como ferramenta para cruzamento e interpretação dos dados, proporcionando a articulação de teorias, observações, análises e percepções. Para McLuhan e McLuhan (1988, p. 116), o exercício do método tetrádico aplica-se a “situações que ainda estão em processo, situações que estão estruturando novas percepções e moldando novos ambientes, ou até quando estão reestruturando antigos.

Com essa finalidade, inicialmente, quatro características foram apontadas: extensão (toda tecnologia estende ou amplifica algum órgão ou faculdade do usuário); encerramento (quando uma área de experiência é realçada ou intensificada, outra é diminuída ou paralisada); reversão (toda forma, pressionada ao limite de seu potencial, inverte suas características); e recuperação (o meio recupera o que foi anteriormente perdido). (McLuhan; McLuhan, 1988).

Assim, Barichello e Dall’Agnese (2019) ressaltam que a construção da tétrade demanda um esforço para considerar simultaneamente o passado (os contextos que levaram à criação de um meio, tecnologia ou artefato específico), o presente (os usos, apropriações e relações que emergem das potencialidades e limitações do objeto em análise) e um possível futuro (a partir da identificação de processos em curso, seja de aperfeiçoamento, obsolescência, recuperação ou reversão). Desse modo, a análise contemplará ambos os aspectos e promoverá aprofundamento mais acentuado de cada objeto da pesquisa.

PRIMEIRAS DISCUSSÕES

A construção do conceito de rádio expandido (Kischinhevsky, 2016) explica que o rádio transbordou, e agora é um meio que extrapola as ondas hertzianas e está presente em diversos espaços, como nas plataformas digitais. Nesta interpretação, devido à

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



mudança trazida pela convergência, surge o meio *podcasting*, em meio às discussões relacionadas as apropriações de novas plataformas e modalidades pelo rádio.

A perspectiva ecológica da mídia apresenta-se como paradigma útil para os estudos das especificidades dessa produção sonora sob a lógica da plataformação. A ecologia de mídia utiliza a metáfora ecológica aplicada aos meios de comunicação e admite duas interpretações: primeiro, que eles constituem um ambiente que modifica a percepção e cognição dos sujeitos que a utilizam; segundo, que as mídias são espécies que vivem em um mesmo ecossistema e estabelecem relações entre si e com os seus usuários. Neste sentido, os meios assumem papéis diferentes dos que antes possuíam, e complementares entre si (Scolari, 2015).

Considerando-se o podcasting enquanto espécie que faz parte do ecossistema midiático, este é, portanto, diretamente afetado pelas linguagens dos meios e plataformas que possibilitam suas práticas. Sullivan (2019) afirma que o podcasting está no meio de uma transição, onde as plataformas online começaram a fazer grandes investimentos com o intuito de atrair ouvintes, anunciantes e novos *podcasters*.

Com a aceleração das inovações tecnológicas, o estudo da ecologia da mídia enfrenta uma importante transformação no campo das interfaces. Assim, as plataformas digitais são infraestruturas programáveis que facilitam e moldam interações personalizadas entre usuários, organizadas por meio de coleta sistemática, processamento algorítmico, monetização e circulação de dados (Poell; Nieborg; Dijck, 2019). Esse processo afeta profundamente as práticas de produção e consumo midiático, criando novos padrões de interação e exigindo que os produtores e consumidores de mídia se adaptem a essas novas dinâmicas.

A comunicação sonora transmidiática se mostra como uma importante ferramenta nas novas formas de recepção e apropriação do conteúdo. Jenkins (2009) afirma que essa configuração narrativa, na qual a compreensão é obtida por meio de diversas plataformas midiáticas, sustenta uma profundidade de experiência que motiva mais consumo. Fechine (2014) destaca os novos comportamentos midiáticos, como o uso de várias plataformas para um mesmo meio, de forma que a utilização de pelo menos duas plataformas configura o produto como transmidiático.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Isso posto, García-Marín (2020, p. 143) ressalta que “as diferentes mídias que o transpodcast utiliza supõem extensões do meio central (*podcasting*) para corrigir suas limitações e oferecer novas possibilidades narrativas”. Assim, mesmo tendo como ponto principal o conteúdo em áudio, comprehende-se que o consumo do podcast se espalha para um cenário digital que permite e convoca por narrativas multimidiáticas e multiplataformas (Kischinhevsky, 2016), como é caso dos podcasts transmídias, que não limita ao áudio, mas se expande em elementos parassonoros (Kischinhevsky e Modesto, 2014).

García-Marín (2020) identifica seis modelos como o multiformato, redes multitemáticas, linguagens audiovisuais, mídia multiplataforma, spin-offs e extensão bilíngue, que expandem o conteúdo original em diversas formas e linguagens, aproveitando o ecossistema digital para oferecer uma experiência narrativa mais rica.

Portanto, os pontos apresentados por García-Marín (2020) são suficientes para caracterizar o podcast transmídia. As características apresentadas são precisas e abrangentes. No entanto, a natureza dos podcasts transmídia no processo de plataformização inclui também as suas peculiaridades, não apenas as que dizem respeito ao formato. O exercício se torna essencial quando voltado especialmente para a linguagem e as plataformas e, por isso, é inevitável o aprofundamento específico que qualifique os diversos produtos adequados à nova era de ouro do áudio digital e transmídia, que perpassa pelos novos formatos presentes na ecologia das mídias.

CRONOGRAMA

O cronograma de execução da pesquisa inicia-se em 2024 com uma revisão de literatura, que será realizada durante todo o período do doutorado. Nesse primeiro semestre intensificamos as leituras sobre as principais temáticas como ecossistema midiático, plataformização, transmídia e podcasts. A organização metodológica da pesquisa ocorreu no primeiro semestre de 2024. No segundo semestre de 2024 e ao longo de 2025, será realizado o levantamento e a definição do *corpus* em pesquisa exploratória de podcasts transmídia em plataformas de áudio. Assim como a definição de critérios para a escolha dos podcasts a serem analisados, para a seleção de cinco podcasts transmídia

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



brasileiros que melhor representam o objeto de estudo, priorizando diversidade de produtos, temáticas e plataformas. Ainda ao longo de 2025, será realizada a classificação dos podcasts transmídia e análise preliminar dos dados com a aplicação da tétrade mcluhaniana (Mcluhan, 1988), para identificar as reconfigurações midiáticas nas práticas e produtos dos transpodcasts.

REFERÊNCIAS

BARICELLO, Eugenia Maria; DALL AGNESE, Carolina. A tétrade mcluhaniana como método para investigar as reconfigurações do jornalismo no ecossistema midiático. **Revista FAMECOS**, [S. l.], v. 26, n. 1, p. e30928, 2019.

GARCÍA-MARÍN, David; APARICI, Roberto. Nova comunicação sonora. Cartografía, gramática y narrativa transmedia del podcasting. **El profesional de la información**. v.27, n.5, p. 1071-1081. 2018.

GARCÍA-MARÍN, David. **Universo transpodcast**. Modelos narrativos e comunidade independente. Historia y comunicación social UCM, v. 25, n. 1, p. 139-149, 2020.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2a ed. Tradução Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2009.

KISCHINHEVSKY, Marcelo; MODESTO, Cláudia Figueiredo. Interações e mediações, instâncias de apreensão da comunicação radiofônica. Questões Transversais – Revista de Epistemologias da Comunicação, v. 2, p. 12-20, 2014.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e mídias sociais** – Mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação. Rio de Janeiro: Ed. Mauad X, 2016.

MCLUHAN, Eric; MCLUHAN, Marshall. **Laws of Media**: The new Science. Canadá: University of Toronto Press, 1988

MORRIS, Jeremy Wade; PATTERSON, Eleanor. **Podcasting and its Apps**: Software, Sound, and the Interfaces of Digital Audio. Journal of Radio & Audio Media, v. 22, n.2, p. 220-230, 2015.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. Plataformização (Platformisation, 2019 – tradução: Rafael Grohmann). **Revista Fronteiras** – estudos midiáticos 22(1):2-10 janeiro/abril 2020.

SCOLARI, Carlos. **Ecología de los medios**: entornos, evoluciones e interpretaciones. Barcelona: Gedisa, 2015.

SULLIVAN, John L. The platforms of podcasting: Past and present. **Social media+ society**, v. 5, n. 4, p. 1-12, 2019.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



YIN, Robert. **Estudo de Caso:** Planejamento e Métodos. 2^a ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



MÉDICOS INFLUENCERS: MAPEAMENTO DE LACUNAS LEGAIS E CONTROVÉRSIAS PRÁTICAS

Beatriz MONTEIRO BELTRÃO

Mestranda no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais

e-mail: beatrizmbeltrao@gmail.com

Matrícula: 20241008490

Resumo

Com a temática inserida nos estudos sobre midiatização, este artigo dirige o olhar ao movimento de profissionais graduados em medicina que buscam a publicidade dos seus serviços por meio da produção de conteúdo para suas redes sociais. O presente projeto de pesquisa tem como objetivo analisar as formas de divulgação realizada por tais profissionais através da plataforma *Instagram* e, de forma específica, debater os limites legais da realização de publicidade online por médicos em sua plataforma digital pessoal com atenção aos parâmetros éticos estabelecidos pelo Conselho Federal de Medicina (CFM) por meio da Resolução 2.336/2023. Para tanto, este artigo recorre, teoricamente, à noção de midiatização e aos processos de plataformização, digitalização e performatividade algorítmica, adotando métodos qualitativos de revisão bibliográfica e análise documental. A expectativa de resultado repousa na promoção de um debate público sobre a necessidade de estabelecimento de premissas jurídicas efetivas relacionadas à produção de conteúdo online por médicos, contribuindo, assim, na construção de um quadro temporal sobre as políticas digitais brasileiras com atenção à participação do CFM no estabelecimento dessas normas para sua área profissional.

Palavras-chave

Midiatização, plataformização, Conselho Federal de Medicina, médicos influenciadores.

INTRODUÇÃO

O presente artigo possui como tema a atuação de médicos no *Instagram* para a divulgação de suas atividades profissionais. Para tanto, desenvolve sua reflexão considerando o atual contexto de midiatização (Fausto Neto, 2010; Véron, 2914), tomando-o como referencial que afeta dinâmicas sociais, econômicas e políticas, além de ser atravessado pelos processos de plataformização e dataficação (Lemos, 2020, 2021a).

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Espaço de apresentação da atuação de diversos profissionais, como os já citados, as redes sociais estão implicadas em variadas áreas sociais, como a do trabalho. Impregnadas pelo capitalismo neoliberal e pela performatividade algorítmica (2021a), plataformas, como o *Instagram*, são utilizadas para a realização da divulgação de médicos a partir da produção de conteúdo variado, apoiado no perfil editorial que emprega: filmagem da rotina, apresentação do consultório, dicas de medicamentos, orientações sobre doenças e medidas protetivas, etc.

Propaga-se a profissão através do digital via conteúdo supostamente informativo na tentativa de atrair e persuadir o público em tornar-se cliente, reconhecendo-se que *softwares* e algoritmos atuam "chupando dados, transformando comportamento e induzindo ações sobre o que se deve saber, fazer, comprar, com quem se relacionar, ou quais lugares e comidas conhecer" (Lemos, 2021b, p. 120).

Reconhecendo esta forma de estabelecer-se através do digital, alguns médicos buscam atuar e expor sua identidade profissional nas redes sociais, como forma de ganhar visibilidade e aumentar sua clientela. É a partir desta ação que se estabelece o problema da pesquisa em curso: qual o limite ético da realização de publicidade online pelo próprio médico para apresentação de seus serviços, especificamente, em seu *Instagram*?

A fim de responder tal questão, é traçado o seguinte objetivo: identificar e analisar os parâmetros legais, definidos pelo Conselho Federal de Medicina (CFM), acerca da realização de publicidade online por médicos para divulgação de serviços provenientes de sua atuação profissional.

Como forma de verificação e devida análise científica, são estabelecidas as seguintes hipóteses para o presente estudo: (1) A legislação do CFM responde às necessidades do ecossistema digital; (2) A legislação do CFM estabelece parâmetros completos e adequados para a produção de conteúdo digital por médicos em suas redes sociais; (3) A legislação do CFM desconsidera os médicos como "influencers", ou seja, em sua percepção, os profissionais são incapazes de mediarem, intelectualmente, informações dentro da plataforma. Assim, eles não podem afetar e/ou contribuir com o comportamento do público, seja na adoção ou na recusa a determinada atitude.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Um estudo desta natureza mostra-se relevante ao direcionar o olhar para a complexificação da comunicação contemporânea, em um cenário midiatisado, no qual a infodemia (Organização, 2020) alia-se à desinformação, sendo atravessadas por conteúdos adequados no campo da saúde, como também pela *fake news*.

MÉTODO

Para a execução desta pesquisa faz-se necessário uma revisão bibliográfica (Godoy, 1995) com foco em estudos sobre a mediação tecnológica nas relações de trabalho e nas atuais políticas públicas digitais brasileiras, considerando as implicações da midiatisação e as formas de uso das redes sociais por profissionais médicos. O objetivo é identificar lacunas legais na regulamentação da atuação médica em plataformas digitais, considerando as demandas sociais e as determinações do CFM.

As bases de dados como *Google Scholar*, *Periódicos CAPES* e *SciELO* serão consultadas com o uso dos seguintes descritivos (e possíveis variações): "marcos legais do digital no Brasil", "médicos influenciadores" e "Conselho Federal de Medicina". A seleção dos estudos estabelece como critério temporal para busca o período de 2010 até 2024, considerando o levantamento de artigos científicos, livros e teses, em português e inglês, que identifiquem e debatam as brechas regulatórias da atuação no digital como "influenciador", além de analisar os marcos sobre a mediação tecnológica por profissionais médicos.

Complementarmente, recorre-se à análise documental (Godoy, 1995) com o objetivo de extrair informações relevantes dos documentos oficiais selecionados, acerca do estabelecimento dos marcos legais sobre o digital no Brasil, permitindo a identificação das lacunas e a devida compreensão das demandas sociais advindas dessa jurisdição. Seguindo os preceitos de Minayo (2012), a pesquisa qualitativa permite desvelar os significados subjacentes aos documentos, permitindo, assim, uma reconstrução da trajetória histórica das políticas (públicas) digitais, identificando as mudanças e continuidades ao longo do tempo.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Inicialmente, os documentos definidos para análise são a Resolução CFM 1974/2011 (Conselho, 2011), e a Resolução CFM 2.336/2023 (Conselho, 2023), documentos esses que determinam e estabelecem critérios norteadores referentes a publicidade e propaganda médica. Com o decorrer da pesquisa, pode haver a seleção de outros documentos, como legislações correlatas e produções adjacentes, alguns deles determinados, por exemplo, pela Comissão de Divulgação de Assuntos Médicos (CODAME), entre outros órgãos e entidades.

Após a coleta deste corpus documental, será feita uma organização dos dados em categorias temáticas para facilitar a análise e a identificação de padrões, temas recorrentes e palavras-chave nos documentos, a fim de que seja realizada a análise crítica dos dados, relacionando-os com o contexto histórico e social midiatisado. Complementarmente, um será construído um quadro temporal sobre as políticas digitais vigentes no país com atenção à participação do CFM no estabelecimento dessas normas para os profissionais médicos.

PRIMEIRAS DISCUSSÕES

Refletindo sobre o modo como os sujeitos podem exercer as práticas de mediação cultural, Gomes e Hansen (2016) dedicam-se aos "intelectuais mediadores" – produtores de novos significados através da sua apropriação de ideias, textos, conhecimentos e saberes já preexistentes, ou seja, um divulgador de informações que serão recebidas por um público não passivo e não necessariamente com conhecimento especializado suficiente para interpretar uma informação mal transmitida.

Há, neste caso, uma preocupação e reconhecimento da existência de alguém capaz de exercer essa função efetivamente. Contudo, ao aplicar essa teoria na situação aqui analisada, o que se constata são profissionais médicos, alguns deles sem o devido preparo, mediando intelectualmente informações nas redes sociais, dispensando – em alguns casos – as diretrizes que fiscalizam as informações passadas, já que algumas delas podem incluir *fake news*.

Considerando o uso dessas plataformas por médicos para divulgação dos seus

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



serviços, resta, unicamente, ao CFM regulamentar e fiscalizar o exercício ético da medicina neste canal digital. Na primeira Resolução sobre o tema, CFM 1974/2011 (Conselho, 2011), as redes sociais são abordadas brevemente em conjunto com a relação dos médicos com a imprensa, participação em eventos e em matérias jornalísticas, deixando brechas sobre como deveria ser a conduta dentro das plataformas.

Em 2015, foram publicadas duas novas Resoluções, que se referiam a vetos para as redes sociais, a Resolução (CFM 2126/2015) apresenta os dizeres: “é vedado ao médico, na relação com a imprensa, na participação em eventos e no uso das redes sociais”, já a Resolução (CFM 2133/2015) vem, posteriormente, apenas para corrigir esses dizeres por estarem provocando desentendimentos assim pondo que “é vedado ao médico, na relação com a imprensa, na participação em eventos e em matéria jornalística nas redes sociais” por estar provocando entendimentos equivocados.

Em 2016, Martorell, Nascimento e Garrafa (2016) realizaram coleta de dados de 39 imagens publicadas por médicos e dentistas no *Facebook*. Neste episódio, os profissionais estavam ferindo o princípio de respeito à privacidade do paciente ao publicar registros pessoais em momentos delicados e sem suas respectivas autorizações. Até então, a Resolução vigente não abordava sobre tais assuntos.

Desde então, avanços tecnológicos ocorreram dentro das redes sociais, implicando na conduta médica a respeito da publicidade. O vínculo entre os profissionais da área de saúde e o paciente é fortalecido de tal modo que contribui para a propagação de conteúdos médicos na internet, independente do caráter da conduta. Mesmo diante de incidências, uma nova Resolução só é apresentada em 2023 – Resolução CFM 2.336/2023 (Conselho, 2023), dispondo sobre obrigações, permissões, proibições, deveres e direitos quanto ao comportamento de médicos nas redes sociais, constituindo-se como o primeiro documento a mencionar, especificamente, o respeito à divulgação em plataformas digitais, como *WhatsApp*, *Instagram*, *Facebook* e similares.

Essa Resolução traz preocupações pertinentes, como o *Capítulo II - das obrigações*, Art. 4º, onde é mencionado que em peças de publicidade médica deve conter nome, número de registro no Conselho Regional de Medicina (CRM) e Registro de Qualificação de Especialista (RQE) quando o possuir; o Art. 6º do mesmo Capítulo

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



aponta a obrigatoriedade em expor tais informações na página principal do perfil em redes sociais, blogs e sites, como forma de garantir ao público o direito a informações profissionais do médico.

Em contraponto, acerca da comunicação desses profissionais, no documento é mencionado apenas no *Capítulo III, Art. 8º§2* que, em suas redes próprias, é permitido a publicidade com o intuito de “dar conhecimento de informações para a sociedade”, deixando em aberto qualquer preocupação sólida com o conteúdo que está sendo mediado por esses profissionais. É esta lacuna que precisa ser foco de debate público pela sociedade brasileira.

CRONOGRAMA

Até o momento, a atividade de pesquisa foi dedicada à seleção das Resoluções do CFM, acompanhada de uma (breve) análise prévia, a qual será aprofundada nos próximos meses de pesquisa, quando se iniciará a redação da dissertação.

No segundo semestre de 2024, a revisão bibliográfica avançará dedicando-se à historização sobre os marcos legais acerca do âmbito digital do Brasil, estabelecendo a articulação com eventuais lacunas existentes na Resolução CFM 2.336/2023 (Conselho, 2023) acerca da atuação médica em redes sociais.

REFERÊNCIAS

CONSELHO Federal de Medicina. Resolução CFM nº 1974/2011, de 2011. Estabelece os critérios norteadores da propaganda em Medicina. Brasília: CFM, 2011. Disponível em:https://sistemas.cfm.org.br/normas/arquivos/resolucoes/BR/2011/1974_2011.pdf Acesso em:

CONSELHO Federal de Medicina. Resolução CFM 2.336/2023, de 2023. Disponível em: <https://sistemas.cfm.org.br/normas/visualizar/resolucoes/BR/2023/2336> Acesso em:

FAUSTO NETO, Antônio. A circulação além das bordas. In: FAUSTO NETO, Antonio; VALDETARO, Sandra (orgs). *Mediatización, sociedad y sentido: diálogos entre Brasil y Argentina*. Rosário: Universidade Nacional de Rosário, 2010.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



GODOY, Arilda Schmidt. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. *Revista de Administração de Empresas*, v. 35, p. 20-29, 1995.

DE CASTRO GOMES, Angela; HANSEN, Patricia Santos. Intelectuais mediadores: práticas culturais e ação política. Editora José Olympio, 2016.

LEMOS, André. Plataformas, dataficação e performatividade algorítmica (PDPA): desafios atuais da cibercultura. In: PRATA, Nair; PESSOA, Sônia Caldas (orgs.). *Fluxos comunicacionais e crise na democracia*. São Paulo: Intercom, 2020.

LEMOS, André. Dataficação da vida. *Civitas: Revista de Ciências Sociais*, v. 21, n. 2, p. 193-202, 2021a. Acesso em: 19 set. 2024.

LEMOS, André. *A tecnologia é um vírus: pandemia e cultura digital*. São Paulo: Sulina, 2021b.

MARTORELL, Leandro Brambilla; NASCIMENTO, Wanderson Flor do; GARRAFA, Volnei. Redes sociais, privacidade, confidencialidade e ética: a exposição de imagens de pacientes no facebook. *Interface-Comunicação, Saúde, Educação*, v. 20, p. 13-23, 2015.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. Petrópolis: Vozes, 1994.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. *O desafio do conhecimento na saúde: um ensaio metodológico*. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2012.

ORGANIZAÇÃO Pan-Americana da Saúde (OPAS) e Organização Mundial da Saúde - Escritório Regional para as Américas. Entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a COVID-19. *Kit de ferramentas de transformação digital – ferramentas de conhecimento*. OPAS. 2020.

VERÓN, Eliseo. Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. *Matrizes*, São Paulo: USP, v.8, n.1, p.13-19, janeiro/junho, 2014.

PARTE 5

Estética e Narrativas na Mídia

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



FILMES, AMORES E CATARSES: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO SOBRE COMO CONSUMIR NARRATIVAS CINEMATOGRÁFICAS PROVOCA MUDANÇAS NAS PRÁTICAS SOCIAIS DE JOVENS ADULTOS

Emanoel Flôres de LIMA

Mestrando no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais
emanoel.limma@gmail.com

Resumo

Centenas de películas estreiam todos os anos no mundo, e as histórias mais comuns são, possivelmente, as de Amor; ou pelo menos parecem ser; ou ele está presente na maioria deles, supõe-se. Filmes de Amor transformam pessoas a ponto de mudarem suas práxis com relação a ele (o Amor) e os outros? É o que se tentará responder, no decorrer da execução deste trabalho: como longa metragens com temáticas de Amores platônico, a si próprio, ao(à) parceiro(a), à família e aos amigos provocam Catarses a ponto de afetarem o comportamento das pessoas em sociedade. Autores como Erich Fromm, Zygmunt Bauman, Christopher Vogler, Kevin Fongaro Fonseca, Denis de Rougemot, dentre outros, estão sendo consultados com relação a assuntos da temática em questão. Esta é uma pesquisa exploratória, de método experimental-bibliográfico, cujas técnicas de coleta e análise de dados serão observação direta extensiva e quantitativa-qualitativa, respectivamente. Dessa maneira, através da exibição de sessões para a comunidade e sua posterior avaliação por meio de formulários, será compreendido como filmes de Amor transformam as práticas sociais de jovens adultos. Espera-se assim compreender quais os mecanismos narrativos que provocam tais supostas transformações, permitindo que a Comunicação entenda um pouco melhor o impacto social dos filmes de Amor.

Palavras-chave

Comunicação, Cinema, Narrativas, Amores, Catarses.

INTRODUÇÃO

Ele está em todos os lugares: audiovisual, publicidade, literatura, escola, música, Internet, religião etc. O Amor é tão presente quanto a própria humanidade. É *o ar que respiramos, o motivo que nos faz levantar todos os dias...* Amar é possivelmente o termo mais utilizado no mundo, em todos os idiomas e em todas as formas de sociedade humana, supomos. Com tamanha importância, não é estranho que estivesse intrínseco nas pequenas coisas do dia a dia. E com o Cinema, a arte que imita a vida, não seria diferente.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



O Cinema, como nós o conhecemos atualmente, surgiu em 1895, através da iniciativa dos irmãos Lumière. Entretanto, tentativas de projetar imagens em movimento existem desde muito tempo atrás, partindo-se da projeção de imagens pintadas a mão, através de um longo processo evolutivo, até chegar ao formato mais recente propriamente dito. Houve muitas tentativas frustradas e outras exitosas. Várias obras e eras se passaram; alguns filmes caíram no esquecimento e outros são lembrados até hoje. Mas o efeito que causa sobre a audiência parece só aumentar.

Para se ter uma noção do que o Cinema é capaz, não precisamos voltar muito no tempo. Lembremos de *Titanic*, de James Cameron (1997). A trágica história de Amor, ao estilo do clássico literário shakespeariano *Romeu e Julieta*, conquistou o mundo em 1997. Em 2023, ele foi lançado mundialmente pela terceira vez, e foi tão bem em termos de bilheteria que chegou a desbancar filmes inéditos, como *Avatar: O Caminho da Água*, do mesmo diretor, por algumas semanas (CINEPOP, 2024). Por que filmes assim marcam as pessoas? O que eles têm de especial? E o mais intrigante: por que causam catarses, mesmo que na maioria das vezes saibamos o final?

O fio condutor deste trabalho começou com a defesa da monografia do Curso de Comunicação Social deste autor. As considerações finais do documento terminavam falando sobre as transformações dos personagens do filme em análise, as quais os levaram a se descobrirem, mudarem e amarem. E que nesse processo o que mais importava era o Amor. Então um dos constituintes da banca sugeriu que esse fosse o tema de nossa dissertação. Alguns corações foram partidos e, outros, restaurados. Quando a gente não se ama, não ama mais nada. Quando não se ama, muitas das vezes não se tem um Norte na vida. E sem se amar e sem um Norte, não há parceiro(a), família ou amigos. A pesquisa aqui sugerida é sobre Amores, Catarses e Cinema.

O Amor Platônico, aos Amigos, à Família, ao(à) Parceiro(a) e a Si mesmo. São esses os cinco tipos de Amor a serem relacionados neste trabalho em curso. Pretende-se discorrer sobre como as representações dos tipos de Amor supracitadas, quando

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



inseridas em películas específicas – ainda a serem definidas –, influenciam a audiência no que tange à sua concepção de seu conceito.

MÉTODO

Esta é uma pesquisa exploratória tendo em vista que já realiza-se levantamento de informações/bibliografia e um dos passos seguintes será formular as hipóteses para tentar entender o problema proposto (será que filmes de Amor transformam pessoas a ponto de alterar suas atitudes em sociedade?). Com relação ao método de pesquisa, escolheu-se do tipo experimental-bibliográfico, uma vez que será realizado um experimento controlado (sessões de filmes) e serão reunidas informações de outras pesquisas acerca do tema em questão (Filmes, Amores e Catarses). A observação direta extensiva será a técnica de coleta de dados utilizada (análise de conteúdo; formulários e questionários). Por fim, a análise de dados será quantitativa-qualitativa, pois analisaremos dados estatísticos e o discurso dos entrevistados.

PRIMEIRAS DISCUSSÕES

O mitólogo Joseph Campbell (1949) afirma que todas as histórias são, no final das contas, a mesma contada de diferentes maneiras, com algumas incisões ou extrações. A este arcabouço ele chamou de monomito (o mito do único mito), ou como ficou mais conhecido, a Jornada do Herói. Vale ressaltar que a teoria do autor em questão é universal e não se refere somente ao sexo masculino, podendo ser aplicado, inclusive, a seres inanimados – a Pixar que o diga! A teoria de Campbell é aplicável a absolutamente todas as histórias com começo, meio e fim. Inclusive, aos filmes, que é o caso deste trabalho.

O Cinema, uma das maiores e mais lucrativas formas de arte/entretenimento do mundo, teve início ainda no final do século XIX. Desde então passou por diversas evoluções/melhorias e uma de suas características primordiais é a influência que causa sobre a sociedade de forma geral. Maquiagem, roupas, utensílios domésticos, casas, carros... Enfim, parece que o Cinema realmente exerce um certo fascínio sobre a audiência, como que se assemelhando aos personagens da tela, ela poderia experimentar

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



susas vidas. Mas, até que ponto? Quais os limites dessa influência? É o que queremos descobrir. Será que filmes de Amor mudam a forma das pessoas pensarem/agirem sobre ele? Ou seja, seria o Cinema uma maneira de causar catarses coletivas?

Edgar Morim (1997) parece entender em seu pensamento quando diz que o cinema evoluiu de tal forma, que os closes, enquadramentos, permitiram que a face humana comunicasse o Amor, uma vez que é nela que ele está expresso. Eis aí uma possível pista de por onde o amor filmico transcende a tela e vai de encontro aos espectadores. Estaria no rosto dos personagens a causa das catarses?

Segundo Christopher Vogler (2015), o termo catarse tem origem grega e significa vomitar. Ainda de acordo com o autor, nós “a usamos para designar uma liberação emocional purificadora, ou uma expansão emocional”. Assim, ainda dentro desta proposta, as catarses provocadas por filmes de Amor seriam ocasionadas pelo que? Pelo próprio Amor? Por que tal sentimento seria capaz de provocar mudanças bruscas? O que teria o Amor catártico filmico que transformaria as pessoas?

Zygmunt Bauman (2004) diz que “não se pode aprender a amar, tal como não se pode aprender a morrer”. Completa-se o raciocínio desse pensador com a afirmação de Erich Fromm (1971), na qual ele fala que “se verdadeiramente amo alguém, então amo a todos, amo o mundo, amo a vida”. Entende-se, dessa forma, que o Amor seria intrínseco ao ser humano e que não seria possível viver sem amar. Entretanto, de onde viria essa necessidade de Amor?

A respeito desse questionamento, em seu livro Amor Líquido, Bauman (2004) cita e concorda com Fromm (1971), cujo pensamento colocamos a seguir:

A unidade realizada na obra produtiva não é interpessoal; a unidade conseguida na fusão orgâica é transitória; a unidade alcançada pelo conformismo é apenas pseudo-unidade. Eis porque são todas, apenas, respostas parciais ao problema da existência. A resposta completa está na realização da unidade interpessoal, da fusão com outra pessoa: está no amor [...] O desejo de fusão interpessoal é o mais poderoso anseio do homem. É a paixão mais fundamental, é a força que conserva juntos a raça humana, clã, a família, a sociedade (FROMM, 1971).

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Viu-se assim que unidade, ou completude/perfeição, só poderia ser alcançada pelo ser humano ao amar. Que sem amor, não seria possível viver, o ser humano seria vazio e imperfeito, sem vida, sem alma.

CRONOGRAMA

No primeiro semestre, realizou-se a reunião do material bibliográfico introdutório e deu-se início à escrita do esboço da dissertação, fases que se repetirão até antes da defesa. No seguinte, pretende-se realizar as sessões de filmes e aplicar os questionários. Uma vez feito isto, será hora, no terceiro semestre do programa, de reunir, confrontar e analisar os dados coletados para, então, responder a pergunta norteadora deste trabalho. Por fim, a dissertação será lapidada e defendida, em seguida.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **Amor Líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

CAMPBELL, Joseph. **O Herói de Mil Faces**. Tradução de Adail Ubirajara Sobral. São Paulo: Cultrix/Pensamento, 1949.

CINEPOP. Após relançamento, 'Titanic' ultrapassa 'Avatar 2' como a 3ª maior bilheteria da história. Disponível em:
<<https://cinepop.com.br/apos-relancamento-titanic-ultrapassa-avatar-2-como-a-3a-maior-bilheteria-da-historia-394416/>>. Acesso em: 19 set. 2024.

FIELD, Syd. **Manual do roteiro: os fundamentos do texto cinematográfico**. Tradução de Alvaro Ramos. Rio de Janeiro: Editora Objetiva, 1995.

FROMM, Erich. **A Arte de Amar**. Tradução de Milton Amado. Belo Horizonte: Editora Itatiaia Limitada, 1971. 171 p.

HISTÓRIA do Cinema: Confira este guia e destaque-se! Disponível em:
<<https://www.aicina.com.br/historia-do-cinema-confira-este-guia-e-se-destaque/#:~:text=Em%20201877%2C%20um%20franc%C3%AAs%20chamado,o%20tamanho%20de%20sua%20m%C3%A1quina>>. Acesso em: 2 mar. 2023.

MORIN, Edgar. **Amor, poesia, sabedoria**. Tradução de Ana Paula de Viveiros. Lisboa: Instituto Piaget, 1997. 83 p.

PADILHA, Tarcísio. **A ontologia axiológica de Louis Lavelle**. São Paulo: É Realizações, 2012.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



PEREIRA, J. A.; SANTO, H. L. **A desordem do amor-próprio segundo o pensamento de Louis Lavelle.** Disponível em: <<https://www.redalyc.org/journal/5766/576670028013/html>>. Acesso em: 30 ago. 2023.

PORTAL de Programas de Pós-graduação (UFRN). Apresentação. Disponível em: <https://sigaa.ufrn.br/sigaa/public/programa/apresentacao.jsf?lc=pt_BR&id=4893>. Acesso em: 2 mar. 2023.

TITANIC. Direção de James Cameron. Estados Unidos: James Cameron e Jon Landau. 20th Century Fox, 1997.

UNIVERSIA. Conheça os tipos de metodologia de pesquisa que você pode usar no seu TCC. Universia, 13 set. 2024. Disponível em: <<https://www.universia.net.br/actualidad/vida-universitaria/conheca-os-tipos-metodologia-pesquisa-que-voce-pode-usar-seu-tcc-1166813.html>>. Acesso em: 13 set. 2024.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Diáspora em Cena: Representações Culturais e Experiências de Imigrantes Irlandeses nos Filmes "Brooklin" e "Belfast"

Ana Kamila Silva AZEVEDO

Doutoranda no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais
e-mail: [kamila.azevedo@ufrn.br]

Resumo

Nesta pesquisa são retratadas as representações culturais de identidade e experiências de vida de imigrantes irlandeses, analisando as implicações dessas representações para a compreensão dos conceitos de diáspora e das problemáticas culturais, com base nas Teorias dos Estudos Culturais. Fundamentada pelas ideias de autores como Raymond Williams, Stuart Hall e William Safran, a pesquisa empregará a metodologia de Análise Fílmica para examinar os filmes "Brooklin" (2015) e "Belfast" (2021). Ambos os filmes apresentam protagonistas que enfrentam a decisão de emigrar por razões econômicas e se deparam com questões culturais relacionadas às noções de identidade, representação e cultura. A investigação buscará proporcionar uma compreensão mais profunda das motivações e experiências dos imigrantes irlandeses e de como eles são retratados pelos filmes analisados.

Palavras-chave

identidade cultural. diáspora. imigração. estudos culturais. cinema.

INTRODUÇÃO

País localizado no Norte da Europa, a Irlanda é, atualmente, considerada uma localidade desenvolvida economicamente, com destaque para as atividades de indústria, serviços e turismo. Porém, nem sempre foi assim. Seja por motivos econômicos, religiosos ou políticos, um movimento de diáspora irlandesa foi percebido, principalmente, após a fome, no século XIX, em 1845; e, no século XX, nas décadas de 50 e 80.

Estima-se que mais de 80 milhões de irlandeses emigraram pelo mundo, passando a viver, principalmente, nos Estados Unidos, Reino Unido, Austrália, Canadá,

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Argentina, Nova Zelândia, México, França e Alemanha. Ao migrarem, levam consigo a sua cultura, seus hábitos e suas tradições.

Para esta pesquisa em particular, enfocaremos as representações dos imigrantes irlandeses no cinema, tendo como base, por ora, dois filmes que possuem esta temática: “Brooklin”, longa dirigido por John Crowley e escrito por Nick Hornby, fazendo uma adaptação do livro de autoria de Colm Tóibín e lançado no Brasil, pela Companhia das Letras, em 2011; e “Belfast”, longa dirigido e escrito por Kenneth Branagh, tendo como base suas memórias de infância na capital da Irlanda do Norte.

Os dois filmes possuem em comum personagens principais que lidam com a decisão da emigração por motivos econômicos e que, neste processo, se deparam com questões culturais, relacionadas às noções de identidade, de representação e de cultura.

Em sua essência, o cinema é uma forma artística que trabalha com a representação de uma realidade, seja ela fictícia ou não. Esta arte será utilizada como lente para analisar a problemática desta pesquisa pelo fato do cinema ter um histórico de filmes que abordam a temática da migração, em seus diversos aspectos, como “Minari: Em Busca da Felicidade” (2021), que fala sobre uma família de imigrantes japoneses nos Estados Unidos; “Eu, Capitão” (2023), que aborda a imigração de jovens africanos para a Itália; “Tempos de Paz” (2009), que trata sobre a imigração de judeus para o Brasil após a II Guerra Mundial; e “A Hora da Estrela” (1985), que versa sobre uma imigrante nordestina em São Paulo.

Elementos como estes tiveram uma importante contribuição para a construção da problemática desta pesquisa e são representativos de uma das funções sociais do cinema que, como bem mencionou o diretor Martin Scorsese, é o melhor meio para compreendermos, ouvirmos e falarmos sobre como vemos o mundo.

Em consequência disso, estabeleceu-se a seguinte questão de pesquisa para este estudo: Como os filmes analisados representam a identidade e as experiências dos imigrantes irlandeses, e de que maneira essas representações refletem ou desafiam os conceitos de diáspora e as problemáticas culturais estudadas na teoria dos Estudos Culturais?

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Face ao problema apresentado neste estudo, podemos estabelecer o seguinte objetivo geral para este trabalho: Investigar como os filmes a serem analisados nesta pesquisa representam a identidade e as experiências dos imigrantes irlandeses, observando as implicações dessas representações para o entendimento dos conceitos de diáspora e das problemáticas culturais segundo as Teorias dos Estudos Culturais.

MÉTODO

Para responder ao problema deste estudo, bem como alcançar os objetivos gerais e específicos propostos para esta pesquisa, temos como proposta percorrer o seguinte percurso metodológico referente à coleta, análise e interpretação de dados.

Na fase de Coleta de Dados, iremos utilizar, como instrumentos desta etapa, a pesquisa *bibliográfica* e *documental*, uma vez que as nossas fontes principais de estudo serão livros, filmes, periódicos e artigos sobre os temas a serem estudados nesta pesquisa, que estão relacionados às Teorias dos Estudos Culturais e aos conceitos de diáspora, de identidade, de representação e de cultura.

Os dados obtidos com a fase de Coleta de Dados serão analisados com um olhar crítico e reflexivo e registrados e apresentados com o apoio de recursos computacionais, por meio da elaboração de tabelas e quadros.

Ainda na etapa de Análise e Interpretação dos Dados a serem obtidos com os filmes a serem utilizados neste estudo, iremos empregar como método principal a *Análise Fílmica*, que tem como objetivo “explicar/esclarecer o funcionamento de um determinado filme e propor-lhe uma interpretação” (PENAFRIA, 2009, p. 01). Aqui, fazemos um adendo a este conceito: analisar, descrever e interpretar um filme de maneira técnica.

No exercício da *Análise Fílmica*, podemos abordar diversos aspectos de uma obra cinematográfica, como o roteiro, a composição de personagens, a atuação dos

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



atores, a direção de arte, a fotografia, a montagem, a intertextualidade, a edição de som, o uso da música, a qualidade dos efeitos especiais, dentre outros.

Para este estudo, iremos utilizar como códigos de interpretação da *Análise Fílmica* os seguintes aspectos: a Composição de Personagens; a Fotografia; a Intertextualidade; e os Contextos Culturais e Históricos nos quais os filmes selecionados se passam.

Em uma observação prévia sobre os longas escolhidos para este estudo, podemos identificar, desde já, algumas categorias adicionais de análise que podem nortear a nossa investigação, como: a família, o trabalho, as cidades nas quais as histórias se passam e a rotina das personagens.

É importante mencionar também que, para uma melhor execução destas estratégias metodológicas, será muito importante que a pesquisadora adote uma postura aberta e que leve em consideração a abordagem *transmetodológica*, que “pressupõe a capacidade de observar o objeto por diferentes prismas, levando em consideração os seus diversos aspectos.” (ALMEIDA e DE LA TORRE, 2020, p. 100).

PRIMEIRAS DISCUSSÕES

De acordo com Ana Carolina Ecosteguy (2008), o campo dos Estudos Culturais surge, de forma organizada, através do Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS), diante da alteração dos valores tradicionais da classe operária da Inglaterra do pós-guerra. “As relações entre a cultura contemporânea e a sociedade, isto é, suas formas culturais, instituições e práticas culturais, assim como suas relações com a sociedade e as mudanças sociais, vão compor o eixo principal de observação do CCCS.” (*Ibid.*, p. 152)

Além destas motivações, as Teorias dos Estudos Culturais também têm uma preocupação que comprehende as relações entre a cultura, a história e a sociedade.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



“Através da análise da cultura de uma sociedade - as formas textuais e as práticas documentadas de uma cultura - é possível reconstituir o comportamento padronizado e as constelações de ideias compartilhadas pelos homens e mulheres que produzem e consomem os textos e as práticas culturais daquela sociedade.” (Storey, 1997, p. 46)

Para Terry Eagleton (2005, p. 52), a cultura pode ser resumida “como o complexo de valores, costumes, crenças e práticas que constituem a forma de vida de um grupo específico.”

Contudo, as Teorias dos Estudos Culturais podem ser consideradas como um campo multidisciplinar que vai além da investigação sobre a cultura em si. Ela perpassa as realidades e os contextos nos quais as culturas são construídas e pode ser aplicada a múltiplos objetos de investigação.

A partir do momento em que se percebeu a aceleração do processo de globalização, o foco das investigações nas Teorias dos Estudos Culturais passou a ser a constituição das identidades sociais e como elas são recompostas numa época de fragilidade das fronteiras nacionais. “Identifica-se uma forte inclinação em refletir sobre o papel dos meios de comunicação na constituição de identidades, sendo esta última a principal questão desse campo de estudos na atualidade.” (ECOSTEGUY, 2008, p. 167)

De acordo com Teixeira Coelho (1997), o conceito de identidade cultural aponta para um sistema de representação das relações entre os indivíduos e os grupos e entre estes e seu território de reprodução e produção, seu meio, seu espaço e seu tempo. Já de acordo com Eagleton (2005, p. 41), “na opinião de Geoffrey Hartman, Herder é o primeiro a utilizar a palavra cultura ‘na moderna acepção de uma cultura de identidade: um modo de vida social, popular e tradicional, caracterizado por uma qualidade que perpassa tudo e leva a que uma pessoa se sinta enraizada ou em casa’.”

No caso dos imigrantes, que são o objeto de estudo desta pesquisa, a construção da identidade cultural acaba sendo relacionada, então, a uma visão móvel e mutante, em que a identidade é revelada com o passar do tempo, principalmente na forma como ela é

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



moldada pelas experiências vividas e pelas trocas experimentadas no país para o qual se emigra (LONARDONI ALVES, 2022). Pensamento este que dialoga com o conceito de experiência que se faz presente na obra de Jorge Larrosa (2002, p. 25): “é experiência aquilo que ‘nos passa’ [...], e ao nos passar nos forma e nos transforma. Somente o sujeito da experiência está, portanto, aberto à sua própria transformação”.

Para compreender ainda as implicações do tema deste estudo, é importante que seja construída uma base teórica sólida que nos auxiliará na análise e na interpretação dos dados obtidos por meio da observação dos filmes selecionados para esta pesquisa.

Desta forma, além das Teorias dos Estudos Culturais, nesta análise também pretendemos trabalhar com conceitos relacionados à identidade social e cultural, à cultura, às relações de cultura/poder/representação; bem como pretendemos elaborar um contexto histórico sobre a imigração irlandesa.

CRONOGRAMA

Esta parte do estudo apresenta o cronograma detalhado para a realização da pesquisa, destacando as principais atividades, marcos e entregas previstas.

Quadro 1 - Proposta de Cronograma para Execução do Projeto de Pesquisa

Período	Ano: 2024		Ano: 2025		Ano: 2026		Ano 2027	
	1º T	2º T	1º T	2º T	1º T	2º T	1º T	2º T
Atividades								
Cursar as disciplinas obrigatórias e complementares.								
Encontros de orientação da tese.								
Apresentação dos exames de proficiência.								
Pesquisa Exploratória: Reconstrução do projeto de pesquisa.								
Realização de Pesquisa Bibliográfica e Documental: Estado da Arte								

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Revisão da Literatura								
Pesquisa Documental: Levantamento de filmes que abordam a temática da pesquisa								
Elaboração de Artigos								
Análise Fílmica com os longas a serem observados na pesquisa.								
Elaboração da Tese								
Preparação e Realização do Exame de Qualificação								
Revisão Geral								
Preparação e Realização da Defesa da Tese								

Fonte: Elaborado pela Autora

REFERÊNCIAS

- A DIÁSPORA Irlandesa:** Um Caminho para o Sucesso. Brasil: Eurochannel, [21--]. Disponível em: <http://www.eurochannel.com/pt/A-Diaspora-Irlandesa-Um-caminho-para-o-Sucesso.html>. Acesso em: 15 ago. 2024.
- Almeida, R. C. de, & Torre, A. E. M. G. de la. (2020). **Transmetodologia como identidade:** uma epistemologia transformadora na pesquisa em comunicação. *Comunicação & Educação*, 25(2), 94-103. <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v25i2p94-103>. Acesso em: 22 ago. 2024.
- BELFAST.** Direção: Kenneth Branagh. Roteiro: Kenneth Branagh. [S. l.: s. n.], 2021. 1 DVD.
- BELFAST.** Natal-RN: Kamila Azevedo, 15 ago. 2024. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/C-sLOytOjyO/>. Acesso em: 18 ago. 2024.
- BROOKLIN.** Direção: John Crowley. Produção: Finola Dwyer e Amanda Posey. [S.l.]: Fox Searchlight Pictures, 2015. 01 DVD (111 min).
- BROOKLIN.** Natal-RN: Kamila Azevedo, 3 mar. 2016. Disponível em: <https://cinefilapornatureza.com.br/2016/03/03/brooklin/>. Acesso em: 18 ago. 2024.
- CARREIRO, Rodrigo. **A Linguagem do Cinema:** uma introdução. Recife: Ed. UFPE, 2021.
- COELHO, Teixeira. **Dicionário Crítico de Política Cultural.** São Paulo: Editora Iluminuras, 1997.
- Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa – Michaelis On-Line.** Disponível em: <http://michaelis.uol.com.br>. Acesso em: 18 de Ago. 2024.
- EAGLETON, Terry. **A ideia de cultura.** São Paulo: Editora UNESP, 2005.
- ECOSTEGUY, Ana Carolina. **Os Estudos Culturais.** In: HOHFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências. 8. ed. Petrópolis-RJ: Vozes, 2008. cap. 3, p. 151-170. ISBN 978-85-326-2615-8.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



IRLANDA. Brasil: Mundo Educação, [21--]. Disponível em:
<https://mundoeducacao.uol.com.br/geografia/irlanda.htm>. Acesso em: 15 ago. 2024.

LARROSA, J. **Notas sobre a experiência e o saber da experiência.** Rev. Bras. Educ., Rio de Janeiro, n. 19, abril, p. 20-28, 2002.

Lonardoni Alves, D. (2022). **A construção da identidade cultural:** uma análise da série One day at time. *Revista Periódicus*, 2(17), 37–50. <https://doi.org/10.9771/peri.v2i17.46493>

PENAFRIA, Manuela. **Análise de Filmes - conceitos e metodologia(s).** In: VI Congresso SOPCOM, Lisboa, 2009. Anais eletrônicos... Lisboa, SOPCOM, 2009. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-penafria-analise.pdf>. Acesso em: 22 de Ago. de 2024.

STOREY, John. **An Introduction to Cultural Theory and Popular Culture.** Londres: Prentice Hall/Harvest Wheatsheaf, 1997.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



ESTREIA DE 'O EXORCISTA' (1975) EM NATAL (RN): UMA ANÁLISE DE CONTEÚDO DOS JORNais IMPRESSOS

Lara PAIVA DE FRANÇA

*Mestrando/Doutorando no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais/Produção de
Sentido*
e-mail: paivalaraf@gmail.com

Resumo

Este projeto de mestrado analisa a abordagem antropológica acerca do lançamento do filme “O Exorcista”, cuja estreia no Brasil aconteceu em 1974 após ter sido liberado pela censura do Regime Militar (1964-1985). Mas, no ano de 1975, a cidade do Natal, Rio Grande do Norte, recebeu a obra, que ficou conhecida como o marco do filme de terror pelo fato de utilizar a relação entre o cristianismo e o satanismo como tema principal, além do sucesso de bilheteria e prêmio de “Melhor Roteiro” do Oscar do ano anterior. Por isso, vamos fazer uma pesquisa qualitativa, no qual clipei reportagens e outros materiais do Diário de Natal na Biblioteca Nacional para compreender como a mídia recebeu e retratou este filme, registrando a história do RN e principalmente as práticas sociais de uma capital brasileira nos anos 70.

Palavras-chave O Exorcista, Recepção, Jornais, Ditadura Militar e Natal.

INTRODUÇÃO

O filme “O Exorcista” estreou nos Estados Unidos em 1973. O site Adoro Cinema (2011) aponta que é um clássico do terror que se inspirou no livro homônimo de William Peter Blatty. A nota do site também apontou que o filme foi um marco no gênero de terror por conta de ser o único da categoria a ser indicado a Melhor Filme do Oscar, além da intensidade e violência de suas cenas. Entretanto, enfrentou censura no Brasil, sendo liberado apenas em 1974 (MACEDO, 1974).

Na cidade do Natal, por sua vez, somente entrou em cartaz em abril de 1975, conforme o Diário de Natal (MACEDO, 1974). Como foi a cobertura da mídia local a respeito da obra? Este é o questionamento que motivou a pesquisa.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Durante o período de censura, o livro baseado no filme tornou-se um dos mais vendidos nas principais livrarias da capital potiguar. "Portugal e o futuro, livro do general Antônio de Spínola, conseguiu finalmente desbancar 'O Exorcista', na lista do livro mais vendido. Já saiu a terceira edição.". (ARRUDA CÂMARA, 1974, p.4).

Segundo o jornalista Cassiano Arruda Câmara (1975), o filme teve sua primeira exibição em 16 de abril de 1975, exclusivamente no Cine Rio Grande, em Natal. O resultado veio após insistência dos jovens natalenses, que até chegaram a viajar até João Pessoa, já que a cidade a lançaria primeiro (ARRUDA CÂMARA, 1975).

Muita gente me telefonando para solicitar um apelo desta coluna ao Dr. Moacyr Maia, presidente da rede de cinemas Rio Grande. É no sentido de trazer a Natal o filme 'O Exorcista', que já foi exibido até na fronteira do Brasil com a Bolívia. (MACEDO, p.2, 1975)

O filme obteve grande sucesso na capital potiguar e deixou sua marca na história do cinema local. O colunista Paulo Macêdo (1975), meses depois, comentou sobre o sucesso por meio de uma nota. "Briefs: O cinema Rio Grande continua lotado em todas as sessões em que exibe o filme O Exorcista" (MACEDO, 1975, p.6).

O objetivo é realizar uma pesquisa qualitativa (utilizando a análise do discurso), e documental relacionada a estreia do filme nos cinemas de Natal, além de interpretar como a imprensa retratou o lançamento, visto que este foi um dos filmes censurados durante a Ditadura Militar (1964-1985) e liberado após um ano por conta das cenas mencionadas acima.

MÉTODO

A pesquisa emprega uma abordagem qualitativa, com foco na análise de fontes primárias, especialmente o jornal Diário de Natal, disponível no acervo da Biblioteca Nacional no período de 1973 a 1975. Realizaremos uma revisão de literatura abrangente, incluindo estudos de mídia, história do cinema e pesquisa cultural. Posteriormente, faremos um recorte das páginas dos jornais em que o nome "O Exorcista" apareceu na década de 70, montando uma linha do tempo da sua primeira

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



menção até a estreia, no qual testarmos as hipóteses mencionadas acima. Adicionalmente, utilizaremos a técnica de análise de discurso do jornalismo e será uma ferramenta valiosa para reexaminar, além de oferecer interpretações complementares, que identificamos a expectativa do lançamento até a estreia na visão dos jornalistas e suas práticas sociais

Para Godoy (1995) é normal que as pessoas achem que pesquisa precisa apenas elaborar entrevistas, mas os documentos podem ser uma ótima ferramenta de estudo. Logo, a análise de conteúdo pode ser uma fonte de estudo, buscando reexaminar e interpretações complementares.

Podemos ainda a caracterizar como uma pesquisa qualitativa, uma vez que ocupa um reconhecido lugar entre as várias possibilidades de estudar os fenômenos que envolvem os seres humanos e suas intrincadas relações sociais, estabelecidas em diversos ambientes (GODOY, 1995, p.21). A seguir, está o índice preliminar da estrutura da dissertação:

1. Resumo.
2. Introdução.
3. A sociedade do espetáculo e o filme.
4. Análise do Discurso.
5. Filmes Internacionais e a Ditadura Militar.
6. Como foi a abordagem da Tribuna do Norte.
7. Como foi a abordagem do Diário de Natal.
8. Linha do tempo da pré-estreia até a estreia do filme.
9. Conclusão.
10. Referência Bibliográfica.

Para o estado da arte do projeto, espera-se que esta pesquisa proporcione uma compreensão aprofundada sobre a presença do filme “O Exorcista” na cidade do Natal e contribua para os campos de Estudo da Mídia. Além disso, os resultados poderão ser aplicados na contextualização de futuras análises sobre a interação entre cinema, cultura local e indústria cinematográfica na Ditadura Militar, além de registrar a memória dos jornais da cidade, uma vez que é a preocupação dos pesquisadores desta linha de pesquisa.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Em resumo, uma pesquisa sobre o processo do começo da exibição de "O Exorcista", em 1975, na cidade do Natal, Rio Grande do Norte, fornece uma oportunidade valiosa para explorar as interações entre a mídia e a história da imprensa.

PRIMEIRAS DISCUSSÕES

Como a Ditadura Militar aconteceu por toda a América Latina, precisamos estudar a importância do discurso midiático na visão de um pesquisador.

A pesquisa também se baseia na teoria da recepção de Stuart Hall, que enfatiza a importância da interpretação ativa por parte do público na recepção de mensagens midiáticas. Hall (1980) afirma que a circulação e recepção de informações são momentos importantes para identificação de uma sociedade, como o ponto de concretização da mensagem.

Ainda abordaremos a Teoria do Espetáculo de Guy Debord. Debord argumenta que a sociedade contemporânea é dominada pela espetacularização da vida cotidiana. O espetáculo é, para Debord (1997), o auge da lógica mercantilista, visto que a criação de conteúdos artísticos se transformam em mercadoria, trazendo curiosidade e independência social. Logo, uma denúncia de uma inconsciência social, fundada no domínio do fetiche da mercadoria.

Ao analisar a primeira exibição do filme como um evento mediático, a teoria do espetáculo de Guy Debord também será utilizada para compreender como o espetáculo midiático foi construído em torno do lançamento de "O Exorcista".

Ainda traremos uma análise da relação entre "A Mídia e a Modernidade" de John B. Thompson e a divulgação de filmes de terror como "O Exorcista" revela a profunda influência da mídia na construção de fenômenos culturais. Thompson demonstra que a mídia não apenas reflete a sociedade, mas a moldaativamente, utilizando técnicas de mediação simbólica que exploram emoções humanas fundamentais. A campanha de divulgação de "O Exorcista" exemplifica como a mídia

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



pode transformar um filme em um evento cultural de grande impacto, utilizando o medo e a curiosidade como ferramentas para manipular o comportamento do público.

É reconhecer o papel da mídia na criação e disseminação de significados culturais, é possível desenvolver uma consciência mais profunda sobre como nossas percepções e comportamentos são influenciados por forças externas. Dessa forma, a obra de Thompson continua sendo uma referência valiosa para o estudo da mídia na modernidade e sua capacidade de moldar a realidade social.

Isso implica que os autores mencionados acima podem responder algumas hipóteses de como o filme foi recebido em Natal não foi apenas determinado pelo conteúdo do filme em si, mas pelas interpretações e significados atribuídos aos espectadores.

CRONOGRAMA

Montamos uma tabela para explicar melhor o funcionamento do cronograma de atividades da pesquisa de Estudo da Mídia acerca do tema:

	09/ 24	10/ 24	11/ 24	12/ 24	25.1	25.2
Análise bibliográfica, clipagem e fazer verificação de conteúdo						
Criação de um projeto de mestrado						
Qualificação e Revisão do mestrado						
Apresentação, Revisão e Publicação no repositório						

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



REFERÊNCIAS

Leitores chegam a 200 por dia na Biblioteca. Diário de Natal, ano 74, n. 09511, 1 jun. 1974. p. 5. Disponível em: https://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=028711_02&pasta=ano%20197&pesq=&pagfis=13092. Acesso em: 9 set. 2023.

ADORO CINEMA. O Exorcista - Filme 1973 - Adoro Cinema. [S.l.]. Adoro Cinema, 2011. Disponível em: <https://www.adorocinema.com/filmes/filme-27765/>. Acesso em: 9 set. 2023.

ARRUDA CÂMARA, Cassiano. Coluna Roda Viva: Turismo. Diário de Natal, ano 75, n. 09499, 18 mai. 1974. p. 4. Disponível em: https://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=028711_02&pasta=ano%20197&pesq=&pagfis=13092. Acesso em: 9 set. 2023.

ARRUDA CÂMARA, Cassiano. Coluna Roda Viva: Exorcista. Diário de Natal, ano 75, n. 09768, 19 abr. 1974. p. 4. Disponível em: https://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=028711_02&pasta=ano%20197&pesq=&pagfis=13092. Acesso em: 9 set. 2023.

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

DOBERSTEIN, Juliano Martins. As duas censuras do regime militar: o controle das diversões públicas e da imprensa entre 1964 e 1978. Orientadora: Carla Simone Rodeghero. 2011. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa Pós-Graduação em História, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Rio Grande do Sul, 2011.

HALL, Stuart. Codificação/Decodificação, In Sovik, Lívia (Org.) “Da Diáspora: Identidades E Mediações Culturais”. Belo Horizonte: Ufmg, 2003, P.365-380.(1980)

MACEDO, Paulo. Esquinas do Mundo: O Exorcista. Diário de Natal, ano 74, n. 09565, 3 ago. 1974. p. 2. Disponível em: https://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=028711_02&pasta=ano%20197&pesq=&pagfis=13826. Acesso em: 9 set. 2023.

O EXORCISTA. Direção: William Friedkin. Produção: William Peter Blatty. Prime Vídeo. 1973. 2h1min. Disponível em: <https://www.primevideo.com/dp/amzn1.dv.gti.48b50421-6993-e74b-2b8a-7228dcc3291a?autoPlay=0&ref_=atv_cf_strg_wb>. Acesso em: 16 de abril de 2023.

SOARES, Maria Juliana Horta. Linguagem E Ideologia No Discurso Jornalístico: O Noticiário Sobre Transporte E Trânsito No Estado De Minas (1955-1956 E 2005-2006). Anais do SILEL, Uberlândia-MG, ano 2009, 1 jan. 2009. Disponível em: http://www.ileel.ufu.br/anaisdosilel/wp-content/uploads/2014/04/silel2009_gt_lg12_artigo_5.pdf. Acesso em: 19 set. 2023.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



A Inevitável Perda: Representações de Luto nos filmes de Hayao Miyazaki

Livia MOTTA

Mestranda no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais/Produção de Sentido
e-mail:livsmotta@gmail.com

Resumo

Este estudo busca analisar como os filmes de Hayao Miyazaki representam o sentimento de luto dentro de suas narrativas. Miyazaki, animador, cineasta e co-fundador do *Studio Ghibli*, é conhecido por seu estilo visual distintivo, narrativas ricas em detalhes e personagens complexos que exploram temas universais como a natureza, o equilíbrio entre humanidade e ambiente, e o crescimento pessoal. Dentro dessa ampla gama de emoções que compõem suas histórias, o luto é uma delas. A pesquisa foca na análise dos filmes *Nausicaä do Vale do Vento* (1984), *O Serviço de Entregas da Kiki* (1998) e *O Menino e a Garça* (2023). O projeto adota uma metodologia que abrange a análise filmica e a partir disso, tem como objetivo compreender como é feita a representação do sentimento de luto nos filmes selecionados, criados ou adaptados pelo diretor. Além disso, busca explorar como a auto-representação é característica marcante em seu trabalho e como isso impacta na profundidade narrativa de seus personagens.

Palavras-chave

Hayao Miyazaki; Cinema de Animação; Comunicação Audiovisual; Luto.

INTRODUÇÃO

Os filmes de Miyazaki articulam uma unificação entre o presente, o passado e o futuro, o mito e o real, a História e a ficção, como se fossem parte de um todo indivisível. Seus mundos, embora muitas vezes não correspondam diretamente ao que habitamos, provocam no espectador uma sensação simultânea de familiaridade e estranhamento. Essa ambiguidade gera uma experiência de curiosidade e fascínio. Sua obra aborda temas complexos como a natureza, a tecnologia e a condição humana. “É num cenário cotidiano, comum, onde descubro o extraordinário” (MIYAZAKI, 2019).¹ Em sua filmografia, é comum sermos absorvidos para o interior de um mundo aparentemente paralelo, porém ao desenvolver da história, somos imersos na narrativa que os dilemas se tornam palpáveis. “O animador deve fabricar uma mentira real, capaz de convencer os espectadores de que o mundo representado poderia na realidade existir” (MIYAZAKI, 2016, p.20).²

¹ “it's in everyday, ordinary scenery, where i discover the extraordinary” (10 YEARS WITH HAYAO MIYAZAKI, NHK World-Japan, 2019)

² “the animator must fabricate a lie that seems so real viewers will think the world depicted might possibly exist.” (MIYAZAKI, 2016, p.20)

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



O problema de pesquisa proposto busca investigar como o cineasta Hayao Miyazaki utiliza na construção de seus filmes uma mistura de elementos biográficos com imaginação criativa e a partir disso aborda temas complexos, focando a análise dessa pesquisa em explorar como isso é feito com o sentimento de luto.

Ao analisar como ele explora o luto em seus filmes, procura-se não apenas compreender a obra do cineasta, mas também identificar as estratégias narrativas e visuais utilizadas para representar essa experiência rica em nuances. “não existe bem e mal absoluto no cinema de Hayao Miyazaki. Esta é uma perspectiva moral fundamental” (ROBINSON, 2015, p.99).

Este estudo propõe uma análise aprofundada da forma como Hayao Miyazaki aborda o tema do luto em suas animações, partindo da análise filmica de três obras chave de sua extensa filmografia: *Nausicaä do Vale do Vento* (1984), *O Serviço de Entregas da Kiki* (1989) e *O Menino e a Garça* (2023). A análise dessas três animações permitirá uma investigação aprofundada das várias camadas narrativas e estéticas por meio das quais o luto é tratado, considerando suas etapas, motivações e impactos na vida. Pretende-se também examinar como o diretor desenvolve seus protagonistas e emprega recursos simbólicos de auto-reflexão e auto-representação para compor uma representação rica e multifacetada do luto, dialogando com teorias que o abordam a partir de perspectivas culturais, religiosas e filosóficas.

Ao considerar a dimensão de auto-reflexão presente na obra de Miyazaki, será possível entender como suas experiências pessoais e o contexto sociocultural japonês influenciaram diretamente suas escolhas estéticas e temáticas. Assim, a interseção entre a instável fronteira entre a referencialidade, auto-reflexividade e o universo artístico das produções, configura um ambiente fertil para a análise das representações do luto no cinema de animação, permitindo compreender de que maneira suas animações convidam o espectador a um mergulho emocional profundo e a uma reflexão crítica sobre a impermanência e a reação humana diante das adversidades.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



MÉTODO

Penafria (2009), em *Análise de filmes - conceitos e metodologia(s)*, sugere categorias para a análise filmica, como a análise textual, de conteúdo, poética, e a de imagem e som. Sua abordagem flexível permite combinar elementos formais e contextuais para uma compreensão abrangente dos filmes, destacando que a análise deve ser tanto crítica quanto criativa. No contexto desta pesquisa, será considerada inicialmente o arco dos personagens principais na obra como um todo, utilizando marcadores da análise poética, focada nos efeitos e sensações, e da análise de imagem e som, para investigar como o sentimento de luto é construído no personagem de forma visual em cenas chave para o tema. Além disso, procura-se identificar os elementos estruturais dos filmes, como contexto temporal, espacial, e personagens secundários, explorando como a estética e a narrativa reforçam o sentimento de luto vivido pelos protagonistas.

O corpus da pesquisa envolve a análise dos personagens principais de três obras de Miyazaki, observando como suas histórias são permeadas pelo sentimento de luto. Serão analisados trechos relevantes para entender como o diretor representou o luto e como isso impacta os personagens física e emocionalmente, influenciando suas escolhas e aprendizados. Além disso, será investigada a transgressão de fronteiras entre o real e o imaginário nesses personagens a partir da busca por uma marca de auto representação em suas obras.

Em *Nausicaä do Vale do Vento* (1984), baseado em um mangá de Miyazaki, o mundo devastado pela guerra e poluição reflete tanto a destruição causada pela humanidade quanto a capacidade de regeneração da natureza. Essa dualidade ecoa a complexidade do luto, que envolve dor e esperança de renovação. Nausicaä, conectada à natureza, é uma heroína que enfrenta uma jornada para evitar outra guerra, carregando um profundo simbolismo de cura e sacrifício.

O Serviço de Entregas da Kiki (1989), baseado no livro de Eiko Kadono, narra a jornada de Kiki, uma jovem bruxa que, ao perder a capacidade de voar, enfrenta uma

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



metáfora para o luto pela inocência perdida, mas aprende a seguir em frente apesar das dificuldades.

Em *O Menino e a Garça* (2023), Mahito lida com a perda da mãe e embarca em uma jornada de autodescoberta e enfrentamento do luto, ao mesmo tempo em que busca a esperança de renovação. A aventura no universo fantástico pode ser vista como um processo simbólico de cura.

PRIMEIRAS DISCUSSÕES

O luto tem sido objeto de estudo em diversas áreas do conhecimento. Na obra Luto e Melancolia, de Freud (2013), o luto é interpretado como uma resposta à perda, que pode se manifestar não apenas em relação a um ente querido, mas também em relação a algo que possua uma importância equivalente. Trata-se de um fenômeno mental natural, essencial ao processo de desenvolvimento humano. A obra cinematográfica, oferece um espaço para a expressão de emoções complexas e para a construção de significados, permitindo que o público se identifique com as personagens e elabore suas próprias experiências de perda.

Segundo Reis (2015, p.41) “às experiências de perda nortearão a relação do sujeito com os outros, com os objetos, com seus ideais, ou seja, as coordenadas simbólicas do sujeito ao longo da vida”. Sendo assim, a habilidade de estabelecer empatia com a realidade construída e a identificação com os personagens são elementos cruciais para a credibilidade do universo do filme. A identificação do público com as personagens de Miyazaki se dá pela representação realista de suas emoções, objetivos, imperfeições e falhas, mesmo em contextos fantásticos.

Ao pensar sobre noções culturais de luto, se deve levar em conta aspectos que permeiam o Japão e as influências do diretor. O xintoísmo é uma religião que se caracteriza pelo culto à natureza, antepassados e pelos seus muitos espíritos (kamis). É a tradição de onde parte a mitologia japonesa e boa parte do seu folclore. Para eles, o mundo espiritual é uma espécie de “réplica” do mundo real. “É sólido, material e sensorial. Todos estão aparentemente sujeitos à morte e ao sofrimento físico. É para este mundo que alguns kamis podem levar suas vítimas” (ANDREO, 2016, p. 132).

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Miyazaki se apropria tanto de elementos do xintoísmo, como de elementos contemporâneos em suas obras.

Ao considerar a dimensão de auto-reflexão presente nos filmes analisados, será possível entender como suas experiências pessoais e o contexto sociocultural japonês influenciaram diretamente suas escolhas estéticas e temáticas. A auto-representação pode ser um bom exemplo de autoanálise, com intuito de explorar o íntimo e indicar a percepção de sua posição na sociedade.

“A (auto)representação como um processo dinâmico e efêmero de musealização de si, encerra-se em identificações sucessivas (MAFFESOLI, 1995) ou identidades cambiantes (HALL, 2004). Longe de homogeneizar o “eu”, revela a sua multiplicidade, a existência de “eus” (HALL, 2004), ou do sujeito/múltiplo (XAVIER, 2008). Cada “eu” como uma operação do possível, ou aquilo que se é, apenas, como autoria (FOUCAULT, 2004).”
(apud XAVIER, 2018, p.5)

A auto-representação influencia a construção de personagens que lidam com a perda, conferindo profundidade e autenticidade às suas narrativas, e a partir disso compreender como a ficção realista opera dentro desse cinema, partindo do pressuposto que “Essa ficcionalização não está no sentido do irreal, mas também não é entendida como representação do real; é criação de outra realidade tendo como base a própria realidade” (LOPES, 2009, p.2).

As produções de Miyazaki, configuram um ambiente fértil para a análise das representações do luto no cinema de animação, permitindo compreender de que maneira suas animações convidam o espectador a um mergulho emocional profundo e a uma reflexão crítica sobre a impermanência e a reação humana diante das adversidades.

A linguagem de animação é diversa em seus modos de produção. A exploração desse imaginário é uma ferramenta multiforme, em função dos desejos do realizador e do produtor. “Um paradoxo, no entanto, parece se sustentar: que a animação é ao mesmo tempo muito leve e muito densa. [...] Parte da força da animação como

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



mídia está na facilidade com a qual ela muda de "ficção" para "realidade". (HILTY, 2013, p.12 a 14)

No catálogo de Miyazaki, ainda há sempre uma sensação subjacente de emoções intensas. O resultado é um estilo marcante, hoje em dia já conhecido por ser seu e do *Studio Ghibli*.

CRONOGRAMA

A pesquisa, inicialmente voltada para análise sobre o conceito e a aplicação do filme-ensaio no cinema brasileiro, passou por uma reformulação. A mudança de foco, agora estudando as representações de luto nos filmes de Hayao Miyazaki exigiu a elaboração de um novo projeto e a busca por um arcabouço teórico mais adequado. Essa adaptação, embora desafiadora, tem permitido uma compreensão mais profunda das obras analisadas. Atualmente, estamos na fase de construção do novo projeto, que inclui a definição dos objetivos, a revisão da literatura e a elaboração de categorias de análise. As próximas etapas incluem a revisão da literatura, a definição de um corpus mais enxuto e a análise dos filmes sob a ótica da nova abordagem, bem como a escrita do trabalho final.

REFERÊNCIAS

ANDREO, Marcelo Castro. **A narrativa insólita de A viagem de Chihiro, de Hayao Miyazaki**, 2016, 182 p. Tese. (Doutorado em Letras – área de concentração: Estudos Literários) – Universidade Estadual de Londrina.

AUMONT, Jacques. **A Imagem**. 16 ed. Trad. Estela dos Santos Abreu e Cláudio C. Santoro. Campinas, SP: Papirus, 1993.

FREUD, S. **Luto e Melancolia**. Edição Standard Brasileira: Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud (p. 50). Rio de Janeiro: Imago, 2013.

HILTY, Gerg. **Objeto, sonho e imagem na animação, de Greg Hilty**. Publicado no catálogo da mostra "Movie-se, no tempo da animação". Centro Cultural Banco do Brasil, 2013. p. 12-19. Disponível em: <https://ccbb.com.br/wp-content/uploads/2021/07/MovieSe.pdf>

LOPES, V. D. **A ficcionalização do real**. 2009.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



PENAFRIA, Manuela. **Análise de Filmes-conceitos e metodologia(s)**. Anais Eletrônicos do VI Congresso Sopcom, Lisboa, abr. 2009. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-penafria-analise.pdf>.

REIS, Maria Letícia de Oliveira. **Da experiência de perda à perda de experiência: um estudo sobre a erfahrung na teoria psicanalítica, na filosofia e na clínica**. 2015. 132 f. Tese (Doutorado) - Curso de Psicologia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015. Disponível em:

https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/47/47133/tde-29092015-165550/publico/reis_do.pdf.

ROBINSON, J. (2015). **Princess Mononoke - Pocket Movie Guide**. Kent: Crescent Moon Publishing. RUSKIN, M. & RUSKIN, M. (2012). Fantasy and Reality in Miyazaki's Animated World. Psychoanalysis, Culture& Society, 7, 169-184.

XAVIER, C. **Egomuseu: (auto)representação, (in)formação e autoria no Instagram**. [s.l: s.n.]. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-1559-1.pdf>

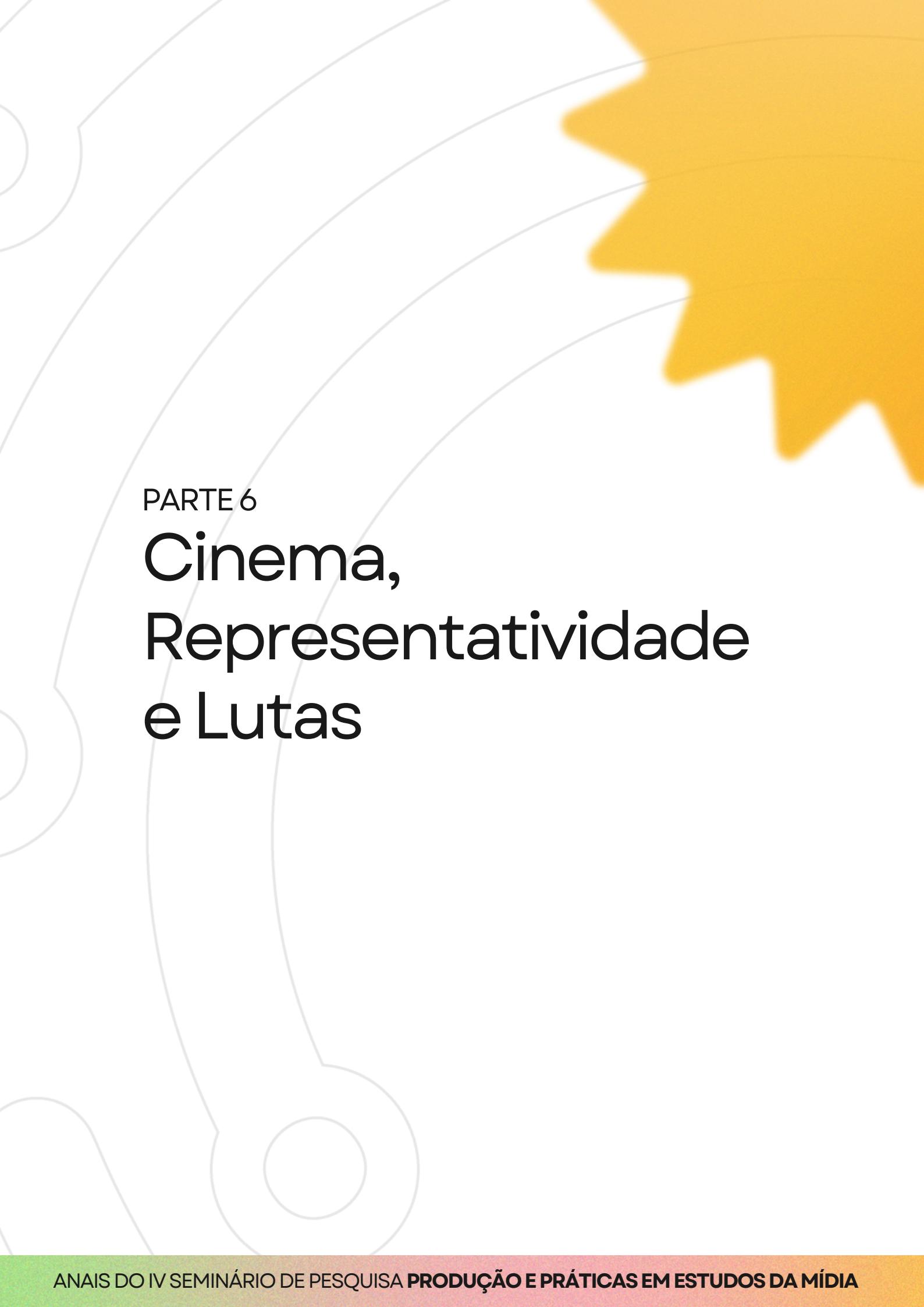
Catálogo de filmes:

10 YEARS WITH HAYAO MIYAZAKI. Direção: Kaku Arakawa. Japão: NHK World-Japan, 2019. Documentário (240 min, HD). Episódio 1: Ponyo is Here; Episódio 2: Drawing What's Real; Episódio 3: Go Ahead – Threaten Me; Episódio 4: No Cheap Excuses.

NAUSICĀA DO VALE DO VENTO. Direção de Hayao Miyazaki. Produção de Isao Takahata. [S.l.]: Topcraft, 1984. 1 DVD (117 min), son., color. Título original: Kaze no Tani no Naushika.

O MENINO E A GARÇA. Direção de Hayao Miyazaki. Produção de Toshio Suzuki. [S.l.]: Studio Ghibli, 2023. 1 filme (125 min), son., color. Título original: Kimitachi wa Dō Ikiru ka.

O SERVIÇO DE ENTREGAS DA KIKI. Direção de Hayao Miyazaki. Produção de Hayao Miyazaki e Toru Hara. [S.l.]: Studio Ghibli, 1989. 1 DVD (103 min), son., color. Título original: Majo no Takkyūbin.



PARTE 6

Cinema, Representatividade e Lutas

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Cinema e Diáspora: Cineastas Latino-Americanos no Reino Unido em Perspectiva Decolonial

Emanoella BELÉM

Doutoranda no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais/Produção de Sentido
e-mail: emanuellacb@gmail.com

Resumo

Fundamentada nas teorias decoloniais de Quijano (2000) e Mignolo (2020), bem como nas reflexões sobre identidade de Hall (2014), Shohat (2006), a pesquisa investiga a produção cinematográfica de cineastas latino-americanos/as no Reino Unido e como/se essas obras projetam visões do sul-global no cenário britânico. O objetivo geral é analisar se os filmes desses cineastas contribuem para os debates sobre cinema decolonial, enquanto os objetivos específicos incluem a exploração de seus contextos biográficos, avaliação do caráter decolonial de suas produções e análise das narrativas que expressam suas experiências migratórias e de resistência. A metodologia adotada é qualitativa, com análise de filmes, entrevistas e participação em eventos e exibições para acompanhar pelo menos dois cineastas de cada país do Reino Unido buscando identificar estratégias organizacionais e as formas de representação, refletindo sobre a complexidade das identidades construídas em contextos migratórios.

Palavras-chave

Cinema Latino; Diáspora; Hibridismo Cultural; Representação; Identidade

INTRODUÇÃO

A presente pesquisa explora a atuação dos/as cineastas latino-americanos/as no Reino Unido, buscando investigar em que medida suas obras dialogam com os debates contemporâneos sobre cinema decolonial. O processo de migração e os desafios enfrentados por esses cineastas, tanto no campo pessoal quanto profissional, são influenciados por um contexto histórico de colonialidade, conforme argumentado por Aníbal Quijano (2000) e Walter Mignolo (2020). A colonialidade do poder, envolve a persistência de estruturas coloniais, mesmo após o fim do colonialismo formal, afetando as dinâmicas de poder no campo cultural. Essa estrutura colonial continua a influenciar as produções cinematográficas, tanto nas escolhas estéticas quanto nas narrativas que abordam as experiências migratórias e identitárias desses cineastas.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Em paralelo, as reflexões de Stuart Hall (2014) sobre identidades diáspóricas oferecem uma compreensão das identidades como fluidas, moldadas por processos de deslocamento e hibridização. No entanto, é importante ressaltar que as experiências de diáspora são múltiplas e heterogêneas, variando conforme classe, raça e gênero, conforme discutido por Ella Shohat (2006), que introduz o conceito de "entre-identidades", referindo-se às complexidades de viver entre culturas e nações.

Dessa forma, a pesquisa visa contribuir para a compreensão de como esses/as cineastas navegam entre suas culturas de origem e o contexto britânico, questionando as representações tradicionais e oferecendo novas formas de pensar a identidade e a experiência migratória. O estudo busca explorar o impacto dessas produções na visibilidade das questões do sul-global contribuindo para o campo teórico do cinema decolonial, propondo um olhar crítico sobre as estratégias de organização e os discursos articulados por esses cineastas no Reino Unido.

Deste modo, a presente pesquisa questiona: as narrativas cinematográficas dos cineastas latino-americanos/as no Reino Unido buscam necessariamente romper com os estereótipos e marginalizações perpetuados pelo antigo poder colonial, ou, ao contrário, são moldadas por estereótipos e visões eurocêntricas, perpetuando imagens distorcidas e simplificadas da complexidade latino-americana?

Definimos como objetivo geral: analisar se o trabalho dos/as cineastas latino-americanos/as no Reino Unido contribui para os debates sobre cinema decolonial, e os objetivos específicos são a) Explorar o trabalho dos cineastas latino-americanos/as no Reino Unido em um contexto biográfico; b) Avaliar em que medida seus filmes podem ser considerados decoloniais; c) Investigar como os cineastas expressam a experiência migratória e narrativas contra hegemônicas.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



MÉTODO

A pesquisa adota uma abordagem qualitativa, como definida por Creswell (2014), centrada na compreensão das experiências dos cineastas latino-americanos/as no Reino Unido e no significado atribuído às suas produções dentro do contexto da colonialidade e da diáspora. Esta escolha metodológica se justifica pela necessidade de captar as subjetividades das experiências migratórias e artísticas desses/as cineastas, especialmente considerando o impacto da colonialidade nas suas trajetórias e obras.

A coleta de dados será feita por meio de entrevistas, grupos focais, análise de filmes e etnografia digital. As entrevistas explorarão as trajetórias biográficas, as motivações artísticas e as experiências migratórias dos cineastas, permitindo uma análise das dinâmicas entre cinema, identidade e colonialidade em suas obras. A seleção do corpus filmico incluirá a análise de pelo menos um cineasta de cada país do Reino Unido (Inglaterra, Escócia, País de Gales e Irlanda do Norte), a fim de garantir uma diversidade de perspectivas e contextos regionais.

Além disso, a pesquisa envolve a observação participante em eventos e exibições de filmes organizados em 2024 e 2025 no Reino Unido, acompanhando de perto o trabalho de alguns dos cineastas em questão. A etnografia digital será utilizada para complementar essa análise, observando a presença desses cineastas nas plataformas digitais e redes sociais, com o objetivo de entender como constroem e projetam suas identidades e narrativas nesses espaços virtuais.

A análise dos dados será predominantemente indutiva, buscando identificar temas emergentes e conectá-los às discussões teóricas sobre colonialidade, identidade e diáspora. A triangulação de métodos permitirá uma compreensão mais abrangente das questões investigadas, articulando as experiências pessoais e profissionais dos cineastas com as estruturas de poder colonial que ainda influenciam suas vidas e obras.

PRIMEIRAS DISCUSSÕES

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



O conceito de identidades diáspóricas, conforme articulado por Stuart Hall (2014), serve como um alicerce fundamental para este estudo, permitindo uma compreensão de como as identidades são constantemente moldadas por deslocamentos e processos de hibridização. Hall (2014) destaca que as identidades diáspóricas são formadas a partir de uma multiplicidade de experiências, interesses e pressões, que variam em função de fatores como classe, raça, gênero e origem geográfica. Isso implica que as experiências da diáspora não são universais, e é essencial reconhecer a diversidade intrínseca dentro de grupos considerados diáspóricos.

Shohat (2006) enfatiza a "esquizofrenia cultural", em que as pessoas vivem com múltiplas camadas de identidade, lidando com a exigência de adaptação a uma cultura dominante, ao mesmo tempo que mantêm fortes laços com a cultura de origem. Em termos de identidade cinematográfica, essas camadas de pertencimento fragmentado podem se expressar em narrativas visuais que simultaneamente abraçam e desafiam as representações culturais estabelecidas.

Outro conceito importante é a "crise de identidade" na modernidade tardia, que Hall (2014) discute em relação ao que ele denomina "duplo deslocamento". Este fenômeno refere-se ao deslocamento não apenas do mundo social e cultural, mas também da própria identidade dos indivíduos. Para os cineastas latino-americanos no Reino Unido, essa dualidade entre as culturas de origem e o contexto britânico pode gerar tensões significativas. Assim, o presente estudo se propõe a investigar se as produções cinematográficas desses artistas exemplificam essa crise, refletindo as negociações e conflitos inerentes à identidade diáspórica.

Em seus estudos sobre representação cultural, Hall (2016) argumenta que a mídia, incluindo o cinema, desempenha um papel central na construção e manutenção das identidades culturais. Ele sugere que as imagens e narrativas veiculadas nas telas moldam a forma como grupos culturais e étnicos são percebidos pela sociedade e por eles próprios. Contudo, a inclusão cultural no cinema não é apenas uma questão de visibilidade, mas de

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



representações justas e complexas que refletem a diversidade de experiências e culturas presentes em sociedades contemporâneas.

A experiência migratória dos/das cineastas latino-americanos/as no Reino Unido não pode ser desvinculada do contexto político e social em que estão inseridos. Acreditando que o cinema que realizam tem o poder de desafiar as narrativas dominantes, buscamos compreender especialmente os valores e ética encorajados pela comunidade de cineastas latino-americanos no Reino Unido, ao invés de focar na técnica e estética de suas produções.

Para compreender as complexidades e tensionamentos na formação de identidades diáspóricas Shohat (2006) explica que

Após a Segunda Guerra Mundial, com a descolonização e as partilhas de territórios, a vida alterou-se para muitas comunidades. Houve transferências de populações nas quais uma identidade foi transformada em outra. (...) As novas identidades oficiais não refletiam os sentimentos das pessoas realocadas e não traduziam as contradições presentes no terreno concreto. Essa nova situação não refletia necessariamente o senso de pertença dessas comunidades. Assim, gerou-se uma tensão incontornável entre a documentação oficial de uma pessoa, por um lado, e seu mapa emocional de identidade, seu senso de terra natal e de pertença, por outro (Shohat, 2006).

Assim, compreendemos que a diáspora latino-americana no Reino Unido é composta por uma diversidade de experiências e origens, incluindo migrantes econômicos, refugiados políticos e profissionais da classe média, cada qual com uma relação distinta com suas identidades de origem e com a cultura de acolhimento. Para abranger essas complexidades, a análise buscará compreender como essas variações são representadas nas produções, buscando destacar as negociações de identidade, pertencimento e resistência cultural.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



CRONOGRAMA

Período	Atividades
Março a maio de 2024	Revisão bibliográfica focada em teorias de identidade cultural, diáspora e representações cinematográficas; Coleta de dados iniciais sobre cineastas latino-americanos no Reino Unido;
Junho a agosto de 2024	Participação em eventos; análise de material online;
Setembro a novembro de 2024	Participação em eventos, primeiras entrevistas presenciais agendadas;
Dezembro 2024 a abril 2025	Realização de entrevistas e seleção de filmes;
Maio a agosto 2025	Análises filmicas; elaboração das discussões dos resultados;
Setembro a outubro de 2025	Apresentação do progresso da pesquisa e resultados preliminares para qualificação;
Novembro 2025 a setembro 2026	Continuação das análises e aprofundamento nas discussões; Revisão do referencial teórico e novas coletas de dados, se necessário;
Outubro de 2026 a março de 2027	Redação final da tese; Revisão, formatação e defesa pública da tese.

REFERÊNCIAS

HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na Pós-Modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2014.

HALL, Stuart. **Da Diáspora: Identidades e Mediações Culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

MIGNOLO, Walter D. **The Darker Side of the Renaissance**: Literacy, Territoriality, and Coloniality in the Americas. Ann Arbor: University of Michigan Press, 1995.

QUIJANO, Aníbal. **Colonialidad del Poder, Eurocentrismo y América Latina**. In: El giro decolonial. Buenos Aires: Editorial Biblos, 2000. p. 83-116.

SHOHAT, Ella. **Entre-identidades**: diáspora, exílio e o ‘outro judeu’. *Novos Estudos CEBRAP*, n. 74, p. 107-122, 2006. Disponível em:
<https://www.scielo.br/j/nec/a/wsNQn4zLN49LHF4KF3WTyxv/?lang=pt>. Acesso em: 10 jul. 2024.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



SHOHAT, Ella. *Taboo memories, diasporic voices*. Durham: Duke University Press, 2006.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



A representação do Nordeste em Bacurau: uma análise da “geografia do cinema” com foco na direção de fotografia.

Autor: Justino Batista Pereira Neto

Mestrando no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais/Produção de Sentido
e-mail: justino_neto@hotmail.com

Resumo

Em seu ensaio “A linguagem Cinematográfica” (1958), o crítico de cinema francês André Bazin usou a expressão “geografias do cinema” para se referir à maneira como a sétima arte representa o espaço geográfico, argumentando que é um meio capaz de capturar a essência de um lugar, através da sua luz, sua arquitetura, sua topografia e seus habitantes. O estudo pretende fazer uma análise filmica da obra audiovisual “Bacurau”, ambientada no Nordeste brasileiro, revelando a influência significativa da direção de fotografia e geografia do cinema, na construção das narrativas. Como o filme Bacurau representa uma narrativa sobre o Nordeste? Investigar se o filme reforça ou desafia os estereótipos culturais e sociais sobre o Nordeste. Examinar a direção de fotografia de Bacurau e compreender como essa obra é impactada pela geográfica. Interpretar os temas e as influências culturais que a obra utiliza. O artigo fará uma análise das dinâmicas sociais e culturais no filme Bacurau, utilizando os conceitos de Pierre Bourdieu de campo, habitus e poder simbólico. Abordar a dinâmica de poder entre os habitantes de Bacurau e as autoridades políticas externas. Estudar os aspectos específicos do filme, como o roteiro, a caracterização dos personagens e os cenários, para averiguar se o filme reforça estereótipos negativos sobre o Nordeste, perpetuando uma visão estigmatizada da região e de seus habitantes.

Palavras-chave

Cinema; Direção de fotografia; Identidade nordestina

INTRODUÇÃO

A direção de fotografia desempenha um papel fundamental na criação de ambientes e atmosferas cinematográficas. A escolha de locações geográficas específicas, como cenários urbanos, rurais, florestas ou desertos, afeta diretamente a sensação visual do filme. A direção de fotografia pode ajudar a transmitir informações sobre a localização, a cultura e o contexto histórico em que a história se desenrola. A escolha de ângulos de

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



câmera, planos e composição pode destacar elementos geográficos relevantes para a trama. Nessa análise pretendo explanar como o filme Bacurau representa uma narrativa sobre o Nordeste.

"Bacurau" é um filme rico em camadas de significado e simbolismo, e os conceitos de campo, habitus e poder simbólico de Pierre Bourdieu (1998) fornecem uma estrutura analítica para compreender suas dinâmicas sociais e culturais. O filme expõe as tensões entre diferentes campos, revela as disposições internalizadas dos personagens e ilustra como o poder simbólico é utilizado e desafiado. Ao fazer isso, "Bacurau" não só conta a história de uma comunidade em resistência, mas também oferece uma crítica profunda das desigualdades e injustiças presentes na sociedade contemporânea.

“O Nordeste não é recortado só como uma unidade econômica, política ou geográfica, mas, primordialmente, como um campo de estudos e produção cultural, baseado numa pseudo-unidade cultural, geográfica e étnica.” (MUNIZ, Durval, 2011, p. 33)

A geografia ficcional de "Bacurau", dirigido por Kleber Mendonça Filho e Juliano Dornelles, e direção de fotografia de Pedro Sotero, é ambientada em uma pequena cidade fictícia do interior do Nordeste chamada Bacurau. A geografia da cidade, embora seja fictícia, é construída para representar elementos típicos do sertão nordestino, incluindo as paisagens áridas, a vida rural e a cultura local. A cidade é um personagem por si só, demonstrando como a geografia influencia a vida e as lutas das pessoas que ali habitam. O filme mergulha profundamente na cultura nordestina, desde a música e os costumes locais até as práticas espirituais. Ele também destaca as dificuldades enfrentadas por comunidades remotas no nordeste devido à falta de infraestrutura e recursos. Bacurau utiliza a geografia da cidade de Parelhas no Rio Grande do Norte para exemplificar um lugar imagético no interior de Pernambuco. A região é caracterizada por vastas paisagens,

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



a seca do sertão e uma sensação de isolamento, elementos que são essenciais para a trama do filme.

"Bacurau" cria um mundo fictício que representa elementos culturais e geográficos do Nordeste, a trama tem o foco na resistência de uma comunidade fictícia diante de ameaças externas. Mais do que o lugar geográfico, o roteiro explora as relações entre as pessoas, as instituições e as práticas sociais e culturais do Nordeste, criando uma atmosfera envolvente e sugestiva, levando o espectador a se conectar com o lugar, mesmo que imaginário, de uma forma mais pessoal e significativa. Então, salto um questionamento: O filme trata o Nordeste como uma região homogênea, ignorando as variações culturais, sociais e econômicas internas, reforçando estereótipos negativos e perpetuando uma visão estigmatizada da região e de seus habitantes?

MÉTODO

Vou realizar uma análise fílmica, com foco na direção de fotografia, baseado nos conceitos de Jacques Aumont em seu livro "A estética do filme". Irei utilizar a obra de Durval Muniz, "A invenção do nordeste e outras artes" para explorar sobre identidade nordestina; e os conceitos de campos, habitus e poder simbólico de Pierre Bourdieu, para abordar a dinâmica de poder entre os personagens.

A análise da direção de fotografia de uma obra audiovisual é uma tarefa importante para compreender como a cinematografia contribui para a narrativa, o clima e o impacto visual de uma obra cinematográfica. A metodologia utilizada para fazer uma análise focando na direção de fotografia será dividida em etapas listadas a seguir:

Passo 1: Assistir ao Filme na íntegra em uma tela grande e em alta resolução, para captar todos os detalhes visuais.

Passo 2: Análise da Composição Visual

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



- Observar como cada cena é composta. Isso inclui a escolha de enquadramentos (planos, ângulos de câmera), posicionamento dos atores e objetos no quadro, uso de regras de composição (terços, linhas diagonais, simetria), e a profundidade de campo.

Passo 3: Análise da Iluminação

- Avaliar como a iluminação é usada para criar atmosfera e estabelecer o clima das cenas. Atentar se a iluminação é natural, artificial ou uma combinação de ambas. Prestar atenção à intensidade, direção e temperatura de cor da luz.

Passo 4: Uso da Cor e Paleta de Cores

- Analisar o uso da cor no filme. Observe se há uma paleta de cores dominante que evolui ao longo da narrativa. Considerar como as cores são usadas para transmitir emoções, simbolismo ou para destacar elementos importantes.

Passo 5: Movimento de Câmera e Técnica

- Avaliar o uso do movimento de câmera, incluindo panorâmicas, travellings, zooms e estabilização. Considerar como essas técnicas afetam a narrativa e a experiência do espectador.

Passo 6: Comparação de Cenas Chave

- Escolher algumas cenas-chave das obras e analisar em detalhes, comparando elementos visuais como iluminação, composição e uso da cor. Discutir como essas escolhas contribuem para a narrativa e o desenvolvimento dos personagens.

Passo 7: Discussão do Impacto na Narrativa

- Refletir sobre como a direção de fotografia influenciou a experiência do espectador e contribuiu para a narrativa do filme. Interpretar como as escolhas visuais da equipe de fotografia amplificaram ou complementaram a identidade nordestina e as relações de poder entre os personagens.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



PRIMEIRAS DISCUSSÕES

A representação da violência e da pobreza é um aspecto comum nos estereótipos sobre o Nordeste. "Bacurau" apresenta uma comunidade que enfrenta violência extrema e dificuldades econômicas. No entanto, a maneira como essas questões são abordadas no filme vai além do simples reforço de estereótipos, explorando as causas e as consequências desses problemas. O filme destaca a resiliência e a solidariedade dos habitantes de Bacurau, mostrando uma comunidade unida que se defende coletivamente contra ameaças externas. Isso desafia a visão estereotipada de uma população passiva ou submissa, enfatizando a capacidade de resistência e auto-organização dos nordestinos. O filme oferece uma crítica contundente às desigualdades sociais e políticas, tanto no contexto brasileiro quanto global. Ao fazer isso, "Bacurau" desafia a ideia de que os problemas do Nordeste são apenas resultado de características intrínsecas da região, apontando para questões sistêmicas mais amplas.

O primeiro ponto a se analisar é o “Campo”. O conceito de campo em Bourdieu refere-se a um espaço social estruturado com suas próprias regras, valores e hierarquias.

“Pode-se assim construir um modelo simplificado do campo social no seu conjunto que permite pensar a posição de cada agente em todos os espaços de jogo possíveis (dando-se por entendido que, se cada campo tem a sua lógica própria e a sua hierarquia própria, a hierarquia que se estabelece entre as espécies do capital e a ligação estatística existente entre os diferentes haveres fazem com que o campo econômico tenda a impor a sua estrutura aos outros campos.)” (BOURDIEU, 1998, p.135)

Em "Bacurau", podemos identificar vários campos interagindo e se confrontando, como campos culturais, políticos e econômicos. A cultura local de Bacurau, com suas

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



tradições, festivais e formas de resistência, representa um campo cultural distinto. A escola, o museu e os elementos culturais exibidos no filme são marcadores importantes desse campo. A dinâmica de poder entre os habitantes de Bacurau e as autoridades políticas externas (como o prefeito corrupto Tony Jr.) evidencia um campo político em que a luta pelo controle e pela influência é constante. A ausência de Bacurau no mapa simboliza a marginalização e o esquecimento político da comunidade. A exploração e a precariedade econômica da região também são temas centrais. A chegada dos estrangeiros que participam de uma caça humana é uma metáfora extrema da exploração econômica e da desigualdade global. A interação entre os moradores de Bacurau e os invasores estrangeiros pode ser vista como um confronto entre diferentes campos de poder, onde a violência simbólica e física é usada para manter ou desafiar a dominação.

O segundo ponto, é o habitus, segundo Bourdieu, é o conjunto de disposições duráveis e internalizadas que guiam a ação e a percepção dos indivíduos dentro de um campo específico. Em "Bacurau", o habitus dos moradores é moldado por suas experiências históricas, culturais e sociais. O habitus dos habitantes de Bacurau é fortemente marcado por uma cultura de resistência e solidariedade. A forma como a comunidade se une para enfrentar as ameaças reflete um habitus coletivo de resiliência, construído ao longo de gerações de opressão e luta.

Por fim, o terceiro ponto, o poder simbólico. Para Bourdieu, esse poder é a capacidade de impor significados e impor a visão de mundo dominante através de símbolos e práticas culturais. Em "Bacurau", este conceito pode ser explorado de várias maneiras. A remoção de Bacurau do mapa é um ato de poder simbólico que tenta apagar a identidade e a existência da comunidade. No entanto, a resposta dos moradores, ao reivindicar seu espaço e identidade, desafia esse poder simbólico.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



CRONOGRAMA

	jan	fev	mar	abr	mai	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
2024												
Atividades												
Revisão da literatura			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Elaboração do projeto detalhado								X	X	X	X	
Análise da obra audiovisual			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Assistir aulas			X	X	X	X		X	X	X	X	X
Preparar projeto para qualificar											X	X
2025												
Atividades												
Revisão de literatura	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Análise da obra audiovisual	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Preparar projeto para qualificar	X	X										
Qualificação			X									
Escrever dissertação						X	X	X	X	X	X	X
Preparar artigo para publicação										X	X	X
2026												
Atividades												
Escrever dissertação	X	X										
Preparar artigo para publicação	X	X	X									
Defesa da dissertação			X									
Fazer as correções				X								

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE JÚNIOR, Durval Muniz de. **A invenção do nordeste e outras artes** / Durval Muniz de Albuquerque Júnior; prefácio de Margareth Rago – 5º. Ed. São Paulo : Cortez, 2011.

AUMONT, J.. **A estética do filme**. [trad. Marina Appenzeller]. Campinas: Papirus,1995.

BAZIN, André. **O que é o cinema?**. Ubu Editora LTDA-ME, 2018.

BOURDIEU, Pierre. A gênese dos conceitos de habitus e de campo. In: **O Poder Simbólico**. Pierre Bourdieu. RJ: Bertrand Brasil, 1998

BROWN, Blain. Cinematography: **theory and practice: image making for cinematographers and directors**. Taylor & Francis, 2016.

DE ALMEIDA MOREIRA, Tiago. **Geografia e Cinema: uma revisão de literatura**. Revista GeoPantanal, v. 10, n. 19, p. 131-140, 2015.

FIORAVANTE, Karina Eugenia; NABOZNY, Almir. **Geografia e Cinema: um diálogo a partir das representações das cidades nos filmes de ficção científica**. Anais do XVI Simpósio Nacional de Geografia Urbana-XVI SIMPURB, v. 1, p. 2758-2777, 2019.

LUSVARGHI, Luiza Cristina. **A desconstrução do nordeste: cinema regional e pós-modernidade no cinema brasileiro**. Ícone, v. 10, n. 1, p. 20-38, 2008.

LIMA, Waldemar. **Luz tropical brasileira**. Revista brasileira de estudos de cinema e audiovisual. janeiro-junho 2013. Pag. 327-332. Disponível em: <https://rebeca.socine.org.br/1/article/view/304/107>

LUKINBEAL, Chris; ZIMMERMANN, Stefan. **Film geography: A new subfield** (Filmgeographie: ein neues Teilgebiet). Erdkunde, p. 315-325, 2006.

MARQUES, Luís Henrique; MOUSINHO, Luiz Antonio. **Olhar e construir o entorno**: o uso do zoom em O som ao redor (2013), Aquarius (2016) e Bacurau (2019). Imagofagia: revista de la Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual, n. 24, p. 163-191, 2021.

NEVES, Alexandre Aldo. **Geografias de cinema: do espaço geográfico ao espaço filmico**. Entre-Lugar, v. 1, n. 1, p. 133-156, 2010.

PEREIRA, Octávio Augusto Rodrigues Schuenck Amorelli Ribeiro. **Geografias e cinemas: a (des) construção espacial através da imagem cinematográfica**. 2013.

RIBEIRO, Maeli Marta Muniz. **Quem nasce em bacurau é o quê? É gente**": análise da efetividade dos direitos fundamentais a partir do filme bacurau. Revista Binacional Brasil-Argentina: Diálogo entre as ciências, v. 11, n. 02, p. 47-62, 2022.

RAMOS, João Pedro Camoesas. **O significado da cor no cinema**. 2014. Tese de Doutorado.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



PERCEPÇÕES E COMBATES AO ESTEREÓTIPO NORDESTINO NO FILME *O HOMEM QUE VIROU SUCO*

Carlos Felipe de Oliveira SOUZA

Mestrando no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais

e-mail: carlos.souza.073@ufrn.edu.br

Resumo

Esta produção busca investigar a representação da identidade nordestina apresentada no filme *O Homem que Virou Suco*, de João Batista de Andrade. Nisso, investiga-se como as percepções do estereótipo nordestino surgiram e como o personagem principal tem sua identidade modificada enquanto migrante submetido a preconceitos formulados pela ideia do Nordeste inventado. Almeja-se também compreender possibilidades da mídia audiovisual para romper com esses paradigmas impostos, a partir das reflexões de Fabiana Moraes, Durval Muniz, Stuart Hall, Pierre Bourdieu e Walter Benjamin.

Palavras-chave

Nordeste, identidade, cinema, estereótipo, mídia.

INTRODUÇÃO

Em formato de cordel, lançado em 1974, João Batista de Lima apresentava a primeira versão da obra *O homem que virou suco*, que, posteriormente, foi adaptada pelo autor para filme em 1981. A película apresenta a história de Deraldo, um poeta e cordelista paraibano que, em busca de melhores condições de vida, migra para São Paulo. Logo no início, enquanto vende suas obras, o personagem se depara com a primeira de diversas frases impactantes com as quais irá ser confrontado no decorrer do filme. Nesta ocasião, diante de uma abordagem policial que o impede de trabalhar por não possuir documentos, ele escuta: “Aqui é São Paulo, não é Nordeste”.

Impossibilitado de vender seus cordéis, começa a trabalhar na construção de ferrovias, e no primeiro dia de trabalho é passado um pequeno filme em animação sobre regras e educação no ambiente de trabalho. Nela, o personagem principal é Virgulino, o Lampião, em suas roupas de cangaceiro e sempre retratado como “cabra macho”, mal educado, bruto, que não respeita as regras, muito menos seus colegas e seu chefe, tendo assim um final humilhante.

Deraldo então entende que é assim que ele é retratado. Trajado como um

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



homem bruto, sendo sempre humilhado, e constantemente provocado à ideia de voltar para casa. É então que num sonho, o personagem se vê na realidade a que é submetido. Com as vestes de um cangaceiro tal qual Lampião, mas não colocadas por ele, mas sim imposta pelos outros.

Essa visão personificada não é submetida apenas à Deraldo, ou exclusiva de retirantes que partem do Nordeste. Há uma construção em torno da imagem do nordestino, uma associação intrínseca na mente de muitos centro-oestinos, sudestinos e sulistas que não condiz com a realidade. Pesquisar essas construções no campo estético se pauta na busca pela desconstrução de uma imagem que submete não só um indivíduo, mas uma identidade coletiva que é remetida ao individual. Submetendo os ‘nordestes’ à uma única região, submetendo os nordestinos a um mesmo rosto, submetendo culturas, personalidades e conceitos a uma única roupagem, a um único sotaque, a um único jeito de ser.

Essa pesquisa busca traçar a “construção” do Nordeste, junto de seus símbolos e signos, a partir dos meios de comunicação, e como foi abordado pelas artes (como a literatura e a música, mas tendo foco no cinema), e apontar como o filme *O homem que virou suco* foge dos padrões preconceituosos. Como hipótese, acredita-se que a obra cinematográfica, bem como as artes, podem possibilitar a dissolução desse imagético xenofóbico, por meio de uma representação socio-político-cultural que transpareça as verdadeiras faces da região nordestina.

MÉTODO

Para dar início à uma pesquisa sobre um filme, é necessário interpretá-lo para compreendê-lo, já que o mesmo pode ou não apresentar subjetividades. Como Penafria (2009) discorre,

analisar um filme é sinônimo de decompor esse mesmo filme. E embora não exista uma metodologia universalmente aceita para se proceder à análise de um filme é comum aceitar que analisar implica duas etapas importantes: em primeiro lugar decompor, ou seja, descrever e, em seguida, estabelecer e compreender as relações entre esses elementos decompostos, ou seja, interpretar. (Penafria, 2009; p. 1).

Assim, propõe-se utilizar o método de análise de conteúdo, que segundo

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Penafria, baseia-se em considerar uma obra como um relato, e em seguida decompô-la para interpretação (Penafria, 2009; p. 6). Desse modo, busca-se estudar *O homem que virou suco* por meio de suas linguagens, para chegar num conceito de mensagem, de crítica, de informação.

Entendendo que “o cinema é um testemunho da sociedade que o produziu, e, portanto, uma fonte documental para a história por excelência” (Nova, 1996; p. 2), é possível compreender a representação da realidade na obra, e dessa forma, como sua elegibilidade enquanto objeto de estudo se faz indispensável para a compreensão da construção (e na possibilidade de desconstrução) de uma identidade coletiva.

Reforçando a ideia do filme como uma estrutura discursiva documental, há o embasamento proposto por Jacques Le Goff (1996). O historiador possibilita pensar a película enquanto agente histórico e também documental, tendo em conta que “todo o documento é ao mesmo tempo verdadeiro e falso, trata-se de pôr à luz as condições de produção e de mostrar em que medida o documento é instrumento de um poder” (Le Goff, 1996; p.13).

Somado a esse arcabouço metodológico, emerge a necessidade de uma revisão bibliográfica que ampare teoricamente a pesquisa, como também elucide questionamentos pertinentes sobre os estudos do cinema brasileiro voltados para a época em que o filme foi lançado (Cinema Novo). Há também a importância do Estado da Arte, que ajuda a fundamentar a pertinência do estudo, por meio dos debates acerca da obra, potencializando assim o desenvolvimento da pesquisa.

PRIMEIRAS DISCUSSÕES

Alexandre Barbalho aponta que as imagens discursivas sobre o Nordeste, difundidas pela imprensa paulista nas primeiras décadas do século XX, em especial pelo jornal O Estado de S.Paulo, qualificam a região como atrasada, rural, bárbara, assolada permanentemente pela seca, servil e ignorante (Barbalho, 2004; p. 157). Contudo, é necessário compreender que há uma disputa que embasa e fortalece esse preconceito até hoje.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



De acordo com Bourdieu, “as lutas a respeito da identidade étnica ou regional são um caso particular das lutas das classificações, lutas pelo monopólio de fazer ver e fazer crer, de dar a conhecer e de fazer reconhecer, de impor a definição legítima das divisões do mundo social” (Bourdieu, 2010; p.113). Ele ainda discorre afirmando que o que está em jogo é o poder de se apropriar de todas as vantagens simbólicas associadas à posse de uma identidade legítima, suscetível de ser publicamente e oficialmente afirmada e reconhecida (Bourdieu, 2010; p. 125).

Essa questão é muito abordada por Durval Muniz, que enfatiza ao dizer que o processo de estereotipia do nordestino associado ao sertanejo, ao homem da roça, não nasce apenas de uma disputa do Sul contra o Norte, como é necessário “notar que o estereótipo associado aos atributos negativos do rural, e a criação de estigmas como: tabaréu, violento, fanático, messiânico, incapaz, miserável... nasce da necessidade do Sul se afirmar como: educado, moderno, capaz, rico, produtivo, racional” (ALBUQUERQUE JUNIOR, 2001; p. 163).

Fabiana Moraes (2022), a partir de seus estudos, afirma que a midiatização desse imagético de sofrimento contribuiu e muito para a criação desse imaginário que perdura, apontando como o Nordeste é visto como o lugar a ser eternamente salvo, tutelado, capitalizando não só aqueles que "socorrem" a região, mas também mostrando-os como donos de uma superioridade econômica e racional (MORAES, 2022; p. 76).

Em entrevista, o roteirista e diretor do filme, João Batista de Andrade, afirma que o filme se trata do “massacre da identidade¹”. Mayra Melo e Meiriédna Queiroz complementam a fala do autor, quando dizem que “o moderno, para os nordestinos, ficou espremido entre o pensamento conservador e a questão nacional, tal como ele havia sido posto, foi assumido como um valor em si, sem ser questionado” (MELO, QUEIROZ, 2008).

Cada obra apresentada ressalta a importância dos estudos sobre a construção do imagético nordestino. Esse aparato teórico enriquece a análise filmica devido à sua

¹ Fala retirada de entrevista com o diretor integra o trabalho dedicado ao filme O Homem que Virou Suco, organizado por Arianne Abdallah e Nexton Cannito para a Coleção Aplauso, Cinema Brasil, 2005, p. 158.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



contextualização para a pesquisa, que fornecerá um “piso” para os estudos.

CRONOGRAMA

O projeto pode emergir graças às leituras e debates realizados em sala de aula, em grupos de pesquisa e com meu orientador. Os textos abordados puderam ampliar os conhecimentos acerca das áreas estudadas, graças principalmente às trocas aluno/professor, como também às trocas aluno/aluno, que foram pertinentes.

A pesquisa pode ser apresentada em Seminários e Congressos, potencializando os debates sobre os temas. Dentre eles, houve a participação no 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, como também o GeminiCom - Primeiro Seminário de Pesquisa do Gemini, que facilitaram indicações e desdobramentos com diversos pesquisadores.

Intenciona-se continuar desenvolvendo a pesquisa com mais leituras e debates, tanto em sala quanto em eventos científicos, somada à análises teóricas e revisões bibliográficas, para assim continuar com a ampliação da escrita do projeto, e posteriormente, da qualificação.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE JÚNIOR, Durval Muniz de. **A Invenção do Nordeste e outras artes**. São Paulo: Cortez. 2001.

BARBALHO, Alexandre. **Estado, mídia e identidade**: políticas de cultura no Nordeste contemporâneo. Revista Alceu, v. 4, n. 8, p. 156-167, 2004.

BOURDIEU, Pierre. **A identidade e a representação**: elementos para uma reflexão crítica sobre a ideia de região. O poder simbólico, v. 2, 1989.

LE GOFF, Jacques. **Documento/Monumento**. In: LE GOFF, Jacques. História e Memória. 4.ed. Campinas: Unicamp, 1996.

MELO, Mayra Cristine de; QUEIROZ, Meiriédna. **A árvore do dinheiro**: uma narrativa mitológica nordestina. Razon y Palabra. n. 60, v. 13, jan-fev, 2008. [s.p.] Disponível em: <http://www.razonypalabra.org.mx/antiguos/n60/melo_queiroz.htm>. Acesso em 20 de junho de 2024.

MORAES, Fabiana. **A pauta é uma arma de combate**: subjetividade, prática reflexiva e

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



posicionamento para superar um jornalismo que desumaniza. Arquipélago, 2022.

NOVA, Cristiane. **O cinema e o conhecimento da História**. O Olho da História. Revista de História Contemporânea, Salvador, v. 2, n. 3, 1996.

PENAFRIA, Manuela. **Análise de Filmes-conceitos e metodologia (s)**. In: VI Congresso Sopcom. 2009. p. 06-07.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



CINEMA DE CABEDELO E SUA PAISAGEM: UMA ANÁLISE ESTILÍSTICA E QUALITATIVA

Hélder Paulo Cordeiro da NÓBREGA

Doutorando no PPGEM - *Estudos da Mídia e Práticas Sociais*
e-mail: [heldercinema@gmail.com]

Resumo

O presente estudo investiga a relação entre a paisagem de Cabedelo, Paraíba, e as novas narrativas cinematográficas que emergem na localidade, enquanto potência transformadora dos estereótipos sobre o Nordeste brasileiro. O objetivo principal é analisar como o cinema local, representado pelas obras do cineasta Manoel Fernandes Neto, oferece novas possibilidades de visões acerca das identidades e ambiências nordestinas. Para isso, realizamos uma análise estilística de três filmes: *Coletivo de Multidão* (2019), *A República da Selva* (2021) e *O Passeio da Medusa* (2024), explorando suas escolhas artísticas e técnicas em relação à paisagem supracitada. A metodologia adotada combina a análise estilística de David Bordwell (2013) com entrevistas qualitativas baseadas em Bauer e Gaskell (2003). A análise estilística examina a forma, o estilo e as decisões técnicas do diretor, enquanto as entrevistas qualitativas com os principais setores criativos dos filmes - arte, fotografia e som - fornecem uma visão plural dos processos de criação cinematográfica em interação com a paisagem. Os resultados esperados incluem a compreensão de como a paisagem natural e urbana de Cabedelo, aliada à consciência da fisiografia e da identidade cultural, influencia novas representações cinematográficas do Nordeste, contribuindo para o campo dos estudos da mídia e suas práticas sociais.

Palavras-chave: Análise estilística, Cabedelo, cinema paraibano, identidade, paisagem.

INTRODUÇÃO

Desde suas primeiras realizações, o cinema estabeleceu uma relação importante entre paisagem e narrativa. Na história cinematográfica, movimentos como o neorealismo italiano e a nouvelle vague francesa, assim como o cinema asiático e japonês, têm representado suas singularidades em ambientes internos e externos reais. No Brasil, dentre vários movimentos, o Cinema Novo se destaca por criar uma significativa paisagem política, incluindo o clássico paraibano *Aruanda* (1960), de Linduarte Noronha. Um cinema recente está emergindo na cidade portuária de Cabedelo, no litoral paraibano, em contraste com uma representação seca e semiárida do Nordeste brasileiro.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Nos últimos 40 anos, Cabedelo tem recebido intervenções de programas de extensão universitárias, além de ações de ONGs que promoveram uma consciência ambiental entre seus habitantes em um convívio mais harmonioso com a paisagem. Indivíduos, conscientes de suas formas de ser e estar no mundo, passaram a valorizar e preservar o meio ambiente. Assim alguns artesãos, artistas visuais, profissionais das artes cênicas, músicos e outros movimentos de cultura popular se inspiram na paisagem de Cabedelo e/ou a expressam em suas obras.

Partimos da hipótese de que existe um cinema consciente de sua fisiografia, capaz de oferecer novas narrativas que se distanciam das representações estereotipadas do Nordeste e de sua população. Assim, indagamos como a paisagem de Cabedelo, com sua combinação de urbanidade e natureza, propicia novas narrativas que transformam os estereótipos das representações nordestinas no cinema? Para investigar esse fenômeno, propomos uma análise estilística de três obras cinematográficas realizadas no município, que refletem a paisagem aludida: o curta *Coletivo de Multidão* (2019), o longa *A República da Selva* (2021) e o curta *O Passeio da Medusa* (2024), todos realizados pelo cineasta paraibano Manoel Fernandes Neto.

Essas obras, ao utilizarem a paisagem de Cabedelo, reivindicam um olhar acadêmico sobre suas narrativas carregadas de afetividade e singularidade artística, cultural e identitária. Ressaltamos que, como atuantes na área do cinema na Paraíba, não podemos ser omissos em relação a uma paisagem que faz parte do nosso cotidiano profissional. Portanto, nosso texto está enraizado em teorias consolidadas e em nossas práticas, assim as escritas de si (Foucault, 2004) sustentam nossa escolha estilística de escrevedura, alinhada à nossa linha de pesquisa midiática fundamentada nas práticas sociais. “Escrever é, portanto, ‘se mostrar’, se expor, fazer aparecer seu próprio rosto perto do outro” (Foucault, 2004, p. 156).

Inicialmente, discutiremos os conceitos de espaço, paisagem e lugar, concatenando-os às especificidades dos estudos cinematográficos. Em seguida, apresentaremos um panorama da paisagem de Cabedelo, abordando suas questões culturais e identitárias. A história do cinema cabedelense foi contemplada pelos estudos

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



de Amorim e Falcone (2013). Será feito um quadro teórico sobre estilo, forma, análise estilística (Bordwell, 2013) e imagens sensíveis.

A análise do estilo e da forma dos filmes mencionados permitirá compreender as decisões artísticas e técnicas do realizador. Além disso, incluiremos entrevistas qualitativas (Bauer; Gaskell, 2003) com os principais setores de criação das obras - arte, fotografia e som - trazendo uma pluralidade aos processos criativos do cinema enquanto arte coletiva em interação com a paisagem mencionada.

MÉTODO

Esta pesquisa segue uma abordagem qualitativa com caráter exploratório. Compreendemos a pesquisa qualitativa como processos comunicacionais que lidam com as possíveis interpretações de contextos sociais (Bauer; Gaskell, 2003, p. 23). Ao passo em que entendemos o caráter exploratório relacionado às especificidades de uma pesquisa que reivindica para si construções metodológicas que atendam tanto às demandas da problemática quanto ao desenvolvimento de uma lógica aplicada aos objetos empíricos (Bonin, 2009, p. 125).

Dessa forma, de acordo com as demandas de nossa investigação, estabelecemos um enlace entre a análise estilística desenvolvida por David Bordwell (2013) e as entrevistas qualitativas (Bauer; Gaskell, 2003). A análise estilística se mostra uma ferramenta eficiente para compreender a forma e o estilo dos filmes selecionados, sendo baseada nas decisões finais do realizador, considerado o principal autor de uma obra filmica. No entanto, reconhecemos que o cinema é uma arte coletiva, e nos interessa investigar as contribuições criativas dos múltiplos setores que participam de um filme, especialmente quando esses agentes sociais se deparam com a paisagem da cidade de Cabedelo.

É importante ressaltar o nosso entendimento sobre essas duas metodologias. A análise estilística, conforme proposta por Bordwell (2013), refere-se à capacidade de analisar os elementos expressivos de cada obra, abordando o aspecto técnico da mídia cinematográfica e levando em consideração influências econômicas, culturais, políticas e sociais. Já a entrevista qualitativa oferece uma forma de explorar as mídias -

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



especificamente o cinema - em sua correlação com as práticas sociais, identitárias e culturais. Nesse sentido, “a compreensão mais profunda oferecida pela entrevista qualitativa pode fornecer informações contextuais valiosas para ajudar a explicar achados específicos” (Bauer; Gaskell, 2003, pp. 65-66).

Na prática, assistimos aos filmes selecionados várias vezes e capturamos frames - imagens estáticas de cenas específicas. A partir dessas figuras representativas, descrevemos e analisamos o estilo e a forma escolhida para a composição da *mise-en-scène*. Em seguida, analisamos os enquadramentos, focando nos movimentos de câmera e na maneira como direcionam a atenção do espectador. A montagem e a edição foram observadas em termos de continuidade, ritmo e transições entre os planos. O som foi analisado levando em conta as sonoridades, musicalidades e, claro, os diálogos. Dessa maneira, investigamos como os elementos estilísticos contribuem para a construção de sentido nas obras estudadas. As entrevistas serão realizadas após essas análises. Com essa junção metodológica buscamos compreender as decisões artísticas e técnicas dos filmes na configuração de novos parâmetros representativos da região Nordeste.

PRIMEIRAS DISCUSSÕES

A maioria do imaginário arquétipo sobre as representações do Nordeste nas mídias provém da necessidade de sua própria invenção como região, inspirada principalmente no romance de trinta (Albuquerque Júnior, 2011). Na Paraíba, o arquétipo de um sertão marcado pela aridez e o difícil acesso é um elemento fundante no clássico cinematográfico *Aruanda* (1960) de Linduarte Noronha.

Em seu importante manifesto sobre a Estética da Fome, Glauber Rocha (1965) enaltece essa obra paraibana, ressaltando que no Sudeste havia um cinema voltado para o âmbito industrial, mas envergonhado de expor a própria fome social de uma nação colonizada. Ivana Bentes (2007) analisa o avanço do cinema nacional e revela que, em vez da Estética da Fome, passamos a conviver com a Cosmética da Fome, onde a câmera na mão, antes trêmula de fome, foi substituída pela firmeza dos *steadycams*. Apesar do domínio técnico, as narrativas cinematográficas tendem a estereotipar as realidades sociais, criando uma crise ética e estética.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



O cinema da pós-retomada emerge em locais onde a sequidão do Nordeste predomina na paisagem. Realizadores buscam na Paraíba cenários com a forte presença do sol, como o Lajedo de Pai Mateus, em Cabaceiras (PB), conhecida como a “Roliúde Nordestina”. Distante do estigma da seca do Sertão, na região litorânea paraibana, um novo cinema começa a tomar forma, utilizando a paisagem da cidade portuária de Cabedelo, marcada por uma diversidade urbana e natural que propicia novas formas de apresentar as identidades nordestinas.

Em Cabedelo, uma consciência ambiental foi desenvolvida ao longo dos últimos 40 anos por meio de projetos de extensão da universidade, do Instituto Federal e de intervenções de ONGs, promovendo uma melhor interação entre a população e a fisiografia local, que demanda cuidados e preservação.

Certeau (1988), ao utilizar o pensamento de Merleau-Ponty, afirma que a experiência humana está intrinsecamente ligada à sua relação com o mundo. A fenomenologia do existir considera as interações entre o homem e o meio ambiente, a paisagem (Certeau, 1988, p. 202). Esse modo fenomenológico do “existir no mundo”, em constante interlocução com a paisagem, torna-a uma prática social, que reivindica um cuidado preservacionista para coexistir com a presença humana.

Faya Ostrower (2001), ao discorrer sobre criatividade, afirma que há um “ser-consciente-sensível-cultural”, que se desenvolve criativamente no convívio com a cultura onde está inserido (Ostrower, 2001, p.11). Dessa forma, ao estar cônscio de sua existência no mundo, o indivíduo desperta seus processos criativos – em diversas mídias a exemplo do cinema - permeados por uma consciência ambiental trabalhada no âmbito social e cultural, o que chamamos de um “cinema consciente” de sua fisiografia.

Para nos situarmos melhor no âmbito das terminologias, há a necessidade de definir conceitos como paisagem, lugar e espaço para os estudos em cinema. Santos (2006) distingue paisagem de espaço: a primeira envolve territorialidade, passado e presente, enquanto o espaço refere-se a uma fração da paisagem, relacionado ao seu uso social (Santos, 2006, p. 67).

O espaço, é um termo apropriado pelo cinema, refere-se à linguagem técnica, sendo tudo o que está impresso na tela, incluindo noções de campo e extracampo

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



(Bordwell, 2013). O lugar é o ponto de vista privilegiado do espectador, criado para ele e identificado pelo próprio ao assistir a um filme (Aumont et al., 1995). Já a paisagem no cinema está relacionada à utilização de locações reais, internas e externas, para engrandecer as narrativas. (Lefebvre, 2006; Bruno, 2002).

Destacamos que além dos filmes do nosso recorte, existe a noção de um “cinema consciente” de sua fisiografia em outras produções cinematográficas recentes, realizadas em Cabedelo. Tais obras são contempladas em nosso texto, porém a análise estilística, se dá no recorte filmico supramencionado.

CRONOGRAMA

Nosso cronograma, planejado desde o início do doutorado, tem se mostrado eficaz. Nos três primeiros semestres, concluímos as disciplinas obrigatórias e grande parte das eletivas. Etapas como ‘pesquisa, análise e revisão bibliográfica’, ‘pesquisa orientada’ e ‘leituras e fichamentos’ foram desenvolvidas paralelamente e continuarão até o último semestre. Fomos dispensados do estágio docência por já atuarmos como professor no ensino superior e apresentamos certificados de proficiência em duas línguas estrangeiras, conforme o regimento do programa.

Estamos agora na fase de preparação para a qualificação, com o primeiro capítulo escrito, embora ainda haja ajustes recomendados pelo orientador. Outras demandas previstas incluem a ‘defesa da qualificação’, ‘ajustagens finais para a defesa da tese’, e a ‘revisão e finalização do material’ além claro da ‘defesa pública da tese’. Publicamos um livro em parceria com nosso orientador no qual consta um capítulo de nossa autoria e estamos revisando e preparando textos para submissão em periódicos.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE JÚNIOR, Durval Muniz de. **A invenção do Nordeste e outras artes.** São Paulo: Cortez, 2011.

AMORIM, Lara; FALCONE, Fernando Trevas. (Org.) **Cinema e memória:** o super-8 na Paraíba nos anos 1970 e 1980. João Pessoa: Editora da UFPB, 2013.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



BAUER, Martin. W; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático.** Petrópolis: Vozes, 2003.

BENTES, Ivana. Sertões e favelas no cinema brasileiro contemporâneo: estética e cosmética da fome. **Alceu**, Rio de Janeiro, v. 8, n.15, p. 242 - 255, 2007.

BONIN, Jiani Adriana. Explorações sobre práticas metodológicas na pesquisa em comunicação. **Revista FAMECOS**, [S. l.], v. 15, n. 37, p. 121–127, 2009. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/4809> Acesso em: 11 set. 2024.

BORDWELL, David. **Sobre a história do estilo cinematográfico.** Trad. Luís Carlos Borges. Campinas: Editora da Unicamp, 2013.

BRUNO, Giuliana. **Atlas of Emotion: Journeys in Art, Architecture, and Film.** New York: Verso, 2002.

CERTEAU, Michel de. **A Invenção do Cotidiano:** Artes de Fazer. Petrópolis: Vozes, 1998.

FOUCAULT, Michel. A escrita de si. In. Manoel Barros da Motta (Org.). **Ética, sexualidade, política.** Trad. Elisa Monteiro e Inês Autran Dourado Barbosa. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004.

LEFEBVRE, Martin. **Landscape and film.** New York: Routledge, 2006.

OSTROWER, Fayga. **Criatividade e Processos de Criação.** 15ª Edição. Petrópolis (RJ): Editora vozes, 2001.

ROCHA, Glauber. Uma estética da fome. **Revista Civilização Brasileira**, v. 3, p. 165-170, 1965.

FILMOGRAFIA:

A República da Selva (2021). Direção de por Manoel Fernandes Neto. Brasil (1h20'min), son. color.

Aruanda (1960). Direção de Linduarte Noronha. Brasil. (21'21'') son. P&B. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=9uATt--ua0Y&t=1063s> Acesso em: 21 ago. 2024.

Coletivo de Multidão (2019). Direção de Manoel Fernandes Neto. Brasil (20min), son. color.

O Passeio da Medusa (2024). Direção de Manoel Fernandes Neto. Brasil (20'39''), son. color.

PARTE 7

Mediações e Práticas Socioculturais

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



“Pirataria é democracia”: consumo audiovisual em redes sociais digitais e o direito simbólico à cultura sob a ótica da *pirataria digital*

Leônidas Teixeira de CARVALHO NETO

Mestrando no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais
e-mail: leonidasc07@gmail.com

Resumo

A *pirataria digital* (Moraes, 2010; Cesar, 2013; Furini, 2015; Meili, 2015), se apresenta dentro do ciberespaço como uma reconfiguração da pirataria física, praticada em larga escala e opera como um sistema reconhecido socialmente, destarte da constante criminalização do movimento (Bezerra, 2013) que promovem enquadramentos subjetivos sociais entre os praticantes (Barcelos, 2016). Este trabalho tem como objetivo sistematizar noções e percepções subjetivas sobre *pirataria digital* a partir do mapeamento de comunidades imersas no consumo feito nas redes sociais digitais *Telegram* e *X*, compreendendo o embate sociojurídico que a última passa no Brasil, além de analisar a partir do objeto de estudo de que forma é possível fomentar discussões sobre o direito simbólico à cultura a partir da troca simbólica (Bourdieu, 2009) envolvida na atividade, compreendendo a atuação política dos sujeitos envolvidos no processo, como estratégias metodológicas, será utilizada uma abordagem de cartografia da grupalidade (Pelbart, 2023) e uma adaptação da etnometodologia (Garfinkel, 2018) para o ambiente digital. É esperado que o estudo forneça dados para pesquisas científicas futuras, de modo que possamos sair de um estado científico onde a pesquisa sobre *pirataria digital* não forneça dados básicos sobre o dimensionamento da prática e os sujeitos que estão envolvidos no processo.

Palavras-chave

pirataria digital, direito simbólico à cultura, redes sociais digitais, ciberespaço.

INTRODUÇÃO

A pirataria é a ação de consumir e comercializar obras que possuem propriedade intelectual violada, se enquadrando na Lei de Direitos Autorais (9.610/98). A *pirataria digital*, por sua vez, é a reconfiguração da pirataria praticada em larga escala nos centros comerciais, agora presente em vários ecossistemas do ciberespaço.

Esta reconfiguração ocorre quando a globalização e o desenvolvimento de novas tecnologias de comunicação criam novos rumos e proporcionam novas experiências de práticas sociais dentro do ambiente digital. No caso da *pirataria digital*, temos

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



conhecimento de protocolos como o *BitTorrent* (FURINI, 2015), em sites hospedados em nuvem com conteúdo audiovisual e também através de redes sociais digitais, como o *Telegram*, e o *X*, antigo *Twitter*.

Com a prática difundida em diversas formas e em processos específicos, a pirataria digital, considerada uma prática vinculada à ilegalidade, se torna um hábito socialmente difuso. Contudo, com o desenvolvimento da indústria cultural e a expansão do cinema e da televisão que necessitam constantemente de criar novas narrativas com perfis específicos, houve a utilização da figura do pirata para a criação de filmes e séries.

É com a apropriação imagética feita pela indústria cultural que após o início do século XX que o sujeito pirata é “acolhido” socialmente, onde seus crimes são minimizados perante a ação social.

A partir disso, podemos enxergar a *pirataria digital* sob uma ótica opositiva à indústria cultural, quando se contrapõe ao que a indústria cultural representa quanto a consolidação de negócio ao concentrar o capital por meio da arte; com a pirataria - sempre enfaticamente a atuação digital - nós temos o consumo proporcionado pela pulverização do compartilhamento de conteúdo audiovisual em diversas camadas da internet e por meio de distintos protocolos. Apesar desse ponto, a pirataria também tem um caráter que retroalimenta a indústria cultural no passo em que ao estimular o consumo por vias informais, seus consumidores acabam alimentando a indústria cultural através de algum dos seus braços, consumindo derivados de seus produtos por outros mecanismos de consumo. É diante da dinâmica específica que a pirataria é notoriamente uma prática social ativa e que representa um paradigma de consumo que não incentiva a concentração de capital, se opondo ao que era posto na pirataria marítima e como ocorre na indústria cultural.

Mediante o surgimento da dicotomia discursiva em torno das mobilizações pró e contra pirataria digital, é necessário um maior envolvimento de pesquisas científicas que estejam para além de análises de processos que circulam em torno de como a pirataria funciona.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Este trabalho tem como objetivo sistematizar noções sobre pirataria e percepção dos sujeitos praticantes para promoção da reconstrução dos conceitos em torno da prática, visando catalogar e construir uma base de indicadores científicos que venham estabelecer conexões no meio científico, além de focar em analisar sob a égide da pirataria digital, como a prática pode fomentar discussões sobre o direito simbólico à cultura e compreender a atuação das comunidades imersas no contexto da pirataria digital e como estas se opõem politicamente ao sistema, reafirmando sua cidadania sociodigital através do direito simbólico à cultura.

MÉTODO

Uma das lacunas que encontramos na pesquisa acadêmica sobre fenômenos como a pirataria digital é a ausência de abordagens metodológicas que se debrucem em entender a atividade como uma prática social sistemática, que cria um ambiente discursivo favorável a pesquisar as motivações e constituições políticas das comunidades imersas no processo de consumo de conteúdo audiovisual pirata.

Inicialmente, precisamos sistematizar conceitualmente e detalhadamente as noções que foram criadas - muitas vezes por um discurso hegemônico - e perpetuadas sobre o conceito de pirataria para uma desconstrução e posteriormente, uma reconstrução do termo, a partir do reconhecimento da prática como um sistema de apelo social.

O caráter dessa pesquisa, a nível inicial, é explorar melhor como se dá o consumo audiovisual por meio da pirataria digital através de redes sociais digitais, de forma que se dê andamento ao pesquisado anteriormente como por meio do Telegram (CARVALHO NETO, 2023).

Assim, tendo enfoque em duas redes sociais digitais - X e Telegram - temos uma pesquisa exploratória ativa, interagindo imersamente nas plataformas que estão no nosso objeto de estudo para entender quais são as mudanças diárias que incidem no objeto e que acompanhe a rotina das comunidades para realizar eventuais registros de dinâmicas de adaptação com as plataformas. Considerando as relações que são

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



espontaneamente criadas através da prática, somado ao fato da espacialidade da prática em ambiente digital é proposta uma cartografia da grupalidade (Pelbart, 2023) para uma que explore qualitativamente as relações sociodigitais e culturais que permeiam a pirataria digital.

É a partir dessa lógica que se propõe, ao longo do segundo semestre do mestrado, o mapeamento de perfis e comunidades dentro de duas redes sociais digitais: X, antigo Twitter, e o Telegram. A escolha para o primeiro se dá pela criação de perfis onde, pelas atuais políticas que atuam sobre a plataforma, é possível realizar a postagem de filmes e séries sem cortes na timeline. Quanto ao Telegram, a escolha se fez pela continuidade de pesquisa já iniciada em canais da rede, que armazenam em nuvem num servidor criptografado e que compartilham pastas com vasto conteúdo audiovisual, permitindo interações locais dos membros, seja por texto ou por áudio.

Posterior ao mapeamento, se propõe uma metodologia ativa que se inspire na etnometodologia (Garfinkel, 2018) que seja adaptada para o meio digital. A inspiração se dá para ter a metodologia adaptada, se prendendo à perspectiva de que a pirataria só pode ser explicada pelos sujeitos que estão envolvidos com ela, e a aplicando dentro da realidade do digital, para investigarmos as condutas e a criação de um movimento social dentro do ciberespaço que levanta a bandeira da pirataria.

PRIMEIRAS DISCUSSÕES

Os estudos que mencionam a prática da pirataria começam a surgir por meados dos anos 2000 quando é notado o crescimento do consumo por meio da prática nos centros comerciais das cidades. É possível introduzir a expressão *pirataria* por meio dos relatos históricos de indivíduos que atuavam nos mares, especialmente seguindo a rota das Índias Ocidentais. Daniel Defoe (2008) apresenta relatos de como os sujeitos piratas atuavam contra forças econômicas da época, descentralizando a economia. Oswaldo Caninas detalha ainda mais a pirataria no século XVII, mostrando que foi criada “uma rede, tendo a pirataria como atividade central e incluindo portos protegidos, fiscais da coroa comprados, grandes proprietários de terras, comerciantes e especuladores”

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



(CANINAS, 2009, p. 104). A história foi responsável por consolidar e difundir o termo *pirata* ao redor do mundo e seus estudos depuram os méritos e prejuízos da prática economicamente.

Com o surgimento e o desenvolvimento da indústria cultural, é notável a forma da mesma de se apropriar de processos históricos e criar imagens que ficam no imaginário cultural e se associam à subjetividade humana, vemos a pirataria adentrar nesse meio como desdobramento a partir do uso do pirata em produções televisivas e cinematográficas como um personagem anti-herói. A incorporação do pirata na indústria cultural representa, portanto, um fenômeno sob diversas óticas: juntas, elas criam um espectro imagético que se distancia de uma “verdade histórica” (BARCELOS, 2016). Esse fenômeno promove um reposicionamento dos sujeitos que não se sentem iguais aos seus pares, constituindo um “novo pirata”.

Liana Furini argumenta como esse reposicionamento foi fundamental para ressignificar a prática da pirataria para a contemporaneidade:

“o imaginário é construído de forma individual, através de sentimentos, lembranças e experiências, e grupal, através de tudo o que foi visto, sentido e lembrado com relação aos piratas, nos diversos meios que os representaram.”
(FURINI, 2015, p. 20-21)

Indo ao longo dos anos na pesquisa sobre pirataria e nos introduzindo ao meio digital, Cândida Moraes (2010) nos mostra que a linguagem digital conecta aparelhos tecnológicos e, através deles, pessoas se interligam em espaços e tempos distintos, em um processo de desterritorialização e reterritorialização (MORAES, 2010, p. 65). A autora também argumenta sobre a individualização do consumo, sendo uma justificativa plausível para o sujeito pirata se fidelizar à prática. Quanto ao lucro, a autora nos diz que “a definição da prática por parte da IC não remete necessariamente ao lucro do pirata, mas a ausência de retorno financeiro para a grande indústria.” (MORAES, 2010, p. 226).

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



César (2013) afirma que “é preciso extrapolar as definições legais e perceber o compartilhamento de arquivos como um fato social para entender com mais clareza o que isso representa para a comunidade de piratas.” (CESAR, 2013, p. 16). Angela Meili (2016) vai além do que é apresentado por César e nos mostra que “nunca a indústria cinematográfica pode, ao longo da história, satisfazer completamente a demanda por audiovisual, incluindo a televisão” (MEILI, 2015, p. 70). Com isso, podemos ver que a pirataria digital promove a viabilidade de um acesso à cultura através dos seus meios.

Arthur Coelho Bezerra (2013) trabalha em sua pesquisa sobre a batalha narrativa, cultural e moral sobre a pirataria digital, que tem sua criminalização frequentemente pautada pelo que o autor chama de empreendedores morais da cultura. O caráter transgressor da prática fomenta um consumo que enfrenta os Estados burocráticos (Castells, 2005) e que promove o acesso e discussões sobre o direito simbólico à cultura a partir de trocas simbólicas (Bourdieu, 2007), ressaltando a importância de pesquisar a pirataria digital enquanto um sistema em oposição à indústria cultural e que estabelece novas relações sociodigitais.

CRONOGRAMA

Durante o semestre de 2024.1, além das disciplinas cursadas, houve a apresentação nas etapas regional e nacional do Intercom, bem como o ajuste do projeto de pesquisa mediante orientação. No semestre de 2024.2 pretende-se aprofundar na construção metodológica, considerando que o trabalho possui etapas que, apesar de independentes, se complementam com o todo, para que se crie uma metodologia única que seja fielmente aplicável ao meio digital, sendo este carente de processos metodológicos que façam análises de espaços e grupos, utilizando também de metodologias conhecidas em pesquisas etnográficas.

Por fim, até o fim do semestre de 2024.2 a pesquisa deverá ser submetida ao Comitê de Ética da UFRN por conter etapas que utilizem opinião pública de participantes selecionados através do processo metodológico.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



REFERÊNCIAS

BARCELOS, Ivana Borges. História, literatura e cinema: um debate sobre a historicidade das imagens dos piratas e da pirataria. 2016.

BEZERRA, Arthur Coelho. A pirataria sob um enfoque moral: representações de jovens consumidores, empreendedores morais da cultura e comerciantes de mídias piratas sobre o trânsito ilegal de bens culturais. In: **ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 37., 2013, Águas de Lindóia. Anais...** Águas de Lindóia: ANPOCS, 2013.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas: introdução, organização e seleção.** São Paulo: Perspectiva, 2007.

CANINAS, Oswaldo Peçanha. Pirataria marítima moderna: história, situação atual e desafios. **Revista da Escola de Guerra Naval**, n. 14, p. 101-122, 2009.

CARVALHO NETO, Leônidas Teixeira de. **Pirataria digital: um estudo sobre o consumo audiovisual no Telegram como forma de democratização do acesso.** 2023. 57f. Monografia (Graduação em Comunicação Social - Audiovisual), Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2023.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** São Paulo: Paz e terra, 2005.

CESAR, Daniel Jorge Teixeira. **A cultura da cópia: estudo sobre o compartilhamento de arquivos e a prática da pirataria virtual.** 2013. 107 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia)—Universidade de Brasília, Brasília, 2013.

DEFOE, Daniel. **Uma história dos piratas.** Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2008.

FURINI, Liana Gross. **Pirataria de audiovisual: o protocolo BitTorrent como forma extraoficial de distribuição online de longas-metragens.** 2015. Dissertação de Mestrado. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

GARFINKEL, Harold. **Estudos de etnometodologia.** Editora Vozes Limitada, 2018.

Meili, Angela Maria. **Cinema na internet. espaços informais de circulação, pirataria e cinefilia.** 2015. 255 f. Tese (Doutorado) – Faculdade de Comunicação Social, Pós-Graduação em Comunicação Social. PUCRS.

MORAES, Cândida Maria Nobre de Almeida. **Pirataria no ciberespaço: como a lógica da reproduzibilidade industrial disponibilizada pelas novas tecnologias afeta a própria indústria.** 46 2010. 132 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2010.

PELBART, Peter Pál. Elementos para uma cartografia da grupalidade. *Revista Concinnitas, /S. I.J*, v. 23, n. 44, p. 85–99, 2023. DOI: 10.12957/concinnitas.2022.67437. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/concinnitas/article/view/67437>. Acesso em: 13 set. 2024.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



PROCESSOS DE MEDIAÇÕES E MIDIATIZAÇÃO DA CULTURA POPULAR: UMA INVESTIGAÇÃO DOS PERFIS @FEIRACENTRALCAMPINAGRANDE E @FEIRADECARUARU

Ermaela Cícera Silva FREIRE BATISTA

Doutoranda no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais

e-mail: ermaelaciceral@gmail.com

Resumo:

No âmbito de nossa pesquisa, as feiras livres se configuram como ambientes culturais que englobam dimensões econômicas, sociais, históricas e comunicativas da cidade e da cultura popular contemporânea, assim, elas desempenham um papel crucial na construção das identidades locais e representam a pluralidade da sociedade brasileira. Neste estudo, focamos no fenômeno midiático-cultural das feiras livres observadas pelo prisma da cultura popular, com direcionamento investigativo para as cidades de Campina Grande-PB e Caruaru-PE. O objetivo geral desta pesquisa é investigar a Feira Central e a Feira de Caruaru no contexto das mediações e da midiaturização a partir dos perfis do *Instagram* @feiracentraldecampinagrande e @feiradecaruaru. Como apporte metodológico, adotamos as pesquisas mais significativas a respeito da netnografia (Kozinets, 2014, 2021), considerando-a como uma forma especializada de etnografia adaptada ao contexto dos mundos sociais de hoje mediados por computador. Como resultados esperados, podemos destacar: a análise da narrativa midiática sobre estes comércios periódicos, o estudo comparativo das feiras no ambiente físico e digital e o mapeamento de personagens da cultura popular midiaturizados. Podemos afirmar, com base no que tecemos como justificativa, que lançar luz sobre os estudos da comunicação e cultura se apresenta com profunda relevância para a área da comunicação midiática, pois são abordados no contexto da comunicação e cultura local. Cada vez mais se fazem necessários estudos relacionados à cultura popular e reflexões que serão apresentadas por este trabalho podem contribuir significativamente para o estado da arte e se mostraram como referência para pesquisas futuras.

Palavras-chave: Mediações, Midiaturização, Feira Central, Feira de Caruaru, *Instagram*.

INTRODUÇÃO

Uma constatação se tornou evidente nas principais cidades do Brasil, é que a feira livre se transformou no evento ceremonial e comunicativo, não se trata apenas de um fenômeno econômico e histórico. Consequentemente, a feira livre pode ser entendida como um vasto campo social de significados coletivos, compartilhados por

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



uma variedade de grupos e classes sociais. Atualmente, as mídias digitais, principalmente os sites de redes sociais, têm sido cada vez mais adotadas pelas culturas populares e tradicionais, de modo que estes canais são utilizados como ferramenta de comunicação para disseminar valores culturais e manter vivas suas tradições.

O objetivo geral desta pesquisa é investigar a Feira Central e a Feira de Caruaru no contexto das mediações e da midiatização a partir dos perfis do *Instagram* @feiracentraldecampinagrande¹ e @feiradecaruaru². Para isto, buscaremos estruturar nossa pesquisa nos seguintes objetivos específicos: a) Identificar o processo de midiatização das feiras investigadas; b) Mapear as tecnologias digitais presentes naquelas práticas sociais; c) Analisar a construção de narrativas midiático-culturais por meio das postagens sobre os mercados periódicos pesquisados; d) Identificar os elementos e personagens da cultura popular midiatizados nos perfis @feiracentraldecampinagrande e @feiradecaruaru; e e) Comparar elementos constitutivos do objeto de pesquisa no ambiente digital e físico.

Após expormos os objetivos, damos continuidade explicando que o foco desta pesquisa é indagar uma questão da qual muitas decorrerão: é possível analisar a Feira Central e a Feira de Caruaru no contexto das mediações e da midiatização, especificamente os perfis do *Instagram* @feiracentraldecampinagrande e @feiradecaruaru?

Considerando a feira livre como um ambiente do dia a dia não apenas para negociações, compra e venda de mercadorias, contudo como um espaço de partilha de conhecimentos e de ampliação da comunicação popular. Com base nessa reflexão, fica evidente que a escolha recai sobre um objeto de estudo complexo e, por esse motivo, ele necessita de um enfoque teórico-metodológico bem definido para abordar as questões centrais da pesquisa. É nessa linha que buscamos desenvolver a pesquisa tendo como subsídio a seguinte hipótese de trabalho:

- a) Os processos de mediação e midiatização das feiras livres de Campina Grande-PB e de Caruaru-PE são fenômenos midiáticos e culturais expressivos,

¹ Disponível em: <https://www.instagram.com/feiracentraldecampinagrande/>.

² Disponível em: <https://www.instagram.com/feiradecaruaru/>.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



sendo o site de rede social do *Instagram* a plataforma na qual estas feiras são divulgadas no âmbito das mídias digitais.

A principal motivação para sustentar o presente estudo reside na importância que o tema possui para a área da comunicação midiática, sendo considerado um tema que promove a análise dos processos de mediações culturais e midiatização da cultura popular em contextos regionais. Desta maneira, esta temática também vislumbra pôr em destaque as mediações comunicacionais que estão permeadas na utilização dos dispositivos midiáticos do *Instagram* como ferramenta de divulgação desta manifestação cultural.

MÉTODO

Nesta pesquisa, destacamos no aporte metodológico adotado os estudos mais significativos a respeito da netnografia, considerando-a como uma forma especializada de etnografia adaptada ao contexto dos mundos sociais de hoje mediados por computador. Para o pesquisador Kozinets (2014), a netnografia, é a etnografia de grupos eletrônicos, estuda as práticas culturais complexas em ação, atraindo a nossa atenção para uma multiplicidade de ideias fundamentadas e abstratas, significados, práticas sociais, relacionamentos e sistemas simbólicos.

Em um levantamento, realizado em 05 de agosto de 2024, privilegiamos a procura por páginas abertas do *Instagram* que divulgassesem as feiras livres. De início, executando uma busca simples pelas hashtags #feira e #feiralivre, com o objetivo de dimensionar os conteúdos relacionados à temática, foram encontradas 2.131.719 publicações distribuídas em 107 contas.

Com base no roteiro adotado, a seleção da amostra para investigação resultou na execução das três seguintes etapas:

- a) Busca dos perfis com as hashtags #feiradecampinagrande, #feiracentralcampinagrande, #feiradecaruaru e #feiradecaruarupe. Com essa procura obtivemos o resultado de 29 contas encontradas e um total de 116.607 publicações;

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



- b) Seleção de 29 perfis que estavam nomeados com as palavras-chave da busca e que divulgam informações sobre as feiras; e
- c) Recorte dos perfis @feiracentraldecampinagrande e @feiradecaruaru considerando os critérios de quantidade de postagens, tipo de material publicado (textos, fotos, vídeos e *stories*) e a frequência de publicação durante o período de 2021 a 2024.

Na fase de recorte do *corpus*, as variáveis de análise das publicações serão: engajamento (curtidas e comentários), publicações com conteúdo comercial, cultural e histórico, presença de feirantes e fregueses nas publicações. Dessa forma, planejamos compor um material de análise, com postagens, levando em consideração fotos, vídeos, legendas e comentários. A coleta dos dados se dará entre os meses de setembro e outubro de 2024. Vale frisar que a pesquisa se utilizará de dados arquivais e notas de campo.

Do ponto de vista do aparato ferramental da pesquisa, destacamos as técnicas de coleta de dados do trabalho de campo, sendo elas: a observação, capturas de telas e capturas de vídeos. Já os instrumentos de pesquisa utilizados serão: caderno de campo, computador portátil, celular, *software* de processamento de dados textuais, a princípio apontamos como ferramenta o Iramuteq³. As técnicas de análise e interpretação utilizadas serão: a análise de conteúdo (Bardin, 2016), como também a análise e interpretação do material selecionado a partir da semiótica da cultura (Lotman, 2022 e Machado, 2022) como metodologia de análise da comunicação.

PRIMEIRAS DISCUSSÕES

Em comunicação midiática, a escolha daquilo que buscamos conhecer não é, muitas vezes, originada apenas da curiosidade lógica ou do interesse por solucionar

³ O Iramuteq (*Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires*) é um software gratuito e com fonte aberta, desenvolvido por Pierre Ratinaud, em 2009. O uso desta ferramenta possibilita os seguintes tipos de análises: estatísticas textuais clássicas; pesquisa de especificidades de grupos; classificação hierárquica descendente; análises de similitude e nuvem de palavras.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



problemas científicos. É, também, resultado das inquietações originadas da profusão de experiências narrativas que nos rodeiam e pelos imprevistos que por elas atravessam. Identificamos como um terreno propício à pesquisa o fenômeno da feira livre, que surge como meio de comunicação popular e midiatizado. Pensar a feira livre nos leva a refletir a própria essência do espaço urbano, cujas infinitas lógicas e condicionantes fundamentam as articulações situacionais dos sujeitos participantes, bem como os sentidos ali existentes, produzidos e apropriados de maneiras distintas em cada um dos indivíduos atuantes (Marcelino, 2018).

Em diferentes campos do conhecimento — geografia, história, antropologia, sociologia — a temática da feira livre tem sido investigada por diversos pesquisadores. Entretanto, no campo da comunicação e, em particular, dos estudos da mídia, existem poucas investigações que situam a feira livre como objeto comunicacional de investigação. Dito isto, apontamos que um dos nossos objetivos é pensar as camadas dessa experiência urbana também em espaços virtuais, Barbosa *et al.* (2023, p. 88) argumentam que “[...] ao transpassar o fluxo acelerado da cidade contemporânea, a feira resiste como ocupação popular, dinâmica e viva frente à constante negação da rua como lugar da permanência, da pluralidade, do encontro e da diversidade urbana”.

Com a chegada da internet e o avanço das tecnologias, a noção de espaço no que diz respeito à esfera pública passou por mudanças e se ampliou para incluir os ambientes virtuais, tornando-se assim um verdadeiro espaço público. Isso ocorre porque essas plataformas permitem uma variedade de diálogos e registros, não se restringindo a uma simples interação passiva. Na verdade, esse espaço, pelo menos em teoria, favorece a participação ativa dos atores sociais nas narrativas de suas próprias histórias (Barbosa *et al.*, 2023).

Um dos processos permitidos pelo mundo globalizado é a midiatização intensiva da cultura e do meio social. No pensamento de Hjarvard (2014) os processos de midiatização são reflexo do emergente estado de importância intensificada e em constante mudança da mídia na cultura e na sociedade. Assim, torna-se notória a relação estreita da sociedade com os meios de comunicação, nesse cenário observamos o caráter

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



midiático das práticas culturais e sociais nos mais diversos níveis. Nas palavras do autor:

As mídias não se situam e são dirigidas dentro de contextos políticos nacionais na mesma intensidade que antes, mas, devido à globalização e comercialização, estão disponíveis ao longo de fronteiras nacionais e culturais e cada vez mais sob o controle de conglomerados de comunicação globais. Além disso, a comunicação de massa tem sido complementada por uma variedade de mídias interativas, permitindo a todos não apenas receber, mas também se engajar ativamente em diversas formas de comunicação com alcance potencialmente global. Como resultado, várias formas de mídia foram integradas nas práticas da vida cotidiana, do local de trabalho até a família (Hjarvard, 2014, p. 23).

Recuero (2009, p. 163) discute, na temática das redes sociais, as comunidades em redes sociais, que em suas palavras “[...] não poderiam ser percebidas sem que se leve em conta a interação social, o laço social, o espaço ou território virtual, o capital social, o pertencimento e a estrutura [...]”. Partindo dessas discussões a respeito das transformações do mundo tecnológico e das redes sociais, nos colocamos a entender o percurso necessário para investigar as feiras livres pesquisadas no *Instagram*, levando em consideração suas particularidades midiáticas, folkcomunicacionais e culturais.

É, portanto, com esses pressupostos teóricos que transitam em um patamar epistemológico das mediações às midiatizações, bem como da midiatização das práticas culturais e sociais, que se busca a análise e observação do fenômeno da comunicação midiática na interface comunicação e cultura. Sendo este eixo de análise amparado por um caminho teórico-metodológico comunicacional, que pretende problematizar um campo vasto das mediações da cultura, assim como das operações de midiatização das feiras livres nordestinas ancoradas nos dispositivos midiáticos digitais e convergentes.

CRONOGRAMA

No que diz respeito ao cronograma de execução da pesquisa, detalhamos as atividades por semestre:

2023.1 - Integralização dos créditos obrigatórios e optativos, reformulação do projeto de pesquisa; **2023.2** - Integralização dos créditos obrigatórios e optativos, revisão bibliográfica da tese, Seminário de pesquisa II, produção de dois artigos científicos para

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



publicação em periódico, Construção do capítulo teórico; **2024.1** - Construção do capítulo metodológico, Estágio docência II na disciplina Comunicação, cultura e sociedade no Departamento de Comunicação da UFRN; **2024.2** - Trabalho de campo, pré-teste de instrumentos de pesquisa, coleta de dados, Seminário de Pesquisa IV (Pré-qualificação); **2025.1** - Seminário de Pesquisa V (Qualificação); **2025.2** - Construção do capítulo de análise de dados; **2026.1** - Construção do capítulo de análise de dados; **2026.2** - Elaboração de um artigo científico para publicação em periódico; e **2027.1** - Defesa da Tese.

REFERÊNCIAS

- Barbosa, N. F. *et al.* Espaço virtual da feira livre: perspectivas metodológicas para errâncias audiovisuais. **Revista Impeto**. Maceió, v. 2, n. 13, p. 87-100, dez, 2023. Disponível em: <https://www.seer.ufal.br/index.php/revistaimpeto/article/view/15887>. Acesso em: 27 de agosto de 2024.
- BARDIN, I. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.
- CAIAFA, J. Sobre a etnografia e sua relevância para o campo da comunicação. **Questões Transversais**, São Leopoldo, Brasil, v. 7, n. 14, p. 37-46, Jul./Dez, 2019. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/questoes/article/view/19775>. Acesso em: 29 maio. 2024.
- CONCHA, J. P. P. Websites como mundos possíveis de trajetórias netnográficas entre história, memória e identidades das sociedades contemporâneas. In: SIQUEIRA, A. W. N. *et al.* **Metodologias e subjetividades: relatos de pesquisas em cultura contemporânea**. São Paulo: Pimenta Cultural, 2024. Disponível em: <https://zenodo.org/records/10798000>. Acesso em 15 abr. 2024.
- HJAVARD, S. Midiatização: conceituando a mudança social e cultural. **Matrizes**, São Paulo, v.8, n. 1, p. 21-44, jun. 2014.
- KOZINETS, R. V. Netnography today is a call to evolve, embrace, energize, and electrify. In: KOZINETS, R. V.; GAMBETTI, R. **Netnography Unlimited: understanding technoculture using qualitative social media research**. New York, Routledge, 2021.
- KOZINETS, R. V. **Netnografia**: realizando uma pesquisa etnográfica online. Porto Alegre: Editora Penso, 2014.
- LOTMAN, I. **Mecanismos imprevisíveis da cultura**. São Paulo: Hucitec Editora, 2022.
- MACHADO, I. *et al* . Mecanismos semióticos de la traducción inversa en la dinámica de las culturas. In: Silvia N. Barei; Ariel Gómez Ponce. (orgs.). **Lotman revisitado. Perspectivas**

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



latinoamericanas. 1 ed. Córdoba, Argentina: Centro de Estudios Avanzados, 2022, v. 1, p. 103-130.

MARCELINO, M. S. Feiras livres, consumo e mediações: por um olhar comunicacional. In: Congresso Internacional de Comunicação e Consumo, 2018, São Paulo. **Anais** [...] ESPM, 2018, p. 1-12.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Evolução de Interfaces: A Apropriação do Conteúdo Midiático à Arquitetura de Informação de Portais de Notícias

Davi KOSHIYAMA

Doutorando no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais/Produção de Sentido
e-mail: davijoseonline@gmail.com

Resumo

Este projeto de pesquisa visa analisar a evolução da apropriação do conteúdo midiático à arquitetura de informação dos websites, desde os primórdios de seu surgimento em 2004 até 2024 (duas últimas décadas). Neste recorte será avaliado como a mensagem se moldou a esta nova mídia, seu processo de adaptação às interfaces deste novo ambiente e como foi potencializada em relação a agregação de sentido. Investiga a apropriação de novos recursos midiáticos disponíveis até a inteligência artificial (IA), sua expansão taxonômica e competitividade, visando a demanda de consumo e ampla propagação. Investigará em ordem cronológica a evolução deste fenômeno à luz das teorias da comunicação e da arquitetura da informação nas interfaces de Portais de Notícias ao longo do tempo, mapeando casos bem e mal sucedidos, apontando caminhos, soluções e tendências futuras na área.

Palavras-chave

Website ; Evolução de Interfaces ; Portais de Notícias ; Arquitetura da Informação ; Conteúdo Midiático

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



INTRODUÇÃO

Esta pesquisa investiga a evolução das estratégias de interação entre a mensagem e a arquitetura de informação dos *websites* de portais de notícias, que fazem parte da nova mídia: a Internet. Segundo Manovich (2001) esta surge a partir da convergência de mídias anteriores a formatos contemporâneos, utilizando-se de interfaces digitais, *hipertexto* e bases de dados, compondo assim a hipermídia, que redefine a natureza das narrativas precedentes. Percebe-se, conforme teorizou McLuhan (1977), que no ciclo evolutivo novos meios de comunicação tendem a carregar o conteúdo dos anteriores. Por meio de apropriações técnicas novos formatos e significados sociais geram novas formas de representação da mensagem. Quanto aos meios de comunicação paralelos precedentes, segundo Weaver (1993), a estrutura de apresentação informacional da televisão se organiza no “tempo” da grade, a do jornal no “espaço” limitado de suas páginas, em cada edição diária. No caso dos portais de notícias analisaremos a dinâmica de sua nova narrativa, com lógica disruptiva de tempo e espaço em relação aos modelos anteriores. Serão mapeadas cronologicamente as estratégias de interação entre o conteúdo midiático presente em *websites* de portais de notícias e suas interfaces de suporte, observando a evolução, transformação, adaptação e representação da mensagem neste novo veículo de comunicação, sob a estrutura da arquitetura da informação presente nas interfaces deste meio ao longo da história da internet.

Ao investigar a evolução da dinâmica e ergonomia da mensagem, consequentemente será analisada sua comunicação e suas apropriações (como exemplo, a incorporação cada vez mais crescente do audiovisual e da inteligência artificial), seus elementos utilizados para a construção de narrativas e sentido nos *websites*. Vai além, pretende-se estudar também a evolução das dimensões estéticas, tecnológicas e cognitivas da arquitetura da informação neste meio e suas implicações quanto à experiência do usuário (*UX: User Experience*), ou seja, como o processo sócio-técnico atua na prática da comunicação produzindo variações no processo de consumo da

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



informação.

Examinará a produção discursiva dos portais de notícias, seus processos peculiares para tal, as estratégias de interação e comunicação midiática na construção das práticas cognitivas, interpretativas e estéticas para seu público, além de como este veículo condiciona e é condicionado para tal finalidade. Em ordem cronológica, os *websites* mais relevantes e significativos quanto a investigação destes fenômenos serão mapeados, dispostos e analisados em uma *timeline* (linha do tempo), para que se possa comparar visualmente as estratégias de interação do conteúdo midiático aplicadas às interfaces deste meio e sua evolução.

Este estudo visa traçar um paralelo com as teorias da comunicação e responder quais as tendências e perspectivas para o conteúdo midiático e sua interação nas futuras interfaces,. Se é possível prever isso ou ainda se essa evolução se dará através de *loops* em momentos de estagnação criativa, conforme Lipovetsky (2015) identificou em outras áreas: com ondas de *revivals* e *remakes*, onde se somam ao estado da arte atual recursos que já deram certo no passado, gerando uma nova tendência. Por fim, o resultado deste estudo visa contribuir para orientar e estimular profissionais desta área de concentração, tais como: Jornalistas, Redatores, Produtores de Conteúdo Digital, Publicitários, *Web Designers*, *Designers* de Experiência, Arquitetos da Informação e geradores de *leads*.

MÉTODO

O objeto a ser estudado se dá a partir de 2004, quando se consolidam os portais na internet até 2024. Para resgatar versões tão antigas dos portais será utilizada a plataforma *Way Back Machine* (web.archive.org), estando as amostras da pesquisa sujeitas à sua disponibilidade. Investigará as versões dos portais em formato *Desktop*, devido a esta modalidade proporcionar experiência de uso mais rica em comparação às versões em dispositivos *mobile*.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Tem como Objetivo Geral: Analisar estratégias de interação entre o conteúdo midiático e os portais de notícias. Estes, representativamente selecionados de acordo com a metodologia estipulada para tal, no período entre 2004 até 2024 (duas últimas décadas), observando e analisando ao longo desse intervalo a formação (agrupamento) de eventual padrão de evolução das interfaces e, como resultado, a indicação de previsões e tendências futuras na área.

Como Objetivo Específico visa elencar ao longo do período pesquisado, artifícios da arquitetura da informação embarcadas nos portais de notícias que foram eficientes e se destacaram em relação ao tratamento da mensagem, da narrativa e sua interação.

Ao investigar neste estudo novas perspectivas desta suposta evolução, podemos formular as seguintes hipóteses:

- Em que casos a estética aplicada aos portais de notícias favoreceu, prejudicou, simplificou ou expandiu a composição da mensagem?
- Houveram períodos de estagnação ou até mesmo regressão quanto a interação da informação/conteúdo pela arquitetura de informação dos portais?
- Ao longo do suposto processo de evolução foram identificados *loops* na trajetória? Onde em determinado momento se utilizaram de *remakes* de soluções anteriores. Desta forma apropria-se do que deu certo no passado e atribui-se nova roupagem e funcionalidades.

Para investigar o fenômeno da evolução das interfaces, foi utilizada a Teoria Fundamentada em Dados para realizar preliminarmente uma análise indutiva-dedutiva da estrutura informational de portais relevantes, com amostras selecionadas de todos os continentes. Posteriormente para a coleta de dados qualitativos foi escolhida a técnica de Questionário, estruturado, auto-instrutivo, aplicado de forma indireta (à distância) pela ferramenta Google Formulários. Enviado pela internet via *link* (<https://forms.gle/6PaHKW5tDHfWBJz68>) para sujeitos da pesquisa previamente

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



selecionados, compostos por especialistas na área tais como desenvolvedores *web*, designers, programadores e produtores de conteúdo, residentes no Brasil e no exterior (com versão em inglês). Ainda como resultado teremos a indicação por parte dos especialistas de casos específicos conhecidos e relevantes à pesquisa, os quais serão pautados e investigados. Desta forma, como resultado teremos:

- Questionário resultando em indicações de casos a serem observados;
- Questionário resultando na complementação do roteiro para a Teoria Fundamentada.

Na fase seguinte será adotado o procedimento metodológico e análise dos dados da *Grounded Theory*, ou Teoria Fundamentada em Dados, proposta originalmente por Glaser e Strauss (1967) e adaptada para pesquisas no ciberespaço. A complementação com a técnica de *Storyline* proposta por Strauss e Corbin (1990) contará assim a história desta evolução, de modo analítico e pontuado, integrando as amostras de portais e informações levantadas de modo a relacioná-las e escrever uma história única sobre esta evolução, complementando as metodologias anteriores. Com base nesses resultados se poderá visualizar a evolução das interfaces ao longo do tempo, traçar possíveis tendências de arquitetura de informação em portais de notícias e apontar previsões de estratégias futuras de interação com o conteúdo midiático embarcado.

PRIMEIRAS DISCUSSÕES

Em sua evolução, logo nos primeiros anos da década de 90, a área jornalística viu neste meio vocação e potencial nato para sua atividade, o adaptou para sua área a fim de agregar, organizar e distribuir informações, surgindo assim os primeiros *websites* de Notícias, que eram versões digitais dos periódicos de veículos de comunicação da época. Com a popularização crescente da internet, não tardou para agregarem mais serviços oferecidos aos usuários. Do meio da década de 90 até o final, além de notícias começaram a disponibilizar também contas de e-mail, *chats*, fóruns, e diversidade temática, evoluindo seu conceito para Portais de Conteúdo, sendo o ponto de partida

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



para se ter acesso a ampla diversidade de informações e novidades que aconteciam na web na época. A partir dos anos 2000 estes adquirem o papel de Hubs, se transformando agora em Portais de Notícias, plataformas digitais que concentram ampla variedade de informação, diversidade de conteúdo on-line com diversas categorias, interatividade com os usuários e com a informação, recursos multimídia embarcados, fontes variadas de informação e, de acordo com Machado (2002), a constituição da Memória. Esta encontra terreno fértil no meio digital sendo coletivamente produzida no jornalismo on-line compondo acervos e repositórios de atualização contínua, em velocidade superior aos demais meios de comunicação, que pode ser acessada e disponibilizada para consumo em sessões categorizadas dos portais e também por mecanismos de busca (*search engines*). A era dos Portais de Notícias expande as opções ao usuário no que se refere à diversificação: Surgem novos portais especializados, segmentados por assuntos, portais de notícias independentes e os blogs. Empresas tradicionais de comunicação neste momento investem pesadamente em sua presença on-line antevendo um novo cenário da economia global e consequentemente novas fontes de receita. Concomitantemente há o surgimento das *Big Techs* que gradualmente foram transformando a vida cotidiana do usuário para consolidar seu modelo de cultura digital.

A convergência midiática transformou o jornalismo de forma que o conteúdo se tornasse transmídia, disponível em diversos canais e ampliando o ciclo de vida de uma notícia. Segundo Massarolo (2015), as narrativas transmídia intensificam o modo como o conteúdo é abordado em uma mídia e acrescentam novos dados ao desdobrar o assunto para outra mídia, complementando com informações que expandem seu sentido, compondo estratégias de imersão para alcançar ampla audiência. A partir de 2010, com a popularização das redes sociais as notícias on-line ganharam nova dinâmica, além de serem consumidas nos portais, agora também já era possível compartilhá-las nas redes sociais, aumentando sua propagação, capilaridade e alcance. As *Big Techs* investiram na personalização, coletaram dados comportamentais e demográficos dos usuários para lhes oferecer um conteúdo cada vez mais personalizado a seus gostos e preferências. Ao longo desta década os usuários começaram a consumir informação diretamente de dentro das redes sociais, se tornando o canal primário, indicando assim uma consolidada

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



mudança na cultura digital por comodidade e praticidade, afetando diretamente os grandes portais de notícias. De acordo com dados coletados do portal Terra entre abril e maio de 2015, em pesquisa realizada por Trindade (2015) via *Google Analytics*, apenas 18% dos visitantes acessaram o portal diretamente por sua página principal, 50% por entradas orgânicas vindas de buscadores externos e 25% através das redes sociais. Neste modelo de negócios este baixo índice de acessos via capa do portal reflete a perda de audiência e consequentemente de receita comercial.

Atualmente os portais já integram recursos de interação, personalização e recomendação de conteúdo ao usuário para competir com as redes sociais. A seu favor contam com amplo acervo de material jornalístico, curadoria de conteúdo, fontes confiáveis, matérias originais, investigativas e aprofundadas, além de possibilitar formatos de conteúdo exclusivo, com potencialidade de explorar recursos multimídia amplos, diversificados para compor matérias especiais imersivas, *news games*, suporte a *storytelling* e palco para grandes arranjos publicitários, fazendo o papel de uma grande “nave mãe” midiática que abarca diversos meios e narrativas convergentes. Estas são características próprias dos portais, porém não necessariamente postas em prática, segundo Lenzi (2014) dada à escassez de profissionais técnicos nas redações, ao curto prazo para publicação das matérias e ao custo para produção multimídia, cenário encontrado até os dias de hoje.

CRONOGRAMA

2024 - ATIVIDADES	M A R	A B R	M A I	J U N	J U L	A G O	S E T	O U T	N O V	D E Z
Revisão de Literatura	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Realização de Questionário								•	•	
Levant. de Dados Qualitativos										•
Escrita da Tese		•	•	•	•	•	•	•	•	•

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



2025 - ATIVIDADES	M A R	A B R	M A I	J U N	J U L	A G O	S E T	O U T	N O V	D E Z
Revisão de Literatura	●				●					
Levant. de Dados Qualitativos	●	●	●	●						
Análise dos Dados Qualitativos					●	●	●	●	●	
Escrita da Tese	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

2026 - ATIVIDADES	M A R	A B R	M A I	J U N	J U L	A G O	S E T	O U T	N O V	D E Z
Revisão de Literatura	●	●								
Escrita da Tese	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

2027 - ATIVIDADES	M A R	A B R	M A I	J U N	J U L	A G O	S E T	O U T	N O V	D E Z
Revisão de Literatura	●	●								
Revisão Final								●	●	●
Escrita da Tese	●	●	●	●	●	●				

REFERÊNCIAS

AGNER, Luiz. **Ergodesign e arquitetura da informação: trabalhando com o usuário.** Digitaliza Conteúdo, 2023.

AMARAL, Adriana; NATAL, Geórgia; VIANA, Lucina. **Netnografia como Aporte Metodológico da Pesquisa em Comunicação Digital.** Revista Sessões do Imaginário, v.2, n.20, Porto Alegre, 2008. Disponível em:

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



<<http://revistaseletronicas.puers.br/ojs/index.php/famecos/article/viewFile/4829/3687>>. Acesso em: 13 jun. 2021.

ARAÚJO, Joubert Brito. **Uma análise do cenário publicitário online no ano em que o mobile ultrapassou o desktop.** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Rio de Janeiro, RJ, 2015.

ARNHEIM, Rudolf. **Arte e Percepção Visual.** Ed. Pioneira, São Paulo, 1997.

BARBOSA, Suzana. **Modelo JDBD e o ciberjornalismo de quarta geração.** CONGRESO INTERNACIONAL DE PERIODISMO EN LA RED, 3. Madrid: Facultad de Periodismo da Universidad Complutense de Madrid, 2008.

_____. **Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais.** Notícias e mobilidade: o jornalismo na era dos dispositivos móveis, Livros LabCom, 2013.

BATISTA, Claudia Regina; Ribas Ulbricht, Vania. **Discussões sobre o Perfil do Designer de Interfaces Web.** Revista Design em Foco, v.III, n.2. Universidade do Estado da Bahia. Bahia, 2006.

BARTHES, Roland. **Elementos de Semiótica.** Cultrix/USP, São Paulo, 1971.

BEZERRA, I.; SOUSA, M. **Arquitetura da Informação Pervasiva: uma evolução das interfaces computacionais responsivas.** Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia, João Pessoa, v. 11, n. 2, 2016.

BRADSHAW, Paul. **Instantaneidade: Efeito da rede, jornalistas mobile, consumidores ligados e o impacto no consumo, produção e distribuição.** in Canavilhas, J. (Org.). Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença. Livros LabCom, 2014.

CANAVILHAS, João. **Hipertextualidade: novas arquiteturas noticiosas.** in Canavilhas, J. (Org.). Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença. Livros LabCom, 2014.

COSTA, Gabriela Fonseca et al. **O uso da narrativa como ferramenta de imersão na Web 3.0 no contexto das artes visuais digitais.** Universidade Católica de Brasília. DF, 2024.

DA SILVA, Michaela Dafne; CORRÊA, José Carlos. **UX Design: o desenvolvimento de interfaces digitais centradas na experiência do usuário.** DESTARTE, v. 10, n. 2, p. 65-89, 2021.

DECARLI, Gian Carlo. **Diagramando a web pragmática.** UNESP. São Paulo, 2022.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de Pesquisa para Internet.** Sulina, Coleção Cibercultura, Porto Alegre, 2011.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



GARRETT, Jesse James. *Customer Loyalty and the Elements of User Experience*. Design Management Review, v.17, n.1, 2006.

_____. *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond*. New Riders, 2.ed. San Francisco, 2011.

GHISLENI, Taís Steffenello; KNOLL, Graziela Frainer. **Estratégias de comunicação na ambiência digital: Mapeamento do quadro conceitual**. Alceu, v. 20, n. 40, 2020.

GLASER, Barney; STRAUSS, Anselm. *The Discovery of Grounded Theory*. Aldine Publishing Company, Chicago, 1967.

HERCKOVITZ, Heloiza G. **Características dos portais brasileiros de notícias**. Brazilian journalism research, v. 5, n. 1, 2009.

Interaction Design Foundation - IxDF. What are the Gestalt Principles? Interaction Design Foundation - IxDF. Disponível em: <<https://www.interaction-design.org/literature/topics/gestalt-principles>> Acesso em 20 jun. 2024.

INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION - ISO. **ISO FDIS 9241-210:2009**: Ergonomics of human system interaction - Part 210: Human-centred design for interactive systems (formerly known as 13407). Switzerland: International Organization for Standardization (ISO), 2009.

_____. **ISO 9241-11**: Ergonomic requirements for office work with visual display terminals (VDTs). Part 11: Guidelines for specifying and measuring usability. Génève: International Organisation for Standardisation. Switzerland: International Organization for Standardization (ISO), 2009.

JOHNSON, Steven. **Cultura da Interface: Como o Computador Transforma nossa Maneira de Criar e Comunicar**. Jorge Zahar Editor, Rio de Janeiro, 2001.

KOJIIO, Rafael; SCOZ, Murilo. **Avaliação da transferência de habilidades em jogos digitais no aprendizado de computação gráfica 3D**. Design e Tecnologia, v. 9, n. 18, 2019.

KOSHIYAMA, Davi José Di Giacomo. **Avaliação de usabilidade em materiais interativos de ensino a distância da UFRN-SEDIS**. Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2014.

KRAFT, Christian. *User experience innovation: user centered design that works*. New York: Springer Verlag, 2011.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LENZI, Alexandre. **Desafios no redesenho das redações convergentes: produção multimídia e as relações de trabalho**. Vozes e Diálogo, v. 13, n. 02, 2014.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



LIMA, Gean Flávio de Araújo. **Contribuição ao estudo dos critérios de usabilidade de portais web: um estudo de caso.** UFAM, 2013.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A Estetização do Mundo: Viver na Era do Capitalismo Artista.** Companhia das Letras, São Paulo, 2015.

LORENZ, Mirko. **Personalização: Análise aos 6 graus.** in Canavilhas, J. (Org.). Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença. Livros LabCom, 2014.

LYNCH, P. J.; HORTON, S. **Guia de estilo da web: princípios básicos de design para criação de websites.** Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2004.

MACHADO, Elias. **O Jornal Digital como Epicentro das Redes de Circulação de Notícias,** in: Pauta Geral, ano 9, n.4, Ed. Calandra, 2002.

MANOVICH, Lev. *The Language of New Media*. MIT Press, Cambridge, 2001.

MASSAROLO, João Carlos. **Jornalismo transmídia: a notícia na cultura participativa.** Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo, v. 5, n. 17, 2015.

McLUHAN, Marshall. **Galáxia de Gutenberg.** Cia. Editora Nacional, São Paulo, 1977.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na Web: Uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual.** Universidade Federal da Bahia, 2003.

NIELSEN, Jakob, LORANGER, Hoa. **Projetando Websites com Usabilidade.** Editora Campus. 2007.

NOH, Younghée. *Imagining library 4.0: Creating a model for future libraries.* The Journal of Academic Librarianship, v. 41, n. 6, 2015.

NORMAN, Donald. *Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things.* Basic Books, Nova York, 2005.

_____. **O design do dia-a-dia.** Rocco, São Paulo, 2006.

_____. *The Design of Everyday Things (Revised & Expanded Edition).* Basic Books, Nova York, 2013.

PAGLIUSO, Priscilla de B. B.. **Método para Avaliação de Interface Web baseado nos princípios de Usabilidade – AvalUWeb.** Universidade Estadual de Campinas. UNICAMP, 2004.

PALACIOS, Marcos. **Convergência e memória: Jornalismo, Contexto e História.** I Congresso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0. Bilbao, 2009.

_____. **Memória: Jornalismo, memória e história na era digital.** in Canavilhas, J. (Org.). Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença. Livros LabCom, 2014.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



PATTON, Michael Q. *Qualitative Research & Evaluation Methods*. 3^a Ed. London: Sage, 2002.

PAVLIK, John. *Journalism and new media*. New York: Columbia University Press, 2001.

_____. **Ubiquidade: O 7º princípio do jornalismo na era digital**. In: Canavilhas, J. (Org.). Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença. Livros LabCom, 2014.

ROSENFIELD, Louis; MORVILLE, Peter. *Information Architecture for the World Wide Web*. 3.ed. Sebastopol, O'Reilly Media, 2006.

ROST, Alejandro. **Hipertextualidade: novas arquiteturas noticiosas**. In: Canavilhas, J. (Org.). Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença. Livros LabCom, 2014.

SALAVERRÍA, Ramón. **Multimedialidade: informar para cinco sentidos** in Canavilhas, J. (Org.). Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença. Livros LabCom, 2014.

SANTA ROSA, J. G.; MORAES, A. *Avaliação e Projeto no Design de Interfaces*. Teresópolis: 2AB, 2012.

STRAUSS, A.; CORBIN, J. *Basics of Grounded Theory Methods*. Beverly Hills, CA.: Sage, 1990.

TRINDADE, Lucas Breier. **Plano de Projeto: Evolução de Portal de Notícias**. UNISINOS, RS, 2015.

WEAVER, Paul H. **As notícias de jornal e as notícias de televisão**. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). Jornalismo: questões, teorias e estórias. Lisboa: Vega. 1993.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Ato de governo ou propaganda eleitoral? Análise de declarações de Jair Messias Bolsonaro, na TV Brasil, sobre o sistema eletrônico de votação.

Hanry VIEIRA

Mestrando/Doutorando no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais

e-mail: [hanryvieira.ufrn@gmail.com]

(Hanry de Lima Vieira - Bacharel em Direito - (84)98869-3811)

Resumo

Este projeto de pesquisa se propõe a analisar as declarações do ex-presidente brasileiro Jair Messias Bolsonaro, dadas na TV Brasil, durante as eleições gerais presidenciais do Brasil, no ano de 2022, mediante análise de discurso.

O objetivo geral da pesquisa é analisar as declarações de Jair Messias Bolsonaro sobre o sistema eletrônico de votação na TV Brasil, utilizando a análise do discurso para determinar se tais declarações se enquadram mais como ato de governo ou como estratégias de propaganda eleitoral, e identificar as consequências dessa interpretação na percepção pública e na confiança no sistema de votação.

Como objetivos específicos foi dividido em 03 fases, são elas:

Examinar o contexto do discurso (pré eleições/candidatos/mídia TV Brasil);

Sistematizar quais as características de um ato de governo, bem como de uma propaganda eleitoral e verificar quais delas podem constar nas declarações do Jair Messias Bolsonaro;

Construir um quadro qualitativo que elucidar e evidencie a presença das características de ato de governo ou propaganda eleitoral no discurso analisado.

Palavras-chave

Eleições 2022; TV Brasileira; Jair Bolsonaro; Política; Comunicação.

INTRODUÇÃO

Este projeto de pesquisa visa analisar as declarações do ex-presidente Jair Messias Bolsonaro feitas na TV Brasil durante o período eleitoral de 2022, na reunião

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



com embaixadores realizada em julho daquele ano, que resultou no processo que o tornou inelegível por 8 anos, após condenação por abuso de poder político e uso indevido dos meios de comunicação.

A análise tem o escopo de verificar se essas declarações podem ser vistas como ato de governo ou estratégia de propaganda eleitoral, utilizando uma abordagem de análise do discurso. A importância do estudo é relevante para compreensão do cenário político atual, identificar as consequências da interpretação dessas declarações na esfera pública e verificar quais ações estão sendo tomadas pelo Estado para aumentar a confiança pública e a diminuição dos impactos da desinformação nos meios de comunicação.

O problema da pesquisa gira em torno de responder de que maneira as declarações de Jair Messias Bolsonaro sobre o sistema eletrônico de votação na TV Brasil podem ser interpretadas como um ato de governo ou como uma estratégia de propaganda eleitoral, e quais são as consequências dessa interpretação na percepção pública e na confiança no sistema de votação.

A primeira justificativa acerca do objeto pesquisado, decorre das falas do professor Sérgio Augusto, que elucida sobre a possibilidade de utilização da análise do discurso por critérios de relevância, tanto social quanto pessoal. Desse modo, cada análise vai questionar os dados de uma maneira muito específica. (Souza, 2014).

Nesta questão, o objeto tratado na pesquisa é atual e relevante para sociedade, haja vista que mais de 58 milhões de eleitores votaram em Bolsonaro nas eleições de 2018 e a decisão do Tribunal Superior Eleitoral o declarou inelegível por 8 anos (TSE, 2023). No cenário atual de polarização emocionalista (Abranches, 2019) somado ao uso da propaganda política patrocinada pelo Estado, possa ser usado para construção de consenso (Chomsky, 2014), que foi justamente o uso indevido dos meios de comunicação, no caso a TV Brasil que fundamentou a sentença da corte.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Outro fator predominante para análise do tema e de interesse pessoal do pesquisador, foram constatações na prática, dos conceitos citados pelos autores utilizados. Na vida privada, a divisão familiar e o sentimento de pertencimento a um lado ou outro político, gerando desconfortos, brigas, disseminação de notícias falsas em redes sociais e até diminuição de contato pessoal ou eletrônico. Na esfera profissional, trabalhei em 4 eleições presidenciais (2010, 2014, 2018 e 2022), as duas últimas inclusive como servidor requisitado do Tribunal Regional Eleitoral, e ocorreram diversas situações preocupantes, que iam desde o Policial Militar me “escutando” para garantir que não roubaria os votos do Capitão até eleitores vestidos de roupa camuflada que exigiram explicações de como era feita a transmissão dos dados ao TRE, tudo na intenção de garantir que a justiça eleitoral não roubaria os votos do seu candidato.

Sendo assim, na hipótese das declarações de Jair Bolsonaro na TV estatal durante o período eleitoral não ter sido um ato de governo e sim uma estratégia de campanha voltada para o descrédito das instituições eleitorais, é relevante para compreensão do cenário político atual, em relação a como os cidadãos enxergam as instituições eleitorais e o sistema eletrônico de votação, quais ações estão sendo tomadas pelo Estado para aumentar a confiança pública e a diminuição dos impactos da desinformação nos meios de comunicação.

MÉTODO

O delineamento metodológico será apresentado em duas frentes, a caracterização da pesquisa e os procedimentos metodológicos. No tocante à primeira, sabe-se que a pesquisa será qualitativa, descritiva e exploratória, com um estudo de caso focado nas declarações de Jair Messias Bolsonaro. Utilizando o raciocínio de Sérgio A. F. Souza (2014), a metodologia envolverá a análise crítica e detalhada das declarações para entender suas implicações políticas e sociais. Essa abordagem permitirá uma compreensão aprofundada das declarações e suas possíveis repercussões na percepção pública e na confiança no sistema de votação.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Com relação aos procedimentos metodológicos, eles também foram subdivididos em momentos, no intuito de conjecturar da melhor forma possível as informações estudadas durante o percurso científico da pesquisa, são elas:

1. Contextualização do Discurso:

- Coleta e análise do contexto político e midiático: Entendimento do ambiente político na época das declarações, incluindo o cenário eleitoral, o papel da TV Brasil e sua regulamentação.

2. Características de Ato de Governo e Propaganda Eleitoral: As características desses critérios foram retiradas da Constituição de 1988. Por tratar-se da análise de declarações de um ex-presidente, buscamos utilizar parte dos critérios da análise mediante sua prerrogativa de cargo parlamentar.

- Ato de Governo: Análise com base na definições previstas na Constituição Federal, leis, livros de autores de direito constitucional como José Afonso da Silva e os seus livros “Curso de Direito Constitucional Positivo” e “Manual de Direito Constitucional”, além de conceitos fundamentais de direito administrativo do autor Hely Lopes Meirelles com o livro “Direito Administrativo Brasileiro”.

- Propaganda Eleitoral: Identificação de elementos de persuasão, retórica e estratégias de imagem pessoal voltadas para influenciar a opinião pública. Além disso, alguns aspectos legais da propaganda eleitoral e critérios de poderão estar contidos para evidenciar uma propaganda antecipada.

3. Construção do Quadro Qualitativo: A fim de percebermos, inclusive visualmente, pontos de interseção e união na análise do discurso, conforme os critérios estabelecidos.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



- Análise Qualitativa: Aplicação dos passos de análise do discurso para classificar as declarações conforme suas características. São eles: Passo 1: Coleta de registros das declarações do enunciador Jair Messias Bolsonaro na TV Brasil, em 2022, sobre eleições gerais presidenciais. Passo 2: Organizar os dados coletados acerca das declarações; Passo 3: Retorno às declarações para evidenciar as marcas de discurso, segmentar, recortar e analisar as declarações de Jair Messias Bolsonaro na TV Brasil, em 2022. Passo 4: Escrita da análise elaborada pelo pesquisador, após compreensão do discurso, bem como apresentação do resultado encontrado.

Por fim, a análise de discurso será realizada conforme as diretrizes de mediante as diretrizes de (Souza, 2014). Buscamos indicadores que refletem a comprovação da hipótese da pesquisa, isto é, verificar se essas declarações tratam-se de um ato de governo ou uma propaganda eleitoral pré-eleições.

PRIMEIRAS DISCUSSÕES

O contexto político eleitoral é marcado por uma profunda polarização e crescentes dúvidas acerca das instituições públicas que regem o processo eleitoral (Abranches, 2019);

A desconfiança nestas instituições tem sido uma constante nos últimos anos. "O fenômeno das fake news, com toda a polêmica gerada nas eleições presidenciais de 2018, e, mais recentemente, os questionamentos levantados por lideranças políticas sobre a lisura do voto eletrônico, colocaram os temas eleições e democracia na ordem do dia". (Pinto, 2022);

A internet se consolidou enquanto mídia, ao lado da televisão, do rádio e dos jornais. Além disso, a forma como a população se comunica sobre política mudou e entender tais mudanças é essencial para elaboração de novas estratégias de campanha digital (Cruz, 2019);

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



A presença digital de Jair Bolsonaro foi significativamente superior à de seus adversários, o que evidenciou o papel das redes sociais como ferramentas poderosas de mobilização e propaganda política (Mello 2020);

A teoria da "publicidade mediada" é fundamental para entender como a mídia permite a transmissão de informações a grandes audiências, independente de não estarem presentes. Thompson argumenta ainda que o controle da visibilidade dos atos públicos pode ser entendido como “privatização do espaço público” e implicitamente “privatização simbólica” que denotaria o controle da mídia no sentido de decidir não somente qual informação será veiculada, mas também molda a percepção pública, influenciando a opinião e a narrativa política (Thompson, 1995);

O conceito de propaganda política patrocinada pelo Estado, abordando como a mídia pode ser usada para construir consenso e moldar a opinião pública em favor de agendas governamentais. Este conceito é particularmente relevante para a análise do uso da TV Brasil por Jair Bolsonaro, que, conforme a hipótese do estudo, pode ter servido tanto para a promoção de políticas governamentais quanto para a propaganda eleitoral (Chomsky, 2014);

A análise do discurso, oferece ferramentas para a investigação das estratégias discursivas empregadas nas declarações de Jair Messias Bolsonaro. A metodologia proposta pelo autor é aplicada para contextualizar, segmentar e analisar declarações, permitindo determinar se tais declarações se enquadram mais como ato de governo ou como estratégias de propaganda eleitoral, e identificar como esses discursos influenciam a percepção pública sobre o sistema de votação (Souza, 2014);

Encerrado os principais conceitos teóricos, realizou-se em agosto de 2024, uma série de consultas ao sistema da plataforma Capes, buscando identificar como os principais temas abordados na pesquisa estavam sendo analisados por outros pesquisadores.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



No campo da análise discursiva aplicada à política brasileira, estudos recentes têm focado na retórica de Jair Bolsonaro, mas com ênfase em temas como covid-19, racismo e sexualidade. A falta de estudos específicos sobre o uso da TV Brasil para fins eleitorais e a possível disseminação de desinformação é uma lacuna que o presente estudo pretende abordar.

Embora haja pesquisas sobre as eleições, os estudos são focados em fraudes eleitorais e desinformação são relativamente escassos. De acordo com os trabalhos encontrados, há uma concentração em fraudes relacionadas às cotas de gênero e ao enfraquecimento democrático, enquanto análises específicas sobre o sistema eletrônico de votação são inexistentes.

Sendo assim, a análise proposta no projeto de pesquisa se insere em um contexto de crescente polarização e desconfiança nas instituições eleitorais e no sistema de votação. Ao empregar a análise do discurso para investigar se as declarações de Jair Bolsonaro na TV Brasil possam ser interpretadas como um ato de governo ou uma estratégia de propaganda eleitoral, o estudo busca preencher lacunas existentes na literatura atual e contribuir para uma compreensão mais profunda das consequências da interpretação dessas declarações na percepção pública e na confiança no sistema eleitoral.

Os principais autores e teorias discutidos aqui fornecem uma base inicial para a análise proposta, permitindo uma abordagem crítica e fundamentada das declarações de Bolsonaro e seu impacto na política brasileira.

CRONOGRAMA

Etapa 1: Planejamento e Revisão

- Elaborar um plano detalhado de análise com base na metodologia de Sérgio A. F. Souza.
- Revisar estudos sobre contexto político e midiatização de discursos eleitorais e atos de governo.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



- Estabelecer critérios para identificar características de atos de governo e propaganda eleitoral.
- Preparar um protocolo de coleta de dados.

Etapa 2: Coleta dos dados, transcrição e organização

- Identificar e coletar todas as declarações relevantes de Jair Messias Bolsonaro sobre o sistema eletrônico de votação na TV Brasil durante o evento em análise.
- Transcrever e organizar as declarações coletadas.

Etapa 3: Análise Preliminar

- Analisar o contexto político e midiático das declarações (pré-eleições, candidatos, e o papel da TV Brasil).
- Realizar uma análise preliminar das declarações.
- Definição do Modelo Analítico
- Refinar o modelo analítico para distinguir entre características de ato de governo e propaganda eleitoral.

Etapa 4: Análise Detalhada

- Aplicar as técnicas de análise do discurso de Sérgio A. F. Souza às declarações.
- Categorizar as declarações conforme os critérios definidos para atos de governo e propaganda eleitoral.
- Construir um quadro qualitativo que evidencie a presença de características de ato de governo ou propaganda eleitoral no discurso analisado.
- Elaborar uma primeira versão da análise qualitativa.

Etapa 5: Consolidação e Redação

- Revisar a análise qualitativa e ajustar conforme necessário.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



- Integrar a análise com a contextualização e interpretar as implicações para a percepção pública e a confiança no sistema de votação.
- Redigir o relatório final da pesquisa, incluindo a introdução, metodologia, análise dos dados, e conclusão.

Etapa 6: Revisão e Apresentação

- Revisar o relatório para garantir a clareza e a precisão dos argumentos.
- Realizar ajustes finais.
- Preparar uma apresentação para defesa e compartilhamento dos resultados.

REFERÊNCIAS

ABRANCHES, Sérgio. **Polarização radicalizada e ruptura eleitoral.** In: ABRANCHES, Sérgio et al. Democracia em risco? 22 ensaios sobre o Brasil hoje. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

ALVIM, Frederico Franco. **O direito eleitoral como elo entre a democracia e a representação política.** Revista Eletrônica da EJE, Brasília, ano 4, n.4, p. 27-31, jun./jul. 2014.

BRITO CRUZ, Francisco (coord.); MASSARO, Heloisa; OLIVA, Thiago; BORGES, Ester. **Internet e eleições no Brasil: diagnósticos e recomendações.** InternetLab, São Paulo, 2019. disponível em:
http://www.internetlab.org.br/wp-content/uploads/2019/09/policy-infopol-26919_4.pdf

CHOMSKY, Noam. **Mídia, Propaganda Política e Manipulação.** Tradução Fernando Santos. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2014.

MELLO, Patrícia Campos. **A máquina do ódio: notas de ma repórter sobre fake news e violência digital.** / Patrícia Campos Mello. - 1^a ed. - São Paulo : Companhia das Letras, 2020.

PINTO, SURAMA CONDE SÁ . **Algumas considerações sobre a relação eleições, voto e democracia.** REVISTA BRASILEIRA DE HISTÓRIA. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbh/a/Y47zfWpc3TzxmYBfSm669fR/#.> acesso em Junho de 2022.

SOUZA, Sérgio A. F. Análise de discurso: **procedimentos metodológicos.** Manaus: Census, 2014. Disponível em: <https://www.sergiofreire.pro.br/ad/AD-RoteirodeAnalise.pdf> Acesso em Julho de 2024.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia** / John B. Thompson; tradução de Wagner de Oliveira Brandão; revisão da tradução Leonardo Avritzer - Petrópolis, RJ: Vozes, 1998

<https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2020/Julho/sistema-eletronico-de-votacao-garante-seguranca-do-voto-e-liberdade-democratica>

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



<https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Novembro/presidente-do-tse-apresenta-numeros-do-2o-turno-das-eleicoes-2022>

<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2022/noticia/2022/10/27/urnas-eletronicas-entenda-a-tecnologia-que-gera-o-resultado-das-eleicoes-em-poucas-horas.ghtml>

<https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2024/Marco/conheca-os-procedimentos-e-as-entidades-legitimadas-para-auditar-e-fiscalizar-os-sistemas-eleitorais>

<https://www.cnnbrasil.com.br/politica/eleicoes-2022-veja-quem-sao-os-candidatos-a-presidencia-da-republica/>

<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2022/apuracao/presidente.ghtml>

<https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2018/Setembro/tse-indefere Pedido-de-registro-de-candidatura-de-lula-a-presidencia-da-republica>

ref 8 <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/apuracao/presidente.ghtml>

<https://www.cnnbrasil.com.br/politica/bolsonaro-tem-58-milhoes-de-seguidores-nas-redes-sociais-lula-24-milhoes/>

<https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2023/Junho/por-maioria-de-votos-tse-declara-bolsonaro-inelegivel-por-8-anos>

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFICA E ESTATÍSTICA - **Pesquisa nacional por amostra de domicílios: acesso à internet e posse de telefone móvel celular para o uso pessoal** 2008. Rio de Janeiro: IBGE, 2009. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv43025.pdf>. Acesso em julho de 2024.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFICA E ESTATÍSTICA - **Pesquisa nacional por amostra de domicílios contínua: acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para o uso pessoal 2018**. Rio de Janeiro: IBGE, 2020. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101705> Acesso em julho de 2024.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



BRASIL NAS URNAS, PRESIDENCIÁVEIS NA BANCADA: ANÁLISE DAS ENTREVISTAS DO JORNAL NACIONAL COM OS CANDIDATOS À PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA ENTRE 2002 E 2022

Lucas Rodrigues FÉLIX

Doutorando no PPGEM - Estudos da Mídia e Produção de Sentido¹

e-mail: falecomlucasfelix@gmail.com

Resumo

As eleições gerais brasileiras, apontadas por Nicolau (2012) como mundialmente relevantes pela dimensão do público votante, são também consideradas por Mundim (2010) como momentos midiáticos por excelência. O *Jornal Nacional*, principal noticiário televisivo do país, aproveita desde 2002 o potencial de influência da mídia na formação da opinião pública para entrevistar ao vivo os principais candidatos à Presidência da República, conforme destaca Neves (2008). Com o auxílio das técnicas de análise de conteúdo e análise do discurso, tendo respectivamente Bardin (1977) e Orlandi (2000) como referências centrais, esta pesquisa busca observar as temáticas mais destacadas pela TV Globo nas sabatinas com os presidenciáveis realizadas nos anos de 2002, 2006, 2010, 2014, 2018 e 2022, acompanhando a evolução de abordagem de temáticas que ganharam relevância ao longo do século XXI e identificando os critérios de noticiabilidade que norteiam o *JN*.

Palavras-chave

Estudos da Mídia; telejornalismo; eleições; *Jornal Nacional*; democracia

INTRODUÇÃO

A partir de 2002, o *Jornal Nacional* se transformou em um produto midiático central na cobertura eleitoral brasileira. Diante da vitrine da TV Globo, ainda alcançadora diariamente de cerca de vinte milhões de brasileiros, os presidenciáveis passaram a ser entrevistados na bancada do noticiário em todos os pleitos do século XXI. Na primeira incursão, os candidatos sabatinados foram Ciro Gomes (PPS), Anthony Garotinho (PSB), José Serra (PSDB) e Luiz Inácio Lula da Silva (PT).

Diante da lembrança da edição realizada pelo *JN* do debate de 1989, que Neves (2008) recupera ter favorecido Fernando Collor de Mello (PRN) em seu confronto com

¹ Orientado pela Prof. Dra. Luciana Miranda Costa.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Lula, Nascimento (2022) aponta que as entrevistas foram todas realizadas ao vivo. O expediente se repetiu posteriormente, como em 2006, quando foram ouvidos Geraldo Alckmin (PSDB), Heloísa Helena (PSOL), Cristovam Buarque (PDT) e o candidato à reeleição Lula (PT).

Em 2010, as sabatinas foram realizadas com Dilma Rousseff (PT), Marina Silva (PV) e José Serra (PSDB). Em 2014, Aécio Neves (PSDB), Eduardo Campos (PSB), a candidata à reeleição Dilma (PT) e o Pastor Everaldo (PSC) foram os candidatos inicialmente convidados. Já as entrevistas feitas pelo *JN* em 2018 ocorreram antes do ataque com faca sofrido por Jair Bolsonaro no município mineiro de Juiz de Fora, sendo assim um dos poucos momentos midiáticos da campanha a questionar de maneira uniforme todos os principais candidatos à época. Além dele, foram ouvidos Ciro Gomes (PDT), Alckmin (PSDB), Marina (Rede) e Fernando Haddad (PT).

Em 2022, Lula (PT), Bolsonaro (PL), Ciro (PDT) e Simone Tebet (MDB) foram os candidatos entrevistados pelo *JN* em uma das corridas eleitorais mais mobilizadoras da opinião pública desde a redemocratização. Durante as sabatinas com os presidenciáveis, além da performance política dos candidatos, precisa ser apontado também com relevância o protagonismo dos entrevistadores, analisando como eles representam o interesse da população dentro de uma concessão pública. Uma das averiguações realizadas incidirá sobre se a performance dos âncoras corrobora a percepção de Paillet (1986) e Amorim (2015) sobre como a imprensa se porta como um quarto poder, numa visão em que Albuquerque (2000) aponta a tentativa de um relativo controle sobre as instituições. Para isso, serão observados elementos como a evolução temporal das temáticas abordadas, as especificidades de cada processo eleitoral e a identificação dos critérios de noticiabilidade, podendo contextualizar se as práticas do *JN* e os seus efeitos posteriores demonstram a influência dos meios de comunicação de massa no debate público, inclusive na agenda eleitoral, como também sugere Miguel (2019) em análise sobre a trajetória específica da TV Globo.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Diante da relevância do *Jornal Nacional*, a pesquisa objetiva analisar a sua cobertura ao longo das referidas entrevistas realizadas com os principais candidatos à Presidência da República durante as eleições gerais brasileiras no recorte entre 2002, ano em que as sabatinas começaram a ser realizadas, e 2022. Dessa forma, será possível a categorização e compreensão das temáticas destacadas pela emissora em seus diálogos com os presidenciáveis, permitindo a comparação entre as prioridades do grupo empresarial e as da sociedade brasileira.

MÉTODO

A análise de conteúdo (AC) é aplicada de múltiplas maneiras nos estudos para a comunicação, sendo apontada por Bardin (1977) como um instrumento de fácil adaptabilidade. Chizzotti (1991) ressalta a técnica por sua habilidade para a combinação de elementos qualitativos e quantitativos.

Bardin (1977) frisa que o processo taxonômico é parte da nossa rotina. A pesquisa é baseada a partir da captação do material, através da clipagem do conteúdo nas ocasiões determinadas, que são as entrevistas realizadas pelo *JN* com os principais candidatos à Presidência da República. Ao todo, serão analisadas 24 entrevistas concedidas por 14 diferentes aspirantes ao Palácio do Planalto. As questões trazidas em cada sabatina são consideradas unidades de análise, posteriormente relacionadas aos campos sociais conceituados por Bourdieu (1983) como diretamente interessados na agenda política.

A categorização permitirá que a análise possa ser dividida por diversos recortes que dialoguem com as teorias do jornalismo, incluindo os critérios de noticiabilidade, como os listados por Traquina (2008) e Bonner (2009). Com o modelo, o apontamento das tendências poderá ser embasado por dados percentuais que as referendem.

Wolf (2003) pontua que a verificação sobre o grau dos acontecimentos deve ocorrer questionando se eles são suficientemente interessantes. Especialmente ao se

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



pensar no jornalismo televisivo, Bourdieu (1997, p. 23) ressalta a relevância da audiência na tomada de decisões, apontando que há pessoas que possuem a televisão como única fonte de informação. Conforme Meyrowitz (1985), a ascensão da televisão rompeu a ideia de segmentação dos públicos, atingindo também o cenário político. Esse papel aumentou o desafio do jornalismo ao lidar com o ambiente eleitoral, deixando visível a sua responsabilidade em lidar com as consequências das posturas adotadas, como vaticina Martins (2005).

Dessa forma, torna-se necessária a análise do discurso, metodologia disseminada na França por Michel Pêcheux e introduzida de forma destacada no Brasil por Orlandi (2000). Através da técnica, é buscada a compreensão sobre como o discurso midiático é um suporte sustentado não apenas no que é pronunciado, mas igualmente no que poderia surgir e sofre com a omissão. O estudo parte da premissa de que não há neutralidade nas opções discursivas, mesmo quando se busca emular formalismo e objetividade. A contradição é característica intrínseca da nossa sociedade, o que Maingueneau (1998) aponta ocorrer no jornalismo desde as primeiras etapas do processo produtivo. A pesquisa busca, portanto, elencar quais são os campos sociais beneficiados ou prejudicados a partir das escolhas da TV Globo.

PRIMEIRAS DISCUSSÕES

A cada dois anos, o Brasil reafirma a sua posição de referência política latino-americana, conforme aponta Ames (2003), com a consolidação do seu mais longevo período com as instituições sob o funcionamento ininterrupto de um regime democrático através da realização de eleições livres, justas e regulares. Na eleição geral de 2022, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) registrou o comparecimento de 124.252.796 eleitores às urnas eletrônicas no segundo turno. O número correspondeu a 79,41% do total de brasileiros aptos a participar do sufrágio universal realizado no país, que Nicolau (2012) frisa não possuir restrições significativas que impeçam o engajamento dos cidadãos na votação. A Constituição Federal do Brasil (1988) observa que o voto deve ser direto e

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



secreto, com valor igual para todos. Para a escolha do presidente da República, o candidato eleito necessita obter a maioria absoluta dos votos válidos.

Na história das coberturas eleitorais brasileiras, a disputa presidencial de 2002 marcou um expressivo incremento do espaço midiático dedicado à corrida rumo ao Palácio do Planalto na imprensa profissional brasileira. Neves (2008, p. 9) aponta que os pleitos habitualmente constituem um momento em que se evidenciam tanto o papel da mídia como o comportamento dos veículos de comunicação na formação da opinião pública. Entre a disputa que marcou a reeleição do Fernando Henrique Cardoso e o primeiro embate nas urnas do novo milênio, contudo, o espaço da campanha eleitoral no *Jornal Nacional* cresceu de aproximadamente 5% da duração da atração para praticamente um terço do seu conteúdo, aponta Miguel (2003).

Foi a primeira vez em sua história em que o *JN* maximizou o alcance de todos os principais candidatos à Presidência da República. O acompanhamento do pleito de 2002 foi marcado, conforme Souza (2007, p. 77) e Machado (2021, p. 36), por uma divulgação maior de pesquisas e pela abordagem mais ampla das responsabilidades presidenciais diante dos problemas da população. O padrão de superexposição política foi replicado também nas principais concorrentes da TV Globo, sendo que Barros (2006, p. 28) lista que até mesmo a MTV (Music Television) acompanhou a agenda dos candidatos. No Brasil, Aires (2017, p. 41) pontua que os políticos vivem em uma permanente busca pela visibilidade positiva que pode ser concedida pelos meios de comunicação, observando elementos como o capital político, o perfil do público e a abrangência dos veículos.

Além do acompanhamento da rotina dos postulantes, o *JN* decidiu também iniciar a realização de entrevistas ao vivo em sua bancada com os principais presidenciáveis, com um critério de convite que Bonisem (2008) relata ter sido feito através dos apontamentos das sondagens dos institutos Datafolha, Ibope e Vox Populi. Para Carvalho (2014), a opção editorial foi relevante politicamente para que o desempenho dos candidatos fosse avaliado além das limitações da propaganda eleitoral obrigatória e

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



jornalisticamente para que a realização das sabatinas ao vivo limitasse as possibilidades de manipulações do conteúdo.

As entrevistas ganharam progressivamente mais espaço nas eleições seguintes, reforçando a necessidade de um estudo que contemple o desenvolvimento do espaço e da forma das sabatinas. Conforme Feres Júnior e Sassara (2016, p. 31), a periodicidade das disputas eleitorais não se converte em repetições. Embora determinadas características permaneçam ao longo dos pleitos, cada eleição traz novos padrões de comportamento que merecem renovadas análises acadêmicas. Apesar disso, a realização de uma revisão integrativa, conforme modelo de Mendes *et al.* (2008), não localizou produções que contemplam a evolução das entrevistas do *Jornal Nacional* com os candidatos, com os conteúdos já publicados se resumindo a observar o conjunto das conversas em apenas um dos anos da disputa.

CRONOGRAMA

Ao longo do primeiro semestre, além da realização de disciplinas relevantes para o aperfeiçoamento do projeto de pesquisa, como Estudos da Mídia e Produção de Sentido e Metodologias da Pesquisa em Comunicação Midiática, os procedimentos para a produção da tese incluíram a coleta e o agrupamento dos dados, além da pesquisa bibliográfica sobre a história eleitoral brasileira. No período que se inicia, o objetivo é iniciar a interpretação do material referente às entrevistas realizadas pelo *Jornal Nacional* com os presidenciáveis entre os anos de 2002 e 2022. A escrita dos primeiros capítulos também será construída, narrando o papel do acompanhamento da mídia no processo eleitoral brasileiro durante o período da redemocratização do país.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



REFERÊNCIAS

AIRES, Janaíne Sibelle Freire. **Comunicadores-Políticos no Brasil: um elo de conexão entre os sistemas midiático e político**. Tese (Comunicação). Rio de Janeiro: UFRJ, 2017.

ALBUQUERQUE, Antônio. Um outro quarto poder: jornalismo e responsabilidade política no Brasil. In: **Contracampo**, v. 4. Rio de Janeiro: UFF, 2000.

AMES, Barry. **Os entraves da democracia no Brasil**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2003.

AMORIM, Paulo Henrique. **O quarto poder: uma outra história**. São Paulo: Editora Hedra, 2015.

ARCOVERDE, Henrique Oliveira. **Eleição presidencial de 2014: uma análise da cobertura da mídia sobre os candidatos Eduardo Campos e Marina Silva**. Monografia (Comunicação Social). Brasília: UnB, 2015.

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

BARROS, Hugo Correia da Costa. **Mídia e eleição: a cobertura da Rede Globo nas eleições 2002**. Monografia (Propaganda e Marketing). Brasília: UniCEUB, 2006.

BONISEM, Fabiano Mazzini. **A política que passa na TV: como o Jornal Nacional reconfigurou o sentido da política nas eleições presidenciais de 2002**. Dissertação (História). Vitória: UFES, 2008.

BONNER, William. **Jornal Nacional – Modo de Fazer**. Rio de Janeiro: Editora Globo, 2009.

BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, 1988.

CARVALHO, Fernanda Cavassana de. Mídia e eleições: as entrevistas do *Jornal Nacional* aos candidatos à presidência do Brasil em 2014. In: **Aurora: revista de arte, mídia e política**, v. 7, n. 21. São Paulo: PUC, 2014.

CHIZZOTTI, Antonio. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. São Paulo: Cortez, 1991.

FERES JÚNIOR, João; SASSARA, Luna de Oliveira. O cão que nem sempre late: o Grupo Globo e a cobertura das eleições presidenciais de 2014 e 1998. In: **Revista Compolítica**, v. 6, n. 1. Rio de Janeiro: Compolítica, 2016.

GLOBO. **JN: 50 anos de telejornalismo**. Rio de Janeiro: Globo Livros, 2019.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



MACHADO, Marta Corrêa. **A cobertura de eleições presidenciais brasileiras pelo Jornal Nacional: a literatura, as imagens e algumas discussões.** Tese (Administração Pública e Governo). São Paulo: FGV, 2021.

MAINIGUENEAU, Dominique. **Termos-chave da análise do discurso.** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2000.

MARTINS, Franklin. **Jornalismo político.** São Paulo: Contexto, 2005.

MENDES, Karina Dal Sasso *et al.* Revisão integrativa: método de pesquisa para a incorporação de evidências na saúde e na enfermagem. In: **Texto & Contexto**, n. 17. Florianópolis: UFSC, 2008.

MEYROWITZ, Joshua. *No sense of place: the impact of electronic media on social behavior.* Nova York: Oxford University Press, 1985.

MIGUEL, Luis Felipe. A eleição visível: a Rede Globo descobre a política em 2002. In: **DADOS - Revista de Ciências Sociais**, v. 46, n. 2. Rio de Janeiro: UERJ, 2003.

MIGUEL, Luis Felipe. **O colapso da democracia no Brasil: da Constituição ao golpe de 2016.** São Paulo: Fundação Rosa Luxemburgo, 2019.

MUNDIM, Pedro Santos. Um modelo para medir os efeitos da cobertura da imprensa no voto: teste nas eleições de 2002 e 2006. In: **Opinião Pública**, v. 16, n. 2. Campinas: Unicamp, 2010.

NASCIMENTO, Laura Rocha do. **Jornal Nacional e as entrevistas presidenciais em 2022: elementos jornalísticos e métodos produtivos.** Monografia (Comunicação - Jornalismo). Rio de Janeiro: UFRJ, 2022.

NEVES, Flora. **Telejornalismo e poder nas eleições presidenciais.** Summus, 2008.

NICOLAU, Jairo. **Eleições no Brasil: do Império aos dias atuais.** Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de discurso: princípios e procedimentos.** Campinas: Pontes, 2000.

PAILLET, Marc. **Jornalismo, o quarto poder.** São Paulo, Brasiliense, 1986.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. **Muito além do Jardim Botânico: um estudo sobre a audiência do Jornal Nacional da Globo entre trabalhadores.** São Paulo: Summus, 1985.

SOUZA, Florentina das Neves. **O Jornal Nacional e as eleições presidenciais 2002 e 2006.** Tese (Comunicação e Artes). São Paulo: USP, 2007.

TRAVANCAS, Isabel Siqueira. **Juventude e televisão: um estudo da recepção do Jornal Nacional entre jovens universitários cariocas.** Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação.** Lisboa: Editorial Presença, 2003.

PARTE 8

Interfaces entre a Educação e a Comunicação

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



O IMPACTO DO PLANEJAMENTO COMUNICACIONAL NO SISTEMA ENEM/SISU: ESTRATÉGIAS PARA AUMENTAR MATRÍCULAS EM INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR PÚBLICAS

Priscila KRÜGER

Doutoranda no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais
e-mail: [priscilahbk@gmail.com]

Resumo

A adesão ao SiSU por parte das universidades brasileiras acarretou uma alteração na metodologia do processo de ingresso e nos procedimentos de preenchimento das vagas iniciais nos cursos de graduação. Para além das variáveis socioeconômicas que interferem no acesso ao ensino superior, presume-se que a adoção de determinadas estratégias comunicacionais pode ajudar no ato de escolha de uma instituição por parte dos candidatos quando da análise das características inerentes a cada universidade. Dito disso, é preciso identificar fatores que contribuem no processo decisório dos estudantes para a escolha de uma universidade para, então, compreender como a comunicação pode apoiar as universidades públicas brasileiras a conquistar e fidelizar esses estudantes ante os desafios advindos do ingresso unificado no ensino superior. Portanto, a pesquisa ora apresentada tem a finalidade de propor diretrizes para o planejamento comunicacional de uma Instituição de Ensino Superior Pública durante o processo SiSU.

Palavras-chave

Universidades Públicas, planejamento de comunicação, SiSU.

INTRODUÇÃO

No ano de 2009 surgiu a proposta de unificar o ingresso de alunos na rede de ensino superior. Nascia o Sistema de Seleção Unificada – SiSU – que reúne as vagas ofertadas por instituições públicas de ensino superior de todo o Brasil em um sistema eletrônico gerido pelo Ministério da Educação – MEC. Vejamos como a mudança no processo de ingresso vem impactando as Instituições de Ensino Superior – IES - e como a comunicação institucional pode impactar nesse processo.

Apresentando a possibilidade de com uma única prova os candidatos poderem concorrer a uma vaga em qualquer instituição pública do país, o SiSU ampliou a cartela

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



de concorrência entre as universidades. Assim, espera-se que àquelas que mais efetivamente conquistarem candidatos está reservado o preenchimento de suas vagas de forma célere. O anseio de ingressar em uma determinada IES, que muitas vezes pode estar distante geograficamente, pode vir a ser fator relevante quando da escolha dos futuros discentes (Nogueira et al., 2017).

Dito isto, é preciso identificar fatores que contribuem no processo decisório dos estudantes para a escolha de uma universidade para, então, compreender como a comunicação pode apoiar as universidades públicas brasileiras a conquistar esses discentes ante os desafios advindos do ingresso unificado no ensino superior.

Nessa toada, um dos efeitos colaterais da adesão ao sistema unificado já mapeados pela literatura, por exemplo, é a necessidade de inúmeras convocações de candidatos até que sejam preenchidas todas as vagas disponíveis (Vargas, 2019). De fato, muitas vezes os candidatos submetem-se a uma vaga a qual não tem interesse real em ocupar, seja por não ser o curso desejado ou mesmo por não ser a instituição ao qual realmente almeja (Cássio; Travitzki; Jacomini, 2023). Para esta última possibilidade, a comunicação pode agir do sentido de fomentar o desejo de pertencimento a uma determinada universidade. Nesta toada, o desejo de ser discente em uma determinada instituição pode colaborar para que mesmo aprovado o candidato renuncie a sua vaga a fim de permanecer tentando alcançar seu objetivo perante outra IES (Almeida et al., 2016).

Nesta toada, com base em estudos já existentes na literatura acerca da relação existente entre o SiSU e a não efetivação de matrícula nas universidades públicas (Almeida et al., 2016; Nogueira et al., 2017; Vargas, 2019; Cássio; Travitzki; Jacomini, 2023), uma hipótese que se avulta é que um planejamento comunicacional eficaz durante o processo SiSU pode aumentar significativamente o número de matrículas em uma IES pública em primeira chamada. Outra hipótese vislumbrada aponta que estratégias de comunicação personalizadas e focadas nas motivações dos candidatos no processo SiSU resultam em um maior índice de conversão de candidatos em matrículas.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Ciente que a comunicação não é o único que influencia no ingresso ao sistema superior de ensino (Rigo, 2022), a presente proposta de trabalho acadêmico é construída objetivando propor diretrizes para o planejamento comunicacional de uma universidade durante o processo SiSU. Em assim sendo, questiona-se: quais estratégias de comunicação podem orientar o planejamento de uma IES pública no processo SiSU para aumentar o número de matrículas?

MÉTODO

O presente trabalho se classifica como do tipo exploratório, descritivo, indutivo, de abordagem qualitativa-quantitativa e através do método de estudo de caso (Fachin, 2001; Yin, 2015). Nesse sentido, o método de estudo de caso mostra-se viável ante a ausência de controle dos eventos comportamentais a serem observados e perante a análise de eventos contemporâneos (Yin, 2015). No caso em tela, o estudo assume um caráter instrumental (Punch, 2014) na medida em que a partir da análise de uma universidade específica busca-se identificar parâmetros comunicacionais aplicáveis às demais IES com foco em prospectar novos alunos de maneira efetiva. Dessa forma, espera-se que as características comuns a instituições de ensino que forem identificadas na universidade analisada possam ser replicadas às demais.

A instituição escolhida para análise foi a Uern, IES em que a pesquisadora é servidora pública de carreira desde 2011 e onde exerce, desde 2022, a função de Assessora de Comunicação. O conhecimento acerca da instituição e a facilidade de acesso aos dados e informações foram uma das determinantes para esta escolha.

No ano de 2022, a partir da necessidade profissional de acompanhar o processo SiSU, a baixa conversão de candidatos SiSU em discentes Uern implicou na necessidade de compreender o porquê daquele fenômeno. Após pesquisa bibliográfica narrativa foram identificados estudos acadêmicos que analisarem os impactos do SiSU no preenchimento das vagas em cursos de graduação ofertadas pelas IES públicas no Brasil. Este estudo permitiu compreender que a dificuldade em preencher as vagas de forma célere era uma realidade que havia se estendido a diversas outras universidades que aderiram ao SiSU.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Conforme ensina Robert Yin (2015), a coleta de dados do presente estudo de caso emergiu da análise de três categorias de fontes de evidência: i) da documentação institucional (peças comunicacionais veiculadas e respectivos editais); ii) registros em arquivo (dados de inscrições e controle interno de cadastro institucional); e iii) questionário estruturado.

A compreensão das motivações que influenciam o processo de escolha por uma determinada instituição de ensino superior poderá ser compreendida a partir do cruzamento entre os **dados quantitativos** dos candidatos envolvidos no processo SiSU e a **análise qualitativa** do ponto de vista dos alunos matriculados na instituição examinada coletado através de questionário estruturado. Após estas etapas, presume-se a possibilidade de definições de parâmetros globais aplicáveis a outras IES a fim de utilizarem estratégias específicas de comunicação como forma de potencializar a conversão de candidatos em alunos cadastrados de maneira efetiva.

PRIMEIRAS DISCUSSÕES

Considerando as dificuldades elencadas em estudos específicos da área de educação sobre os impactos do SiSU no ingresso de estudantes de graduação nas universidades públicas (Almeida *et al.*, 2016; Nogueira *et al.*, 2017; Vargas, 2019; Cássio; Travitzki; Jacomini, 2023), é possível inferir que, não obstante as questões socioeconômicas envolvidas no acesso ao ensino superior (Rigo, 2022), processos comunicacionais podem contribuir para a conquista de novos estudantes comprometidos com a tomada de decisão.

Nesse sentido, a necessidade de compreensão acerca das motivações dos alunos e alunas quando da escolha de sua universidade torna-se relevante. É preciso melhor compreender o público-alvo da comunicação publicitária das instituições e precisam ser ponderadas e consideradas quando da gestão de imagem das IES a fim de que fiquem sedimentadas no imaginário social (Moser; Del-Vechio; Bona, 2021). Neste diapasão, uma das maneiras de sedimentar no imaginário do público o valor de uma empresa, organização ou instituição é fortalecer sua imagem, a qual deve refletir todo o potencial

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



e os valores tangíveis e intangíveis presentes na organização ela que representa (Almeida, 2016).

Por outro lado, a marca, para além dos signos visuais que a representa, é a promessa de uma organização a um cliente de “concretizar aquilo que ela simboliza em termos de benefícios funcionais, emocionais, de autoexpressão e sociais” (Aaker, 2015, p. 12). Para além disso, tanto Aaker (2015) como Tessmann e Kreutz (2016) ainda complementam esta conceituação ao descrever a marca como uma relação que evoluiu com base nas percepções e experiências do cliente e se modifica a cada ponto de contato deste com a organização. No caso das Universidades, a pluralidade de públicos que integram a comunidade acadêmica dificulta não apenas a identificação de seus perfis, mas também as formas de relacionamento entre eles (Ribeiro; Bastos, 2015).

Ao olharmos especificamente para universidades, o trabalho de imagem dessas instituições implica na capacidade de promover associações positivas no imaginário social, uma vez que lidam com “produtos” intangíveis. Esta capacidade apresenta-se como fundamental para a atração e captação de público (Ruão, 2005). Neste diapasão, o ato de atrair discentes está relacionado, também, com a capacidade da universidade de se comunicar com o público de maneira que consiga destacar seus aspectos positivos e seus diferenciais capazes de obter a confiança e, claro, a preferência dos candidatos e candidatas (Ribeiro; Bastos, 2015). É justamente neste espaço que a gestão da identidade e da imagem destas organizações faz morada. De fato, a imagem institucional está intimamente ligada à competitividade neste nicho onde a preferência do aluno por esta ou aquela instituição pode determinar a sua sobrevivência (Ribeiro; Bastos, 2015). Desta forma, assim como outros setores da economia, as dificuldades e desafios oriundos do aumento da concorrência incentivam as IES a incorporarem ações voltadas a gestão de sua imagem (Moser; Del-Vechio; Bona, 2021). Afinal,

Finalmente, longe de aqui esgotar o amparo teórico que pode subsidiar o trabalho a ser executado, esta proposta de pesquisa busca elencar, brevemente, como que a utilização de estratégias de comunicação pode beneficiar as universidades públicas

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



brasileiras a partir do prisma do sistema unificado de seleção, principalmente no que concerne ao ingresso de novos alunos, mas também, de forma secundária, a própria percepção da sociedade para com estas instituições.

Por todo o exposto, é importante compreender até que ponto as universidades têm implementado ações de gestão de imagem com vistas a conquistar e fidelizar novos alunos e, assim, desenvolver diretrizes que podem ser aplicadas a fim de potencializar o ingresso de discentes em seus cursos de graduação.

CRONOGRAMA

A Tabela I ilustra o plano e o cronograma de execução do projeto de mestrado em questão. As atividades descritas anteriormente serão executadas ao longo de quatro anos letivos, que aparecem divididos em 04 trimestres cada: primeiro (T1), segundo (T2), terceiro (T3) e quarto (T4) sucessivamente. Cada uma das atividades mostradas na tabela I representa sua equivalência numérica do plano de atividades.

Atividade	2023				2024				2025				2026			
	T1	T2	T3	T4												
1	x	x	x	x	x	x										
2		x														
3			x	x	x				x							
4			x	x	x	x										
5			x	x	x	x	x	x								
6									x							
7										x	x					
8											x	x	x			
9												x	x			
10												x	x			
11									x	x	x	x	x	x		
12																x

REFERÊNCIAS

AAKER, David. **On Branding**: 20 princípios que decidem o sucesso das marcas. Porto Alegre: Bookman Editora, 2015.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



ALMEIDA, Aléssio Tony Cavalcante de; SIQUEIRA, Liédje Bettizaide Oliveira de; SILVA, Andrea Ferreira da; SOBRAL, Eryka Fernanda Miranda; ROCHA, Evandro Farias. Estratégia Safe Choice sob menor Incerteza e Alocação Ineficiente no Ensino Superior Brasileiro. In: Encontro Regional de Economia, 21. 2016, Fortaleza. **Anais** [...] Fortaleza: [s.n.], 2016.

CÁSSIO, F; TRAVITZKI, R; JACOMINI, M. A. Vagas Ocasas: contradições à ampliação do acesso às Universidades Federais no Brasil. **Educação & Realidade**, Porto Alegre, v. 48, n. [], p. 1-26, 08 maio 2023. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/2175-6236124353vs01>. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/edreal/a/Sf84MGKdR5RhgQWXP6CN49r/>>. Acesso em: 01 jul. 2023. ed. Campinas: Editora UNICAMP, 1997. em comunicação. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, nº 37, dezembro de 2008, pp. 121-127.

FACHIN, Odília. **Fundamentos de metodologia**. São Paulo: Saraiva. 2001.

GIL, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6^a ed, São Paulo: Atlas, 2008.

MEC, Ministério da Educação. Conheça o número de vagas do Sisu 2024 por instituição, 204. Sisu. Disponível em: <<https://www.gov.br/mec/pt-br/assuntos/noticias/2024/janeiro/conheca-o-numero-de-vagas-do-sisu-2024-por-instituicao>>. Acesso em: 27 de jun. de 2024.

MOSER, Eugênia Corrêa; DEL-VECHIO, Roberta; BONA, Rafael José. Imagem de marca a partir das percepções de estudantes de uma instituição de ensino superior de Santa Catarina. **Tropos: comunicação, sociedade e cultura**, Rio Branco, v. 1, n. 10, p. 1-17, jul. 2021. Disponível em: <https://revistas.ufac.br/index.php/tropos/article/view/4731>. Acesso em: 29 ago. 2022.

NOGUEIRA, Cláudio Marques Martins; NONATO, Bréscia França; RIBEIRO, Gustavo Meirelles; FLONTINO, Sandra Regina Dantas. Promessas e limites: o SISU e sua implementação na universidade federal de minas gerais. **Educação em Revista**, [S.L.], v. 33, n. 1, p. 61-90, abr. 2017. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/0102-4698161036>.

PUNCH, K. F. **Introdução à pesquisa social**: abordagens quantitativas e qualitativas 1^a ed, Petrópolis: Editora Vozes, 2021.

RIBEIRO, Jorge Luiz Lordêlo de Sales; BASTOS, Antonio Virgilio Bittencourt. A imagem institucional de uma universidade pública brasileira ao logo do tempo: um estudo de caso sobre construção e gerenciamento da marca. In: **COLÓQUIO INTERNACIONAL DE GESTÃO UNIVERSITÁRIA**, 15., 2015, Mar del Plata. **Anais** [...]. Florianópolis: Ufsc, 2015. p. 1-8. Disponível em: https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/136061/101_00172.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 29 ago. 2022.

RIGO, J. S. A rotatividade de estudantes nos cursos de graduação na UFV: o SISU e as estratégias de acesso e permanência. 2022. **Tese (Doutorado em Educação)** – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2022. Disponível em: <<https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/17348>>. Acesso em: 01 jul. 2023.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



RUÃO, Teresa. O papel da identidade e da imagem na gestão das universidades. In: CONGRESSO SOPCOM, 4., 2005, Aveiro. **Livro de Actas**. Porto: Universidade do Porto, 2005. p. 591-602.

TESSMANN, Tainá Luana Gross; KREUTZ, Elizete de Azevedo. Atmosfera Sueka: brand experience no lançamento de uma marca de moda. In: **Brandtrends Journal**, Lajeado, v. 1, n. 10, p. 34-51, abr. 2016. Disponível em: <https://brandtrendsjournal.com/pdf/brandtrendsjournal-revista10.pdf>. Acesso em: 28 ago. 2022.

VARGAS, Hustana Maria. O SISU na berlinda: presente e uma provocação para o futuro. **Educação em Revista**, [S.L.], v. 35, n. 1, p. 1-16, jan. 2019. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/0102-4698515020>.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Intervenções em Produção Midiática no curso de Educomunicação da UFCG e seu potencial para direcionar Políticas Públicas para Educação Digital

Thalita Oliveira GONÇALVES

Doutorando no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais

e-mail: thalitaogoncalves@gmail.com

Resumo

Os debates contemporâneos sobre educação são permeados pela necessidade de adaptação às práticas digitais e foram intensificados após a promulgação da Lei nº 14.533/2023, que estabelece a Política Nacional de Educação Digital (PNED) com foco na implementação de políticas públicas que priorizem a população mais vulnerável. Nesse contexto, a Educomunicação ressai como um campo relevante, com potencial para liderar as transformações propostas pela PNED. Assim, este estudo tem como objetivo destacar os projetos educacionais com ênfase na área de Intervenção em Produção Midiática desenvolvidos pela comunidade discente e docente do curso de Educomunicação da Paraíba, um dos poucos cursos em Educomunicação a nível superior no Brasil, e o único com grau de bacharelado. A pesquisa, de caráter qualitativo, iniciará com uma análise documental de registros institucionais e históricos relacionados aos projetos de intervenção em produção midiática realizados no curso de Educomunicação da UFCG, que podem ter repercussões em outras cidades do estado, considerando a diversidade regional dos estudantes. Posteriormente, será realizada uma pesquisa de campo utilizando grupos focais para captar opiniões e avaliar o impacto desses projetos nos ecossistemas educacionais envolvidos. A pesquisa tem como objetivo demonstrar que os projetos educacionais em Campina Grande contribuem para o desenvolvimento de habilidades digitais, o empoderamento comunitário e a democratização da comunicação que podem servir como modelo para a implementação de políticas públicas de educação digital em outros municípios.

Palavras-chave

Educomunicação, Produção midiática, Ecossistema educacionais, Empoderamento comunitário, PNED.

INTRODUÇÃO

Os debates contemporâneos sobre educação ressaltam a necessidade do uso das tecnologias da informação (Unesco, 2023). No Brasil, concernente a essa tendência, em 11 de janeiro de 2023 foi sancionada a lei Nº 14.533, que institui a Política Nacional de Educação Digital (PNED), visando “potencializar os padrões e incrementar os resultados

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



das políticas públicas relacionadas ao acesso da população brasileira a recursos, ferramentas e práticas digitais” (BRASIL, 2023).

As diretrizes estabelecidas oportunizam e incentivam os estudos sobre a Educação Midiática, que tem como finalidade desenvolver competências nos indivíduos que favoreçam o uso crítico das mídias (Grossi et al., 2021); e para além, lançam luz acerca da Educomunicação, campo de interface entre a comunicação e a educação, que intenta promover, a partir de ambientes dialógicos, “ações inerentes ao planejamento, implementação e avaliação de processos, programas e produtos destinados a criar e a fortalecer ecossistemas comunicativos” (Soares, 2011, p.44) e que vem ganhando espaço na elaboração de políticas públicas, visto que “além de sua utilização no espaço da educação formal por diversas Secretarias de Educação, destaca-se sua presença em políticas públicas federais, estaduais e municipais” (Almeida, 2024, p.75).

Tendo em vista que as demandas educacionais atuais se circunscrevem sob essa vinculação entre comunicação e educação, a Educomunicação emerge como uma ferramenta estratégica para subsidiar a Lei nº 14.533/2023. A própria Estratégia Brasileira de Educação Midiática (Brasil, 2023) reconhece a educomunicação como um pilar fundamental, enfatizando a participação crítica e a importância de parcerias com a sociedade civil, academia e iniciativa privada para o desenvolvimento de projetos nesse campo, ao passo que “a SECOM pretende trabalhar em parceria com as organizações da sociedade civil, visando desenvolver novos e impulsionar projetos e ações já existentes de interesse público no campo da educação midiática” (Brasil, 2023, p 29).

O Brasil conta com uma oferta ainda restrita de cursos de graduação em Educomunicação, sendo o bacharelado ofertado pela UFCG e a licenciatura na USP, as únicas instituições a ofertarem essa formação (Souza; Mendes, 2018). Com cerca de 15 anos de existência, esses cursos pioneiros têm sido fundamentais para o desenvolvimento do campo da educomunicação no país (Almeida, 2021), e vislumbrando o contexto atual, pode-se inferir que estes já possuam projetos que possam vir a contribuir para consolidação de políticas públicas voltadas à Educação Digital.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



A partir do exposto questiona-se quais são os projetos educomunicativos desenvolvidos em Campina Grande, com foco na área de intervenção de produção midiática, que podem contribuir para a implementação da Política Nacional de Educação Digital (PNED) e quais são seus impactos nos ecossistemas educomunicativos locais? Tem-se como hipótese que os projetos educomunicativos podem servir como modelo para a implementação de políticas públicas de educação digital em outros municípios.

MÉTODO

Com natureza aplicada (Prodanov; Freitas, 2013; Almeida, 2021), esta pesquisa busca contribuir para a construção de políticas públicas eficazes em Educação Digital, aproveitando o potencial das Produções Midiáticas Educomunicativas realizadas na UFCG para o desenvolvimento de habilidades digitais, o empoderamento comunitário e a democratização da comunicação.

A abordagem metodológica será qualitativa, permitindo uma imersão no contexto da pesquisa e a construção de significados a partir do processo investigativo (Prodanov; Freitas, 2013). Como afirma Almeida (2021, p.23) “é na análise dos fenômenos sociais e sua interpretação que se fundamenta o método qualitativo, não necessitando de fórmulas matemáticas e estatísticas”. Prodanov e Freitas (2013, p.70) acrescentam que “a pesquisa tem o ambiente como fonte direta dos dados. O pesquisador mantém contato direto com o ambiente e o objeto de estudo em questão, necessitando de um trabalho mais intensivo de campo”. Para além, realizar um projeto educomunicativo

implica participação e envolvimento nos objetos de estudo educomunicativos, isto é, requer efetividade ou reciprocidade do relacionamento entre o aluno pesquisador e os sujeitos sociais da pesquisa, e clareza do posicionamento implicado. É resultado, pois, da dialética entre participação e distanciamento. (Citelli et al., 2019, p.16).

A pesquisa iniciará com uma revisão de literatura e análise documental (Prodanov; Freitas, 2013; Almeida, 2021) de projetos educomunicativos desenvolvidos por estudantes e docentes do curso de Educomunicação da UFCG, com o objetivo de

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



identificar as principais temáticas e os impactos sociais das produções midiáticas realizadas. Para Almeida (2021, p.32) os documentos podem ser:

arquivos públicos municipais, estaduais e nacionais; documentos oficiais como, leis, anuários, editoriais, relatórios, ofícios, entre outros; ou documentos jurídicos; materiais cartográficos; materiais particulares (quadros, fotografias, monumentos, entre outros); arquivos particulares de instituições privadas ou residências particulares e documentos em geral de ordem eclesiástica, financeira, empresarial, autobiografias, entre outros mais.

Em seguida será realizada uma pesquisa de campo que “consiste na observação de fatos e fenômenos tal como ocorrem espontaneamente” (Prodanov; Freitas, 2013, p.58) buscando captar opiniões e avaliar o impacto desses projetos nos ecossistemas educomunicativos envolvidos. Para coleta de dados se propõe a observação, questionários (Prodanov; Freitas, 2013; Almeida, 2021) ou grupo focal (Gomes, 2005). A análise dos dados será orientada pelos conceitos da Educomunicação e alinhada às diretrizes da Política Nacional de Educação Digital (PNED).

PRIMEIRAS DISCUSSÕES: Educomunicação

Para uma melhor compreensão acerca das discussões é imprescindível refletir sobre a Educomunicação. Aparici (2014, p.29) afirma que “a educomunicação implica a inter-relação de dois campos de estudo: a educação e a comunicação”. Soares (2011, p.44) define como um “conjunto de ações inerentes ao planejamento, implementação e avaliação de processos, programas e produtos destinados a criar e a fortalecer ecossistemas comunicativos”.

É necessário ir além de nomenclatura e definição, para entender as várias faces que envolvem o processo educomunicativo e sua construção histórica. Segundo Soares (2011), o termo foi generalizado a partir dos anos 1980 pela Unesco, referindo-se à "*Media Education*", centralizada na importância da educação para uma recepção crítica dos meios de comunicação. Porém, na América Latina, marcada por regimes autoritários, as mídias eram utilizadas como meio de invasão cultural e controle por parte do Estado

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



(Almeida, 2016), nesse contexto, conforme Citteli et al. (2019), a educomunicação emergiu como resposta ao autoritarismo, buscando fortalecer a participação cidadã e desafiando assim o controle estatal sobre a comunicação.

A resposta a essa problemática surgiu de iniciativas populares que combinaram comunicação e educação. Marques e Borges (2016, p.5) afirmam que “entre os anos de 1970 e 1980 cresceram as atividades desenvolvidas por meio dos chamados movimentos de ‘educação popular’, ‘comunicação alternativa’ ou ‘comunicação popular e alternativa’”. Santos et al. (2020, p.142) afirmam que “pesquisas e experiências práticas em Comunicação/Educação também começaram a conquistar espaço, a partir dos anos 1980, através de estudiosos como Paulo Freire, Jesús Martín-Barbero e Mário Kaplún”.

Para Freire, a comunicação é fundamental para a transformação humana e a construção do conhecimento (Sartori e Soares, 2005). Segundo Veiga e Bonin (2019), a conscientização e a superação da opressão exigem uma pedagogia libertadora que une reflexão e ação.

Segundo Torre (2003), Martín-Barbero aprofundou o estudo das inter-relações entre comunicação, cultura e política. Além disso, como apontam Sartori e Soares (2005), ele propôs o conceito de ecossistema comunicativo, que considera tanto os meios de comunicação quanto as práticas culturais e as narrativas que moldam a vida cotidiana.

Acerca de Mário Kaplún, além de cunhar o termo educomunicador – no sentido de pessoa responsável pela organização de grupos sociais, dando voz a todos os participantes (Nepomuceno, 2012, p.3), “foi um dos precursores do campo da Educomunicação, ao entender a comunicação como direito humano e estratégia popular de luta” (Castro e Camargo, 2020, p.290).

Nascida nesse contexto de lutas populares e mobilizações sociais na América Latina, a Educomunicação emergiu da necessidade de apropriação dos meios de comunicação por parte dos movimentos sociais. Essa prática inovadora, que une educação e comunicação, e que hoje se realiza a partir de 7 áreas de intervenção (Almeida, 2024),

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



ganhou impulso com o apoio da UNESCO, que, a partir dos debates sobre o desenvolvimento da região, buscou integrar essas duas áreas nas políticas públicas (Soares, 2014).

No Brasil, no âmbito das políticas públicas educomunicativas, destacam-se projetos como o Educom.rádio, com objetivo prevenir a violência nas escolas municipais de São Paulo, promovendo a participação ativa dos estudantes por meio do rádio; a Lei Educom (lei municipal 13.941/2005), que propõe o conjunto de ações para integrar comunicação e informação à educação e cultura no âmbito municipal; O programa nas ondas do rádio, com a ampliação do acesso às novas tecnologias, que culminou no Projeto Imprensa Jovem (Prospéro, 2013).

A Educomunicação já exerce um papel importante na promoção de políticas públicas, com potencial de expansão, especialmente após a Lei 14.533/2023, que pode ser ancorada em projetos como os da área de Produção Midiática da Educomunicação na UFCG.

CRONOGRAMA

O projeto de pesquisa foi iniciado em 2024.1, passou por ajustes para melhor se alinhar à linha de pesquisa "estudos da mídia e práticas sociais". Ao longo do semestre, foram concluídas todas as disciplinas obrigatórias do curso, incluindo "Estudos de Mídia e Práticas Sociais", "Metodologias da Pesquisa em Comunicação Midiática" e "Teorias da Comunicação Midiática", além de algumas optativas. As proficiências em inglês e espanhol, exigidas pelo curso, também foram cumpridas. Paralelamente às atividades acadêmicas, foram produzidos resultados como um resumo expandido aprovado para o Intercom Regional 2024. Além disso, o estudante acompanhou eventos relevantes para a área, como os encontros prévios do X Educom e os debates do Senado sobre Educação Midiática.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Ítalo D.'Artagnan. **Metodologia do trabalho científico**. – Recife: Ed. UFPE, 2021.
ISBN 978-65-5962-058-6

ALMEIDA, Lígia Beatriz Carvalho de. **Projetos de intervenção em educomunicação**.
Campina Grande: EDUFCG, 2024

ALMEIDA, Raija. Panorama da formação em Educomunicação da UFCG. In: SOARES, Ismar de Oliveira; VIANA, Claudemir Edson. Trajetórias da educomunicação nas políticas públicas e a formação de seus profissionais. 2021.

APARICI, Roberto. **Introdução: educomunicação para além do 2.0**. São Paulo: Paulinas, 2014.

BRASIL. **Lei nº 14.533, de 11 de janeiro de 2023**. Institui a Política Nacional de Educação Digital (PNED). Brasília, DF: Diário Oficial da União, 2023.

BRASIL. Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República. **Estratégia Brasileira de Educação Midiática. 2023**. Disponível em: https://www.gov.br/secom/pt-br/assuntos/noticias/2023/10/estrategia-brasileira-de-educacao-midiatica-apresenta-as-politicas-publicas-voltadas-para-a-populacao/2023_secom-spdigistrategia-brasileira-de-educacao-midiatica.pdf/view . Acesso 10 de set 2024.

CASTRO MELO, Teresa Mary Pires; DE CAMARGO, André Luiz Rodrigues. Educomunicação e autoetnografia: diálogos e aproximações. **Revista Mídia e Cotidiano**, v. 14, n. 3, p. 283-302, 2020.

CITELLI, Adilson Odair; DE OLIVEIRA SOARES, Ismar; DE LOPES, Maria Immacolata Vassallo. Educomunicação: referências para uma construção metodológica. **Comunicação & Educação**, v. 24, n. 2, p. 12-25, 2019.

GOMES, Sandra Regina. Grupo focal: uma alternativa em construção na pesquisa educacional. **Cadernos de Pós-graduação**, p. 39-46, 2005.

GROSSI, Márcia Gorett Ribeiro; LEAL, Débora Cristina Cordeiro Campos; DA SILVA, Mônica Ferreira. Educação midiática, cultura digital e as fakes news em tempos de pandemia. **Educação em Revista**, v. 22, n. esp2, p. 179-198, 2021

MARQUES, Paulo César Pedroza; BORGES, JJS. Educomunicação: origens e conexões de uma nova área de conhecimento. In: congresso nacional de educação. 2016.

NEPOMUCENO, Fábio Rogério. O Educomunicador depois de Kaplún. In: V Encontro Brasileiro de Educomunicação. Editora Paulinas. São Paulo. 2012.

PRODANOV, Cleber Cristiano; DE FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**-2ª Edição. Editora Feevale, 2013.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



PRÓSPERO, D. **Educomunicação e políticas públicas: os desafios e as contribuições para o Programa Mais Educação.** 2013. 367 fls. Dissertação (Mestrado) – Escola de Comunicações e Artes – Universidade de São Paulo, 2013.

SANTOS, Walter Chalegre; PEREIRA, Angélica Moreira; GHISLENI, Taís Steffenello. **A educomunicação como campo do conhecimento para o ensino e aprendizagem no século XXI.** Disciplinarum Scientia| Ciências Humanas, v. 21, n. 1, p. 141-151, 2020.

SARTORI, Ademilde Silveira; SOARES, Maria Salete Prado. **Concepção dialógica e as NTICs: a educomunicação e os ecossistemas comunicativos.** Colóquio internacional Paulo Freire, v. 5, p. 147-148, 2005.

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

SOARES, Ismar de Oliveira. **Educomunicação: o conceito, o profissional, a aplicação: contribuições para a reforma do ensino médio.** São Paulo: Paulinas, 2011. ISBN 978-85-356-2752-7

SOUZA, Danielle Andrade. MENDES, Iasmin Araújo Bandeira. O currículo do bacharelado em educomunicação como proposta de formação cidadã no nordeste do Brasil. **In:** II Congresso Internacional de Comunicação e Educação. São Paulo, 2018.

TORRE, Maldonado Gómez et al. Epistemologías iberoamericanas en ciencias de la comunicación. La contribución estratégica de Manuel Martín Serrano al pensamiento transformador latinoamericano. Chasqui: **Revista Latinoamericana de Comunicación**, n. 114, p. 199-207, 2011.

UNESCO. 2023. **Resumo do Relatório de Monitoramento Global da Educação 2023: Tecnologia na educação: Uma ferramenta a serviço de quem?** Paris, UNESCO.

VEIGA, Mariluce Lopes Pedroso; BONIN, Jiani Adriana. Educomunicação: Paulo Freire e a educação libertária contemporânea. **In:** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – Porto Alegre - RS – 20 a 22/06/2019 2019.

VIANA, Claudemir Edson. Educomunicação, do movimento popular às políticas públicas: o percurso acadêmico de Ismar de Oliveira Soares. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, v. 14, n. 26, 2017.

VIANA, Claudemir Edson. Trajetórias da educomunicação nas políticas públicas e a formação de seus profissionais, histórias a partir de encontros.[Prefácio]. **Trajetórias da educomunicação nas políticas públicas e a formação de seus profissionais**, 2021.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



O COMPARTILHAMENTO EM VÍDEO NA COMUNICAÇÃO EM SAÚDE: UMA PROPOSTA DE REMEDIAÇÃO ENTRE PLATAFORMAS DE REDES SOCIAIS ONLINE E AMBIENTES VIRTUAIS DE APRENDIZAGEM

Danielle Abreu

Doutoranda no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais
e-mail: midiasabreu@gmail.com

Resumo

A presente pesquisa se debruça sobre as dinâmicas que dizem respeito à construção e ao compartilhamento de vídeos online na captação da atenção dos usuários de mídias sociais. O objetivo é sugerir fundamentos e estratégias midiáticas focadas na promoção de ações e conteúdos voltados para a área da saúde. Tendo em vista o movimento constante dos estudos em publicidade em revisitar e reformular suas práticas e conceitos, torna-se emergente a busca por soluções estratégicas que possam ponderar questões relacionadas ao marketing de conteúdo otimizado pela lógica do gerenciamento da atenção a favor da comunicação em saúde. Os esforços iniciais serão direcionados em observar o fluxo de vídeos no *Ads Manager* do Tiktok¹ e na biblioteca de anúncios da Meta². A metodologia pretende aliar a Teoria Fundamentada ao Design Thinking, a primeira por ser fortemente indicada para compreensão de fenômenos recentes e a segunda por focar em soluções e inovações tendo o usuário como foco. A partir das práticas estratégicas levantadas com a metodologia, a tese almeja propor um ecossistema midiático convergente entre plataformas de redes sociais online e ambientes virtuais de aprendizagem voltados para a área da saúde.

Palavras-chave

Publicidade, Audiovisual, Comunicação em saúde, Plataformas de redes sociais, *Branded Content*.

INTRODUÇÃO

Motivadas pelo crescimento global do TikTok, outras das principais empresas de mídias sociais online estão promovendo mudanças em suas lógica de distribuição de conteúdo, criando soluções competitivas para abranger a forma como o TikTok se estrutura perante os usuários. O Tiktok alcançou a marca de 1 bilhão de usuários ativos

¹ Aplicativo que se define de entretenimento ao invés de rede social onde é possível compartilhar e consumir conteúdos curtos que duram entre 15'', 60'' ou 10'.

² A Meta representa um conglomerado de empresas na área de tecnologia, dentre elas, o Facebook, o Instagram, o Whatsapp etc.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



e se tornou o aplicativo de rede social mais baixado na *Play Store* e sua ascensão apenas dilata processos comunicacionais que já estavam em andamento, como por exemplo, os esforços da cadeia produtiva de conteúdo online em pensar e formular conteúdos nativos para a mobilidade.

O grande diferencial do TikTok está em focar primeiramente no conteúdo indo além das conexões sociais do usuário. Isso se evidencia pela sua autodenominação enquanto plataforma de entretenimento e não uma rede social online. Em outras palavras, o TikTok favorece a sugestão do conteúdo por seus algoritmos independente das relações sociais virtuais dos usuários. Em 2021, o head do Instagram, Adam Mosseri, defendeu a ideia de que o Instagram não era mais um aplicativo para compartilhamento de fotos, mas sim um aplicativo de entretenimento. Desde então, o algoritmo do Instagram vem focando em conteúdos de vídeos e vem aumentando o espaço para sugestão de conteúdos originados de perfis que não fazem parte da lista de conexões seguidas pelos usuários.

Desse modo, essa pesquisa pretende tratar do fluxo derivado de apropriações sociotécnicas que estão em evidência e com grande aderência social. Especificamente, do fluxo que permeia o compartilhamento em vídeo realizado para promover a informação em saúde, tendo em vista a natureza experimental e flexível do marketing de conteúdo, esse fluxo se torna um terreno amplo a ser explorado.

Por isso, esse projeto, ao entrar em execução, possibilitará um estudo de vanguarda para o campo das mídias, tendo em vista a inversão das dinâmicas básicas que se estabeleciam no contexto da sociabilidade online. Face ao exposto, concentra-se abaixo as seguintes hipóteses a serem validadas ou retificadas no decorrer dessa pesquisa:

H1 - Os vídeos curtos publicados em plataformas de redes sociais online para promover informação e comunicação em saúde possuem requisitos estratégicos próprios que precisam ser elucidados;

H2 - Os compartilhamentos online instantâneos produzidos para a comunicação em saúde podem ser utilizados como forma de promover a educação permanente em saúde.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



A academia também precisa refletir sobre esses conteúdos que supostamente estão funcionando como uma pequena “chamada de atenção” e tirar suas próprias conclusões abstraídas dos interesses das grandes empresas ou conglomerados de mídia online. Ademais, assim como o mercado está refletindo, vê-se surgir observações acadêmicas recentes, contudo, o assunto é passível de mais estudo, tendo em vista que se trata de um tema atual que ainda está em trânsito e não sabemos o que esperar dessas mudanças quando estiverem completamente efetivadas.

MÉTODO

Para alcançarmos os objetivos propostos, a pesquisa está esboçada para acontecer combinando o método da Teoria Fundamentada com o *Design Thinking*. Desse modo, partiremos, primeiramente, de observações empíricas no ambiente no qual se insere nosso recorte. Essas observações iniciais irão alicerçar o momento da coleta, quando deverão ocorrer observações mais apuradas com variáveis mais compreensíveis acerca do fluxo observado. “A teoria, assim, emerge dos dados e não é construída pela reflexão teórica, construção de hipóteses e posterior verificação no campo empírico” (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011, p. 85).

A sistematização dos dados deverá ocorrer tomando por base seis meses de coleta de todo do conteúdo em vídeo realizados e compartilhados por perfis da área da saúde, que possuam em paralelo ambientes virtuais de aprendizagem, divulgados no *Ads Manager* do TikTok e na biblioteca de anúncios da Meta. Nesse caso, a pesquisa deverá “criar explicações úteis através da investigação empírica pontual e sistemática, e não através de novas integrações daquilo que os grandes autores fizeram, e este é o último sentido da Teoria Fundamentada: ser fundada.” (OROZCO GOMEZ; GONZÁLEZ REYES, 2011, p. 165, tradução nossa)³. Após a teoria emergente, o *Design Thinking* agrupa a condução da metodologia na busca por ideações que possam

³ “The first step in gaining theoretical sensitivity is to enter the research setting with as few predetermined ideas as possible – especially logically deducted, *a priori* hypotheses. The research problem and its delimitation are discovered.”

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



caracterizar soluções para os fundamentos encontrados nas codificações realizadas para a Teoria Fundamentada.

A revisão integrativa (SOUZA; SILVA; CARVALHO, 2010) torna-se adequada para levantamento desse estado da arte, pois, desta forma, é possível visualizá-lo enquanto uma nova fonte de dados. Toda essa condução, apresentada nesse parágrafo, firma-se de acordo com aquilo que foi determinado por Glaser e Holton (2004) como possível perspectiva para tratamento do referencial teórico em congruência com a Teoria Fundamentada.

A coleta está prevista para ocorrer, primeiramente, entre os meses de janeiro a março de 2025, em seguida, a previsão é que ocorra uma segunda coleta entre agosto e setembro de 2025, por fim, uma última coleta, em busca da saturação dos dados, deverá ocorrer entre os meses de janeiro a março de 2026, totalizando seis meses de material a serem analisados.⁴ A codificação aberta poderá ser iniciada a partir da primeira coleta e as demais codificações deverão ocorrer quando finalizada a segunda coleta. O resultado da síntese desses dados originará a teoria emergente dos dados que buscará atender os propósitos de pesquisa postos nesse projeto.

PRIMEIRAS DISCUSSÕES

As variáveis espaço e tempo no decorrer da trajetória da publicidade ocuparam papéis de destaque na lógica da comercialização de anúncios (SANTAELLA; MENDONÇA, 2014). Primeiramente, em uma lógica diretamente proporcional o qual quanto maior, mais caro e portanto, mais efetivo era considerado. Não que esteja extinta essa lógica, mas outras que também já coexistiam ganharam força por motivos de expansão da convergência, da mobilidade, das tecnologias e de novas práticas que foram surgindo atreladas a essas mudanças. Se antes a otimização dessas duas variáveis pesavam primordialmente com foco no orçamento financeiro, com o advento das plataformas de mídias sociais online a atenção alheia se tornou um moeda de troca tão valiosa quanto o dinheiro.

⁴ Havendo necessidade, uma terceira coleta poderá ocorrer com a finalidade de verificar a saturação dos dados encontrados.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



É sabido que na história da publicidade a atenção já vinha sendo explorada de forma técnica. O modelo Atenção, Interesse, Desejo e Ação (AIDA) tenta elucidar desde o final do século XIX condutas técnicas buscando presumir os passos que antecedem a decisão de compra do consumidor. Contudo, certamente a atenção situada nesse acrônimo não se revelava enquanto um *commodity*. Em outras palavras, a atenção nesse modelo “relaciona o sucesso de uma campanha publicitária à potência que ela desenvolve em chamar a atenção de seu público-alvo, despertar seu interesse, para daí motivar um desejo [...]” (ATEM; OLIVEIRA; AZEVEDO, 2014, p. 87).

Imersa nesse intenso tráfego que diz respeito a atenção online, a publicidade passa a apresentar nuances de “uma modalidade de expressão da marca, ao passo que a comunicação abrange o conjunto das modalidades por meio das quais ela se manifesta” (SEMPRINI, 2010, p. 76). Os algoritmos das plataformas de mídias sociais online estão cada vez mais promovendo mudanças a favor da segmentação de conteúdo em detrimento das conexões próprias dos usuários. Com isso, é comum vermos autores revisitando, em um curto intervalo de tempo, seus próprios conceitos acerca dessas interações online, como exemplo: BOYD, 2010; ELLISSON, BOYD, 2013; RECUERO, 2009; RECUERO, 2012; RECUERO, 2019.

Frente ao ritmo acelerado da sociedade contemporânea nos deparamos com um cenário de constantes mudanças tecnológicas, logo, é compreensível essa demanda frequente por atualizações conceituais. Primo (2017) já destacava as características multimodais da comunicação presente nas mídias sociais online, sendo elas massivas ou interpessoais. Assim sendo, podemos iniciar pensando o ambiente social online enquanto interface de interação, como um ponto de encontro e desencontro, como conversação e intercâmbio de informação (SCOLARI, 2018) e partir da compreensão da marca com base em suas características “sócio-técnico-discursiva comunicacional” (TRINDADE; PEREZ, 2019).

Sendo assim, o referencial teórico básico para esse trabalho parte de autores que conceberam e enxergaram a performance da marca na publicidade contemporânea no âmbito de uma construção de audiência. Essa construção se finca a partir de um cronotopo publicitário que busca tratar sobre esse elo espaço-temporal entre a

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



publicidade e a vida cotidiana (TRINDADE; 2008). Nesse ínterim, as mídias sociais online com seu imenso poder de segmentação, formação e concentração de nichos diferentes se tornou um espaço de tensão entre escassez e abundância tal como descreveu Anderson (2006) e Bauman (2008) a respeito do consumo na sociedade capitalista. O primeiro se referindo a produtos e serviços e o segundo à informação. Ao estender essa premissa para o terreno da atenção nos deparamos com o pensamento de Herbert Simon:

Uma das primeiras menções mais específicas à emergência de uma economia atencional é atribuída ao economista Herbert Simon em uma conferência de 1969, na qual ele assertivamente afirma que a riqueza de informação significaria a escassez do que a informação consome de seus destinatários: a atenção. [...] (BENTES, 2019, p. 227).

Essa reconfiguração sugere estudos emergentes para nos apropriarmos academicamente daquilo que é produzido pelos artefatos, pensando que estão inseridos em nossa sociedade e existe “em um espaço diferente com suas próprias coordenadas”⁵ (MANOVICH, 2016, p. 18, tradução nossa). As discussões apresentadas até aqui demarcam prismas elementares a serem considerados e enriquecidos no decorrer da execução do projeto.

CRONOGRAMA

FASE 1								
DISCIPLINAS CURRICULARES / LEITURAS COMPLEMENTARES/ REFORMULAÇÃO DO PROJETO	2024							
COLETA DOS DADOS / DISCIPLINAS COMPLEMENTARES			MAR / ABR. 2025			AGO/ SET 2025		JAN / MAR 2026

⁵ “in a different space with its own coordinates.”

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



CATEGORIZAÇÃO SELETIVA											MAR/ABRIL 2026
REVISÃO DOS DADOS E DA LITERATURA											MAIO 2026

FASE 2											
ESCRITA DE ARTIGO FRUTO DA REVISÃO DA LITERATURA			MAR/JUL 2026								
IDEAÇÃO				JUL / AGO 2026							
ESCRITA DA TESE	2026-2027										
ESCRITA DE ARTIGO DA TESE											NOV./DEZ. 2027
DEFESA											JAN / FEV 2028

REFERÊNCIAS

ANDERSON, Chris. **A cauda longa:** do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier Brasil, 2006. Disponível em: https://moodle.ufsc.br/pluginfile.php/3428513/mod_resource/content/3/A%20Cauda%20longa.pdf. Acesso em: 10 mar. 2022.

ATEM, G. N.; OLIVEIRA, T. M.; AZEVEDO, S. T. (org.). **Ciberpublicidade:** discurso, experiência e consumo na cultura transmidiática. Rio de Janeiro: E-papers, 2014.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



BAUMAN, Z. **Vida para o consumo.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BENTES, A. A gestão algorítmica da atenção: enganchar, conhecer e persuadir. In: POLIDO, Fabrício B. P.; ANJOS, Lucas Costa dos; BRANDÃO, Luiza C. C. (org.). **Políticas, internet e sociedade.** Belo Horizonte: IRIS, 2019.

BOYD, D. Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications. In: PAPACHARISSI, Z. (org.). **Networked Self:** Identity, Community, and Culture on Social Network Sites. New York: Routledge, 2010. p.39-58.

BOLTER, J. Davis; GRUSIN, R. **Remediation:** understanding new media. Cambridge: MIT Press, 2000.

ELLISON, N. B.; BOYD, D. Sociality through social network sites. In: DUTTON, W. H. (ed.). **The Oxford Handbook of Internet Studies.** Oxford, UK: Oxford University Press, p. 151-172, 2013.

GLASER, B. G.; HOLTON, J. Remodeling Grounded Theory. **Forum: Qualitative social research**, v. 5, n. 2, 2004.

MANOVICH, L. Designing and Living Instagram Photography: themes, feeds, sequences, branding, faces, bodies. In: MANOVICH, L. **Instagram and Contemporary Image.** 2016. Disponível em:
<http://manovich.net/index.php/projects/Instagram-and-contemporary-image>. Acesso em: 15 fev. 2020.

OROZCO GÓMEZ, G.; GONZÁLEZ REYES, R. Nuestra coartada metodológica. In: OROZCO GÓMEZ, G.; GONZÁLEZ REYES, R. **Una coartada metodológica:** abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiências. México: Tintable, 2011. p. 159-171.

PRIMO, A. *et al.* **Conversações fluidas na cibercultura.** Famecos, Porto Alegre, v. 24, n. 19, 2017.

RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

RECUERO, R. A Conversação como Apropriação na Comunicação Mediada pelo Computador. In: BUITONI, Dulcilia Schroeder; CHIACIRI, Roberto Chiachiri. (org.). **Comunicação, Cultura de Rede e Jornalismo.** São Paulo: Almedina, 2012. v. 1. p. 259-274.

Mídia social, plataforma digital, site de rede social ou rede social? Não é tudo a mesma coisa? In: **Medium.** Publicado em 09 de Jul. 2019. Disponível em:
<https://medium.com/@raquelrecuero/m%C3%ADdia-social-plataforma-digital-site-de-rede-social-ou-rede-social-na%C3%A3o-%C3%A9-tudo-a-mesma-coisa-d7b54591a9ec>

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



SANTAELLA, L.; MENDONÇA, M. Reconfigurações da Publicidade no ciberespaço: um cenário em construção. In: ATEM, G. N.; OLIVEIRA, T. M.; AZEVEDO, S. T. (org.). **Ciberpublicidade: Discurso, Experiência e Consumo na Cultura Transmídia.** Rio de Janeiro: Ed. E-papers, 2014.

SCOLARI, C. **La Leyes de la Interfaz.** Barcelona: Gedisa, 2018.

SEMPRINI, A. **A marca pós-moderna:** poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea. 2. ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

SOUZA, M.; SILVA, M.; CARVALHO, R. **Revisão integrativa:** o que é e como fazer. Revista Einstein, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 102-106, jan/mar. 2010.

TRINDADE, E.; PEREZ, C. O Lugar do Sujeito Consumidor entre Mediações e Midiatizações do Consumo: uma Perspectiva Latino-americana. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO - COMPÓS, 25., 2016, Goiania. **Anais** [...]. Goiania: Compós, 2016. Disponível em: https://www.compos.org.br/menu_anais.php?idEncontro=MjU=. Acesso: 05 jun. 2019.

TRINDADE, E. Recepção Publicitária e Práticas de Consumo. **Revista Fronteiras.** São Leopoldo: Unisinos. v. 10, n. 2, p. 73-80, maio/ago. 2008.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



BRAILLE PARA LER E ESCREVER O MUNDO: O DISCURSO DA MÍDIA PUBLICITÁRIA IMPRESSA NA PROMOÇÃO DA AUTONOMIA DA PESSOA COM DEFICIÊNCIA VISUAL.

Dilma Cléa Barbosa Gomes Silva

Mestrando no PPGEM - Estudos da Mídia e Produção de Sentido

e-mail: [dilmacleab@gmail.com]

Resumo

Este trabalho objetiva analisar como o discurso da mídia publicitária impressa pode contribuir para a promoção da autonomia da pessoa com deficiência visual parcial ou total. Toma como hipóteses que a mídia publicitária impressa tem papel importante na promoção da autonomia da pessoa com deficiência visual; que muitas pessoas com essa deficiência não se apropriam do conteúdo dessa mídia devido à falta de acessibilidade; e que a impressão de informações divulgadas com o alfabeto Braille impacta na construção da autonomia de pessoas com deficiência visual. A tecnologia tem proporcionado muitas possibilidades de acessibilidade para pessoas com deficiência visual, mas ainda há uma lacuna quanto aos processos de leitura e de escrita braille. Essa lacuna é uma questão social importante para pessoa cega, porque implica na construção de sua autonomia e no acesso ao que é cotidianamente divulgado pela mídia publicitária impressa. Para tanto, utiliza a pesquisa documental e a entrevista como metodologias de constituição do corpus. A fundamentação teórica parte de Foucault (2011), de Charaudeau (2006), de Pimentel Filho (2020) e de Marconi e Lakatos (2010). Está relacionado a estudos desenvolvidos na área de Comunicação Midiática e na linha de pesquisa Estudos de Mídia e Produção de Sentido.

Palavras-chave: discurso; mídia publicitária impressa; deficiência visual; autonomia.

INTRODUÇÃO

Pessoas com deficiência visual perdem algumas possibilidades de acesso ao universo da leitura e da escrita da língua materna. Ao longo da vida, essas pessoas precisam desenvolver competências necessárias para a aquisição de novas formas de alcançar o universo letrado no qual estão imersos, ou seja, precisam se reconectar com o mundo letrado por meio de outros sentidos.

Segundo Gil (2000, p. 8-9),

para quem enxerga, é impossível imaginar a vida sem qualquer forma visual ou sem cor, porque as imagens e as cores fazem parte de nosso pensamento [...] Não basta fechar os olhos e tentar reproduzir o comportamento de um cego pois, tendo memória visual, a pessoa tem consciência do que não está vendo.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



A mídia publicitária, seja ela impressa ou não, se configura um veículo importante de disseminação de informações na sociedade. Sendo esse, um meio de comunicação de suma importância deveria necessariamente parte do universo dessa acessibilidade num sentido amplo. A pessoa com deficiência visual perde o acesso pleno a materiais divulgados pela mídia e que são impressos, a partir dos quais é capaz de absorver diversos conteúdos. Esses conteúdos podem ser de suma importância para promover a sua autonomia e a sua qualidade de vida na sociedade.

Foucault (2011) considera que “[...] A produção discursiva não é feita de forma aleatória, mas obedece aos interesses das instâncias e das relações de poder que a produz[...]”. Nessa perspectiva, a prática discursiva não se constrói aleatoriamente, porém precisa estar alinhada aos interesses das instâncias como também às relações de poder.

O trabalho analisará o discurso da mídia publicitária impressa, e sua contribuição na construção da autonomia da pessoa com deficiência visual; ao mesmo tempo que coleta dados que possam sugerir modificações legais aplicáveis de forma realista, para a implantação de novas regras na produção de texto em Braille para as propagandas, por meio de panfletos, folders e encartes que fazem parte da mídia publicitária impressa.

Nesse contexto, apresenta três hipóteses, quais sejam: a) a mídia publicitária impressa tem papel importante na promoção da autonomia da pessoa com deficiência visual; b) muitas pessoas com deficiência visual não se apropriam do conteúdo da mídia publicitária impressa para obter autonomia devido à falta de acessibilidade desses materiais; c) a impressão de informações divulgadas pela mídia publicitária impressa com o alfabeto Braille interfere na construção da autonomia de pessoas com deficiência visual.

Assim sendo, tem como principal analisar como o discurso da mídia publicitária impressa contribui para a promoção da autonomia da pessoa com deficiência visual. Esta pesquisa utilizará a pesquisa documental e a entrevista como metodologias de constituição do corpus. A fundamentação teórica está pautada inicialmente nos estudos de Foucault(2011), de Charaudeau (2006), de Pimentel Filho(2020) e de Marconi e Lakatos (2010).

MÉTODO

Procuramos usar os métodos de pesquisa documental e de entrevista, considerando que ambos sirvam como instrumentos de verificação e de constatação das hipóteses e dos objetivos formulados.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Segundo Marconi e Lakatos (2010, p.157), [...] “A característica da pesquisa documental é que a fonte de coleta de dados está restrita a documentos, escritos ou não, constituindo o que se denomina fontes primárias. Estas podem ser realizadas no momento em que o fato ou fenômeno ocorre, ou depois” [...].

Para Marconi e Lakatos (2010), a pesquisa documental esta pautada na coleta de dados exclusivamente de documentos escritos ou não, gerando o que se nomeia de fontes primárias. Podendo assim, ser realizada no momento do acontecimento ou até mesmo depois. Contudo, a entrevista servirá de constatação da coleta de dados durante o tempo da pesquisa.

A pesquisa documental será realizada em diferentes tipos de documentos, a saber: a) documentos oficiais que tratam da mídia publicitária impressa no Brasil; b) materiais impressos utilizados pela mídia publicitária para divulgação de informação na sociedade, c) o alfabeto Braille.

Ainda de acordo com Marconi e Lakatos (2010, p.178), “[...] A entrevista é um processo de investigação social, para coleta de dados ou para ajudar no diagnóstico ou no tratamento do problema social[...].”

Cabe ressaltar que as entrevistas serão realizadas com pessoas com deficiência visual.

PRIMEIRAS DISCUSSÕES

Ao longo das discussões também se utilizou outros teóricos como Foucault (2008) e Breton (2016), além de Foucault (2008) traremos também Brandão (2004), numa perspectiva menos complexa, pois para Brandão (2004, p.46) o “discurso é uma das instâncias em que a materialidade ideológica se concretiza, isto é, é um dos aspectos materiais da ‘existência material’ das ideologias”.

A exploração da propaganda impressa é uma prática habitual em nossa rotina, presente em revistas, jornais e folhetos. Contudo, para indivíduos com limitações visuais, esse processo pode se apresentar como um desafio. Diante desse cenário, torna-se essencial investigar de que forma o indivíduo com deficiência visual interpreta e extrai significados ao se apropriar do conteúdo de tais materiais publicitários.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Charaudeau (2006, p. 113) afirma que

[...] A imprensa é essencialmente uma área escritural, feita de palavras, de gráficos, de desenhos e, por vezes, de imagens fixas, sobre um suporte de papel. Esse conjunto inscreve essa mídia numa tradição escrita que se caracteriza essencialmente por: uma relação distanciada entre aquele escreve e aquele que lê [...].

Neste contexto, é importante compreender como as pessoas com deficiência visual produzem sentido ao ler esses materiais. A interpretação das mensagens presentes nas publicidades impressas envolve a decodificação dos signos e dos símbolos presentes nos anúncios. Os consumidores são constantemente desafiados a atribuir significados às imagens e aos textos veiculados, considerando seus valores, suas crenças e suas experiências pessoais.

Dessa forma, a produção de sentido a partir das publicidades impressas é um processo ativo e dinâmico, no qual o receptor desempenha um papel fundamental na construção de significados.

Apesar dos avanços na luta pelos direitos das pessoas com deficiência, a pessoa cega ainda enfrenta inúmeros desafios no que diz respeito à acessibilidade, à educação, ao emprego e à inclusão social. Nesse sentido, é fundamental promover a conscientização, a empatia e a igualdade de oportunidades para que a pessoa cega possa exercer plenamente seu poder simbólico e contribuir de forma significativa para a sociedade.

As pessoas cegas também têm o direito de receber informações sobre produtos e serviços, bem como de serem incluídas nas estratégias de marketing das empresas. Adaptar as publicidades impressas para pessoas cegas não apenas amplia o alcance dessas campanhas, mas também demonstra o compromisso das empresas com a inclusão e a diversidade.

A acessibilidade a material impresso garante que pessoas com deficiências possam entender e interagir com o conteúdo da publicidade impressa. Enquanto a acessibilidade digital é crucial, a publicidade impressa desempenha um papel importante na disseminação de informações e na inclusão de pessoas com deficiência visual, desde que seja pensada com considerações de acessibilidade conforme preconiza

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



o parágrafo 3º, do artigo 68 da Lei 13.146/2015, que trata da acessibilidade em publicidades impressas.

Importa ressaltar que a acessibilidade não é apenas uma questão de cumprimento legal, mas também uma oportunidade para promover inclusão, expandir o alcance do público e melhorar a experiência geral do cliente. Ao considerar e implementar princípios de acessibilidade, as empresas não só atendem às necessidades de um público diverso, mas também se posicionam como líderes na promoção de práticas inclusivas; isso promove uma sociedade mais inclusiva e respeitosa da diversidade.

CRONOGRAMA

Semestre letivo	Descrição das atividades	Prazo para realização a atividade	Observações
2024.1	Cursar disciplinas Iniciar as leituras de teóricos relacionados ao objeto de pesquisa Preparar os instrumentos de pesquisa para aplicar Coletar materiais publicitários divulgados pela mídia impressa Participar de eventos	Um semestre letivo	
2024.2	Cursar disciplinas Continuar as leituras de teóricos relacionados ao objeto de pesquisa Aplicar questionário de pesquisa, selecionar e organizar as respostas Selecionar e analisar materiais publicitários divulgados pela mídia impressa Publicar artigo sobre o objeto de pesquisa	Um semestre letivo	

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



	Participar de eventos		
2025.1	Escrever texto para qualificação Preparar as análises para a qualificação Qualificar Publicar artigo sobre o objeto de pesquisa Participar de eventos	Um semestre letivo	
2025.2	Continuar a escrita do texto após a qualificação Finalizar o texto Defender a dissertação	Um semestre letivo	

REFERÊNCIAS

BEIGUELMAN, Gisele. **Políticas da imagem:** vigilância e resistência na dadosfera. São Paulo: Ubu Editora, 2021.

GIL, Marta (org.). **Deficiência visual.** Brasília: MEC. Secretaria de Educação a Distância, 2000. (Cadernos da TV Escola). 1. ISSN 1518 – 4692.

HAN, Byung-Chul. **Capitalismo e impulso de morte:** ensaios e entrevistas, Tradução Gabriel Salvi Philipson. 1. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2021.

COSTA, Marisa Vorraber. **Caminhos Investigativos II:** outros modos de pensar e fazer pesquisa em educação. 2. ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2007.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias.** Tradução Angela S. M. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2006.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de Metodologia Científica.** São Paulo: Atlas, 2010.

PIMENTEL FILHO, Carlos Eduardo. **Economia das Relações de Poder:** um conceito de inspiração foucaultiana. 1. Ed. Curitiba: Appris, 2020.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



CONHECIMENTO LIVRE E ABERTO: UMA AVALIAÇÃO DE USABILIDADE DA PLATAFORMA AVASUS

Isabel JALES COSTA SOUZA

Mestranda no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais
e-mail: jalesisabel@gmail.com

Resumo

Este projeto tem como objetivo estudar a usabilidade da interface do Ambiente Virtual de Aprendizagem do SUS (AVASUS), uma plataforma de cursos do Sistema Único de Saúde que promove conhecimento integrado e acessível em educação para a saúde. Nossa análise partirá de conceitos-chave como Experiência do Usuário (UX), de Donald Norman e Jesse James Garrett, e Usabilidade, de Jakob Nielsen. Além disso, o método a ser utilizado será a Avaliação Heurística, também proposta por Jakob Nielsen, que nos permitirá analisar a usabilidade dos usuários com base em um conhecimento prático, e o Teste com Usuário, que avaliará a plataforma sob o ponto de vista do usuário. O trabalho pretende contribuir para um entendimento mais profundo dos efeitos da usabilidade no AVASUS.

Palavras-chave

Experiência do usuário, usabilidade, teste de usabilidade, AVASUS.

INTRODUÇÃO

A Educação à Distância (EaD) cresceu exponencialmente nas últimas décadas, especialmente após a pandemia. Muitos fatores explicam esse fenômeno, dentre eles a globalização dos mercados — que deu espaço ao surgimento de novos cenários e modalidades de ensino.

Nesse contexto, não podemos falar sobre EaD sem mencionar o AVASUS, Ambiente Virtual de Aprendizagem do SUS. A plataforma, criada pelo Ministério da Saúde de Educação à Distância, oferece cursos de qualificação e atualização para os trabalhadores e profissionais de Saúde. Em 2023, com menos de 10 anos, ela ultrapassou 1 milhão de alunos.

O AVASUS destaca-se por oferecer cursos voltados à capacitação de profissionais de saúde, permitindo que eles aprimorem seus conhecimentos e habilidades de forma acessível. No entanto, apesar da crescente adesão a essa plataforma, a usabilidade ainda é um fator pouco explorado e compreendido. A qualidade da usabilidade pode influenciar diretamente o engajamento e o sucesso dos

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



alunos, afetando desde a naveabilidade e usabilidade do sistema até a satisfação com os conteúdos oferecidos.

Portanto, a problemática central deste estudo é entender como a usabilidade na plataforma AVASUS impacta a eficácia do processo de ensino-aprendizagem, identificando possíveis desafios e oportunidades de melhoria.

A escolha de investigar a usabilidade no AVASUS justifica-se pela importância que a plataforma possui no cenário da educação continuada para profissionais de saúde no Brasil. Como uma plataforma que atende a um público diverso, é fundamental garantir que o ambiente virtual não apenas transmita conhecimento, mas também seja intuitivo, acessível e motivador para seus alunos.

MÉTODO

A presente pesquisa será qualitativa e exploratória, uma vez que vamos nos familiarizar com o problema, torná-lo explícito e apontar possíveis soluções. No primeiro momento, será desenvolvida uma Avaliação Heurística e, a posterior, o Teste com o Usuário. Dessa maneira, será possível compreender a usabilidade na plataforma AVASUS sob a ótica dos avaliadores e dos usuários.

Avaliação Heurística

Proposta por Jakob Nielsen, a Avaliação Heurística é um método de avaliação que permite encontrar problemas em interfaces. São um conjunto de regras gerais que descrevem propriedades comuns em interfaces que derivam do conhecimento de aspectos psicológicos, computacionais e sociológicos do domínio do problema (NIELSEN, 1994). Trata-se de um método indireto, no qual três a cinco avaliadores com conhecimento em usabilidade aplicarão as heurísticas, sendo elas, respectivamente:

1. visibilidade do status do sistema;
2. correspondência entre o sistema e o mundo real;
3. controle e liberdade para o usuário;
4. consistência e padronização;
5. prevenção de erros;
6. reconhecimento ao invés de recordação;
7. flexibilidade e eficiência de uso;
- 8.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



estética e design minimalista; 9. ajudar o reconhecimento, diagnóstico e recuperação de erros; 10. ajuda e documentação.

Teste empírico de usabilidade com o usuário

Existem muitas maneiras de avaliar a usabilidade das interfaces, mas o teste empírico com usuário é altamente significativo, uma vez que são relatados problemas a partir de situações reais, dos usuários com a interface. Para Jeffries et. al. (1999), esse tipo de teste é capaz de encontrar muitos problemas de grande complexidade e evitar boa parte dos problemas menos complexos. De maneira breve, os testes são realizados da seguinte maneira: os usuários realizam alguma tarefa envolvendo a interface enquanto são observados por avaliadores.

PRIMEIRAS DISCUSSÕES

Experiência do Usuário

A definição User Experience (UX), termo popularizado por Don Norman cuja tradução é Experiência do Usuário, é "tudo que se refere a sua experiência com o produto. E talvez você nem precise estar perto do produto, você pode estar falando sobre ele para alguém" (Norman, 2017).

Logo, compreendemos que a Experiência do Usuário não se resume à simples utilização de um produto ou serviço, mas a toda a experiência envolvida nesse processo. Um bom trabalho de UX pode gerar impactos positivos para a empresa que os desenvolve, assim como o contrário também é verdadeiro.

Para Garrett (2011), é necessário que cada decisão em relação às características de um determinado produto seja tomada de forma consciente, pois todas elas impactarão a UX:

“A base de uma experiência de usuário bem-sucedida é uma estratégia claramente articulada. Saber o que queremos que o produto alcance para nossa organização e o que queremos que ele alcance para nossos usuários informa as decisões que devemos tomar sobre cada aspecto da experiência do usuário.” (Garrett, 2011, p.35)

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Usabilidade

A primeira definição de usabilidade foi descrita pela norma ISO/IEC 9126 (1991) como “um conjunto de atributos de software relacionado ao esforço necessário para seu uso e para o julgamento individual de tal uso por determinado conjunto de usuários.” Ainda de acordo com a norma, a usabilidade possui as seguintes subcaracterísticas: inteligibilidade, apreensibilidade, operacionalidade, atratividade.

Nielsen (2012) afirma que a usabilidade é um atributo de qualidade que avalia a facilidade de utilizar interfaces. Ele sugere que existem seis metas de usabilidade: eficácia, eficiência, segurança, utilidade, aprendizado e memorização.

Interface

Segundo Shneiderman (2016), interfaces são os pontos de interação entre o usuário e um sistema, dispositivo ou software. Elas podem ser físicas ou digitais, como a tela de um computador, menus, botões, ícones ou comandos de voz. O objetivo de uma interface é permitir que o usuário se comunique de maneira eficiente e intuitiva com a máquina ou programa, facilitando o uso e a navegação.

CRONOGRAMA

MÊS/ETAPAS	2024.1	2024.2	2025.1	2025.2
Disciplinas do PPgEM	x	x		
Levantamento bibliográfico		x		
Fichamento de textos		x		

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Coleta de dados		X		
Delimitação da amostra		X		
Avaliação Heurística			X	
Teste com usuário			X	
Análise dos dados			X	
Estudo e relação			X	
Redação do trabalho			X	X
Revisão e redação final				X
Entrega da dissertação				X
Apresentação da dissertação				X

REFERÊNCIAS

BRITO, Ronnie Fagundes de. **Ambiente Virtual de Aprendizagem em Arquitetura e Design.** 2018. 211 p. Disponível em:
https://www.researchgate.net/profile/Ronnie_Fagundes_De_Brito/publication/324573397_Ambiente_Virtual_de_Aprendizagem_em_Arquitetura_e_Design/links/5ad628ffaca272fdaf7d9324/Ambiente-Virtual-de-Aprendizagem-em-Arquitetura-e-Design.pdf

GARRETT, J. J. **The elements of user experience:** User-centred design for the web and beyond. Second Edition. ed. Berkeley,: New Riders, 2011.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



GIBSON, J. J. (1977). **The theory of affordances**. In R. E. Shaw & J. Bransford (Eds.), *Perceiving, Acting, and Knowing*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

GLORIA, Heloisa de Souza. Avaliação de um conjunto de heurísticas de usabilidade para aplicativos de smartphones na área da saúde por meio de testes de usabilidade. p. 1–75, 2015.

JEFFRIES, R. et al. **User interface evaluation in the real world**: a comparison of four techniques. In: CONFERENCE ON HUMAN FACTORS IN COMPUTING SYSTEMS, CHI, 1991. Proceedings... New York: ACM, 1991. p. 119-124.

JOHNSON, Steven. **Cultura da interface**: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001. 189 p. Disponível em: <http://wiki.nosdigitais.teia.org.br/images/f/fe/Steven_Johnson-Cultura_da_interface.pdf>\ Acesso em: 04 de set. 2024.

SHNEIDERMAN, B. **Designing the User Interface**: Strategies for Effective Human-Computer Interaction. 6th ed. Boston: Pearson, 2016.

SOARES, Ismar de Oliveira. Educomunicação: **o conceito, o profissional, a aplicação : contribuições para a reforma do ensino médio**. São Paulo: Paulinas. . Acesso em: 26 maio 2024.

VAN DIJCK, J.; POELL, T.; DE WAAL, M. 2018. The Platform Society: **Public Values in a Connective World**. Oxford: Oxford University Press

NIELSEN, J. (1994) **Heuristic evaluation**. In J. Nielsen & R. L. Mack (Eds.), *Usability Inspection Methods*. New York: John Wiley & Sons, Inc.

NORMAN, Donald A. **Affordances and Design**. Disponível em: <http://www.jnd.org/dn.mss/affordances_and.html>.

NORMAN, D. A. **Emotional design**: why we love (or hate) everyday things. Nova York: Basic Books, 2004.

NORMAN; NIELSEN. **The Definition of User Experience**, 2017. Disponível em: (<https://www.nngroup.com/articles/definition-user-experience/>). Acesso em agosto de 2024.

PRATES, Raquel Oliveira.; BARBOSA, S. D. J. **Avaliação de interfaces de usuários**: conceitos e métodos. In: Juan Manuel Adán Coello; Sandra C. P. Ferraz Fabbri. (Org.). *Jornada de Atualização em Informática (JAI)*, XXIII Congresso da Sociedade Brasileira de Computação. Campinas: SBC, 2003, v. 2, p. 245-293. Disponível em: <http://www.inf.pucrio.br/~inf1403/docs/JAI2003_PratesBarbosa_avaliacao.pdf> Acesso em: 6 set. 2024.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Estratégia Brasileira de Educação Midiática: uma tentativa de ampliar a resiliência à desinformação no Brasil

Norton Rafael Neves de Amorim

Mestrando no PPGEM - Estudos da Mídia e Produção de Sentido
e-mail: nortonamorim@gmail.com

Resumo

Esta pesquisa tem como referencial empírico as estratégias de implementação da Educação Midiática no Brasil, com ênfase no projeto Estratégia Brasileira de Educação Midiática. O estudo visa analisar como essa iniciativa será incorporada ao currículo escolar nacional e de que forma ela poderá incentivar a promoção do letramento midiático (Wilson *et al.* 2013), e na mitigação das notícias falsas, conforme definem Allcott e Gentzkow (2017). Além disso, busca-se estabelecer uma comparação com o bem-sucedido modelo finlandês de educação midiática, conhecido por sua eficácia no combate à desinformação. Metodologicamente, adota-se uma análise documental (Silva, Almeida e Guindani, 2009) e comparativa (Schneider e Schmitt, 1998) para buscar entender os primeiros efeitos dessa política educacional no aumento da resiliência da população brasileira à desinformação.

Palavras-chave

Educação Midiática, Estratégia Brasileira de Educação Midiática, Desinformação, Fake News.

INTRODUÇÃO

A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD Contínua TIC, 2024), elaborada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), revela que, em 2023, mais de 92% dos domicílios brasileiros possuíam acesso à internet, seja via computadores, TVs ou celulares inteligentes. O mesmo levantamento revela, ainda, que mais de 164 milhões de brasileiros (88% da população com 10 anos ou mais) usam a internet regularmente para realizar atividades diversas - educativas, informativas, de lazer, entre outras.

Nesse sentido, a pandemia de Covid-19, deflagrada pela Organização Mundial de Saúde (OMS) em março de 2020, alterou definitivamente a maneira como nos relacionamos com o ambiente virtual e acelerou significativamente a digitalização,

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



transformando a internet em uma ferramenta essencial para o trabalho, a educação e a socialização, impulsionando um avanço sem precedentes na conectividade global.

Essa transformação digital remodelou profundamente como as pessoas interagem e se envolvem com o espaço informacional. Neste contexto, ainda durante a emergência sanitária provocada pela Covid, a OMS alertou para uma segunda e nova pandemia: a da informação. A infodemia refere-se a

“um grande aumento no volume de informações associadas a um assunto específico, que podem se multiplicar exponencialmente em pouco tempo devido a um evento específico, como a pandemia atual. Nessa situação, surgem rumores e desinformação, além da manipulação de informações com intenção duvidosa. Na era da informação, esse fenômeno é amplificado pelas redes sociais e se alastrá mais rapidamente, como um vírus” (OPAS, 2020).

O grande número de informações publicadas em um ambiente de disputa por atenção, como as redes sociais, dificulta o discernimento daquelas que são verdadeiramente úteis. Qualquer pessoa com conexão à internet pode tornar-se produtora de conteúdo e de informação, podendo proporcionar um terreno fértil para a rápida disseminação de informações falsas e enganosas (Castells, 2003).

Dessa forma, a crescente desinformação tem consequências de longo alcance em muitas áreas, impactando políticas públicas e, claro, fragilizando a democracia (Han, 2022). Assistimos no Brasil, ao longo dos últimos anos, o crescimento sistêmico das chamadas fake news, ou notícias falsas, fabricadas com o propósito de desinformar, usando características próprias da linguagem jornalística com o intuito de levar o receptor da mensagem a acreditar que a notícia falsa é verdadeira (Jorge Filho, 2019).

Um estudo conduzido pela Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE, 2024) mostrou que os brasileiros tiveram a pior nota em uma pesquisa que buscou avaliar a capacidade de identificação de notícias falsas ou enganosas em voluntários de 21 países.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Diante deste problema, o Governo Federal lançou, em 2023, a Estratégia Brasileira de Educação Midiática. O documento, elaborado pela Secretaria de Comunicação do Governo Federal e o Ministério da Educação, cria diretrizes que devem ser seguidas ao longo dos próximos anos para a implementação de uma política que busque aumentar a resiliência da população brasileira à desinformação (Brasil, 2023).

Neste sentido, a pesquisa busca analisar os impactos iniciais desta iniciativa, compará-la a modelos semelhantes desenvolvidos em outros países e discutir a sua relevância no combate à desinformação no Brasil.

MÉTODO

A metodologia para a pesquisa sobre a Estratégia Brasileira de Educação Midiática combinará a análise documental e a análise comparativa, fundamentando-se em um referencial teórico robusto. A análise documental será utilizada para examinar os documentos que estruturam a estratégia, com foco nas diretrizes, objetivos e métodos delineados para a implementação da política.

Segundo Silva, Almeida e Guindani (2009), a análise documental permite uma compreensão detalhada dos conteúdos presentes nos documentos oficiais, possibilitando a interpretação de como eles se alinham aos objetivos de fortalecer a resiliência à desinformação. Esse processo incluirá a coleta de documentos relevantes, como relatórios e diretrizes de políticas públicas associadas à educação midiática, e a aplicação da técnica de análise de conteúdo, conforme Bardin (2011), para categorizar as informações, destacando aspectos como metodologias propostas e indicadores de sucesso. Além disso, a codificação temática será utilizada para identificar temas recorrentes, como abordagens pedagógicas e estratégias de avaliação.

A análise comparativa será empregada para contrastar a Estratégia Brasileira de Educação Midiática com o modelo finlandês de educação midiática, reconhecido pela sua eficácia. Orientada pelos princípios metodológicos de Schneider e Schmitt

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



(1998), essa análise permitirá identificar variáveis comparáveis e contextos socioeconômicos que influenciem a implementação e os resultados das políticas em questão.

O processo incluirá a escolha de elementos-chave do modelo finlandês, como políticas educacionais, metodologias de ensino e práticas de avaliação, que serão comparados com os elementos correspondentes no contexto brasileiro. Indicadores serão desenvolvidos para permitir uma comparação direta entre os dois modelos, avaliando criticamente as diferenças e semelhanças, considerando o contexto cultural, político e educacional de cada país.

Essa metodologia possibilitará uma investigação aprofundada da Estratégia Brasileira de Educação Midiática e o seu impacto potencial na resiliência da população brasileira à desinformação, fornecendo uma base sólida para recomendações sobre a implementação de políticas educacionais no Brasil.

PRIMEIRAS DISCUSSÕES

O conceito de Alfabetização Midiática Informacional (AMI) parte do princípio de que é preciso preparar o sujeito ainda na escola para que ele saiba como identificar uma mensagem potencialmente falsa e, assim, criar uma barreira natural contra a desinformação (Wilson et al., 2013). Os pesquisadores consideram a AMI o processo pelo qual se adquire habilidades de reconhecer a necessidade de informação, ser capaz de identificar a fonte adequada, buscar, avaliar e usar a informação de maneira eficiente e eficaz. Conforme modelo proposto, “o trabalho inicial feito com professores é a estratégia central para se alcançar o efeito multiplicador: de professores alfabetizados em termos informacionais para seus alunos e, eventualmente, para a sociedade geral” (Wilson et al., 2013).

Isso acontece, de acordo com a pesquisadora e jornalista estadunidense Christine Bragale, porque as notícias falsas circulam entre pessoas comuns: “As pessoas acham que as informações falsas são disseminadas por gente má, por robôs, mas são pessoas

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



comuns, como eu e você, que espalham desinformação, são nossos pais, tios, colegas de trabalho”.

A expressão “notícias falsas” popularizou-se em 2016, durante as eleições presidenciais nos Estados Unidos. Desde então, diversos pesquisadores se debruçam em busca de conceituar a terminologia. Allcott e Gentzkow (2017) definem o termo como artigos e notícias produzidas intencionalmente com intenção de distorcer, criar e mentir sobre fatos. Jorge (2017) aponta que “[...] as chamadas fake news podem ser enquadradas como um fenômeno da mutação incidindo sobre as notícias, embora não sejam notícias em seu sentido estrito, mas se disfarçem como tal para enganar o público.” (Jorge, 2017, p. 57). Já Lazer et al. (2018) define fake news como uma informação fabricada que imita em sua forma notícias veiculadas na mídia, mas não replicam o processo para a produção dessa notícia nem a sua intenção.

Como vemos, embora ainda não exista um conceito fechado sobre notícias falsas, os autores concordam que as fakes news são produzidas com o propósito de desinformar, usando características próprias da linguagem jornalística a fim de levar o receptor da mensagem a acreditar que a notícia falsa é verdadeira (Jorge Filho, 2019). Dessa forma, para fins dessa pesquisa, vamos entender como notícias falsas aquelas criadas com intuito de desinformar, excluindo erros jornalísticos não-intencionais (Allcott e Gentzkow, 2017).

Assim, vemos que as notícias falsas foram criadas de modo a ludibriar, enganar e promover a desinformação entre pessoas comuns para favorecer grupos políticos e econômicos que se beneficiam de narrativas criadas a partir da difusão de fake news. Por outro lado, temos a alfabetização midiática despontando como antídoto a esse fenômeno, conforme experiências apresentadas ao longo deste trabalho.

No Brasil, o letramento midiático ainda engatinha enquanto política pública, embora existam experiências isoladas que utilizam a educomunicação no país pelo menos desde a década de 1980, sobretudo em movimentos sociais e sindicatos. Nesse

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



sentido, a educomunicação é trabalhada a partir de uma perspectiva Freiriana de educação democrática, aplicando-se “fundamentalmente às relações de comunicação em espaços educativos” (Soares, 2018, p. 12).

A chamada “Estratégia Brasileira de Educação Midiática” é um plano para introduzir a alfabetização midiática nas escolas brasileiras, que tem como objetivo a promoção de “habilidades e competências em crianças, adolescentes, adultos e pessoas idosas para compreensão, análise, engajamento e produção crítica na experiência com diferentes canais de mídia digital e da informação de forma criativa, saudável, consciente e cidadã” (Brasil, 2023, p. 7).

Conforme Freire (1996), o conhecimento liberta o ser humano e não há forma mais interessante de fazer isso do por intermédio de uma educação que oriente o educando para ser autônomo, problematizador, reflexivo e a partir disso, fazer com que ele se transforme, transformando, assim o seu mundo.

CRONOGRAMA

Atividades	2024		2025	
	1S	2S	1S	2S
Revisão Bibliográfica	X	X	X	X
Delimitação do Tema	X			
Elaboração do Projeto de Pesquisa	X			
Coleta de Dados	X	X		
Análise de Dados			X	
Redação da Dissertação			X	X
Revisão e Edição				X
Defesa da Dissertação				X

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



REFERÊNCIAS

ALLCOTT, H.; GENTZKOW, M. **Social Media and Fake News in the 2016 Election.** *Journal of Economic Perspectives*, v. 31, n. 2, p. 211-236, 2017.

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

BRAGALE, Christine. **A educação midiática como antídoto contra notícias falsas.** *Nexo Jornal*, 17 nov. 2018. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/entrevista/2018/11/17/A-educa%C3%A7%C3%A3o-midi%C3%A1tica-como-ant%C3%ADoto-contra-not%C3%ACias-falsas>. Acesso em: 25 ago. 2024.

BRASIL. Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República. **Estratégia Brasileira de Educação Midiática.** Brasília: Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/secom/pt-br/assuntos/noticias/2023/10/estrategia-brasileira-de-educacao-midiatica-apresenta-as-politicas-publicas-voltadas-para-a-populacao>. Acesso em: 17 ago. 2024.

CASTELLS, M. **A galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade.** Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

FREIRE, P. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa.** 31. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

FINLÂNDIA. Ministry of Education and Culture. **Media Literacy in Finland.** 2019. Disponível em: <https://medialukutaitosuomessa.fi/en/guidelines/>. Acesso em: 18 ago. 2024.

HAN, Byung-Chul. **Infocracia: digitalização e a crise da democracia.** 3. ed. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2023.

JORGE FILHO, R. **Fake News e jornalismo: o impacto da desinformação na sociedade contemporânea.** São Paulo: Edusp, 2019.

LAZER, D. et al. **The Science of Fake News.** *Science*, v. 359, n. 6380, p. 1094-1096, 2018.

OECD. **Disinformation and Misinformation.** [2024]. Disponível em: <https://www.oecd.org/en/topics/sub-issues/disinformation-and-misinformation.html>. Acesso em: 17 ago. 2024.

Organização Pan-Americana da Saúde - OPAS. **Fichas Informativas COVID-19: entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a COVID-19.** Organização Pan-Americana da Saúde, 2020. Disponível em: <https://iris.paho.org/handle/10665.2/52054?locale-attribute=pt>. Acesso em 17 ago. 2024.

SOARES, I. de O. **Educomunicação, paradigma indispensável à renovação curricular no ensino básico no Brasil.** Comunicação & Educação, 2018. Disponível em <https://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/144832/140322>. Acesso em 17 ago. 2024.

SCHNEIDER, C. Q.; SCHMITT, S. **Princípios da análise comparativa: uma introdução ao método.** São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1998.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



SILVA, E. T.; ALMEIDA, L. L.; GUINDANI, J. F. **Metodologia da pesquisa e análise documental: teoria e prática.** Petrópolis: Vozes, 2009.

UNESCO. **COVID-19: Como a pandemia acelerou a transformação digital e o que esperar daqui em diante.** UNESCO Brasil, 10 mar. 2021. Disponível em: <https://pt.unesco.org/news/covid-19-como-pandemia-acelerou-transformacao-digital-e-o-que-esperar-daqui-em-diante>. Acesso em: 17 ago. 2024.

WILSON, C. et al. **Alfabetização midiática e informacional: currículo para formação de professores.** Brasília: UNESCO, 2013.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



FÉ E JORNALISMO: POR UMA CATEGORIZAÇÃO DO TELEJORNALISMO DE INSPIRAÇÃO CATÓLICA NO BRASIL

Natália XAVIER

Doutoranda no PPGEM - Estudos da Mídia e Produção de Sentido

e-mail: nlaxavier@gmail.com

(Identificar a autoria e fornecer suas credenciais acadêmicas e informações de contato)

Resumo

Diante do crescente fenômeno de midiatização da religião e da visão do jornalismo como importante ferramenta de produção de sentido, propomos identificar as características do telejornalismo católico e analisar as estratégias de construção das notícias em cinco telejornais católicos. Entendemos que estudar como o jornalismo é utilizado como ferramenta de evangelização, pode contribuir para um aprofundamento crítico a respeito da prática jornalística, bem como entender melhor práticas relacionadas à midiatização da religião na atualidade. Os programas que integram nosso objeto de pesquisa são: TJ Notícias (da TV Aparecida), Canção Nova Notícias (da TV Canção Nova), Jornal da Vida (da Rede Vida), Jornal Brasil Hoje (TV Pai Eterno) e Século News (Rede Século 21). Nossa objetivo geral é propor uma nova categorização para o telejornalismo católico. Para alcançá-lo, utilizaremos como principais ferramentas teórico-metodológicas a Análise de Conteúdo (Bardin, 1977) e a análise do Modo de endereçamento (Gomes, 2011). Como resultado desse estudo, esperamos desenvolver uma classificação com as características do telejornalismo católico, identificando-o como um segmento específico no jornalismo audiovisual.

Palavras-chave

Midiatização da religião; Telejornalismo Católico; Construção social da realidade; Modo de endereçamento; Análise de Conteúdo.

INTRODUÇÃO

A apropriação dos meios de comunicação por diferentes segmentos da Igreja Católica no Brasil é algo crescente, embora não seja algo novo. Segundo dados divulgados em 2020 pela Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB)¹, existem no país nove emissoras geradoras de conteúdo televisivo de inspiração católica: TV Evangelizar, TV Nazaré, TV Imaculada, TV Horizonte, TV Aparecida, TV Canção Nova, TV Pai Eterno, Rede Vida e Rede Século 21.

¹ Disponível em:

<https://www.cnbb.org.br/cresce-audiencia-de-emissoras-de-radio-e-tv-de-inspiracao-catolica-no-pais-por-causa-do-coronavirus/> Acesso em 10 de setembro de 2024.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Desde a década de 1960, quando ocorreu o Concílio Vaticano II, é mais evidente uma preocupação voltada à presença da Igreja nos meios de comunicação. Durante o referido Concílio, foi aprovado e posteriormente divulgado um dos marcos da Igreja no que se refere à comunicação contemporânea: o *Inter Mirifica*.

Após o Concílio, Gomes (2010) e Puntel (2018), destacam outros documentos que tratam sobre a evangelização utilizando os aparatos de comunicação disponíveis, a exemplo da instrução pastoral *Communio et Progressio*, de 1971, a exortação apostólica *Evangelii Nuntiandi*, de 1975, e *Evangelii Gaudium*, de 2013, demonstrando a preocupação com a Igreja² com o uso dos meios de comunicação. Entendemos que o jornalismo é também uma ferramenta utilizada pelos meios de comunicação católico diante do crescimento da midiatização da religião. Nesse sentido, propomos estudar a construção das notícias e os modos de endereçamento em telejornais de inspiração católica que veiculam notícias gerais.

Nosso objetivo geral de pesquisa é propor uma nova categorização para o telejornalismo católico. Nossos objetivos específicos são: mapear os elementos constitutivos do telejornalismo católico; analisar os modos de endereçamento dos telejornais de inspiração católica; demonstrar os aspectos comuns que permitem delimitar o telejornalismo feito por emissoras confessionais como um tipo de atividade especializada no jornalismo.

Partimos do pressuposto de que telejornais veiculados em emissoras de televisão de inspiração católica reiteram o discurso cristão de esperança e de superação, sendo também ferramentas para evangelização mesmo quando a temática abordada não está restrita à Igreja, mas também abrange temas gerais, com informações sobre o Brasil e o Mundo.

Nossa nova pergunta é: “Quais as características do telejornalismo confessional católico e como ele é utilizado como ferramenta de evangelização para propagação de valores cristãos-católicos mesmo quando aborda temáticas gerais?”

Assumimos a hipótese de que, mesmo que cada emissora possua

² Neste trabalho, utilizamos o termo Igreja como um sinônimo de Igreja Católica.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



especificidades, as características em comum entre os telejornais permitem classificar o telejornalismo de inspiração católica como subgênero.³

Os programas que integram nosso objeto de pesquisa são: TJ Notícias (da TV Aparecida), Canção Nova Notícias (da TV Canção Nova), Jornal da Vida (da Rede Vida), Jornal Brasil Hoje (TV Pai Eterno) e Século News (Rede Século 21). Assim, abordaremos as cinco emissoras confessionais que possuem telejornais nacionais com notícias gerais, com informações sobre o Brasil e o mundo.

MÉTODO

Nosso estudo é realizado a partir da perspectiva fenomenológica e qualitativa, em que admitimos que a realidade é subjetiva (Orozco; González, 2011). Por meio de uma abordagem transmetodológica (Maldonado G., 2013), analisaremos o fenômeno de forma interpretativa, utilizando a análise do Modo de Endereçamento e Análise do Conteúdo de maneira combinada e complementar .

Analisaremos cinco edições de cada telejornal que serão gravadas e ordenadas a partir de formação de semanas artificiais por meio da “regra da representatividade com amostragem não probabilística de semanas compostas” (Fonseca Júnior, 2005). Para iniciar a formação da nossa semana artificial, buscamos aleatoriamente uma segunda-feira evitando períodos de datas comemorativas e de acontecimentos sazonais, como as eleições, em que as pautas podem ficar mais direcionadas a uma determinada temática. Com isso, buscamos que as edições analisadas representem o máximo possível a regularidade de cada telejornal.

Para a análise do modo de Endereçamento, utilizamos quatro operadores metodológicos, previstos em Gomes (2011): 1. o mediador; 2. a organização temática, 3. o pacto sobre o papel do jornalismo; e 4. o contexto comunicativo.

Conforme Gomes (2011, p.34), o modo de endereçamento, “na perspectiva da análise televisiva, o conceito tem sido apropriado para ajudar a pensar como um determinado programa se relaciona com sua audiência a partir da construção de um estilo, que o identifica e que o diferencia dos demais.”

³ Entendemos a conceituação de gênero televisivo a partir das reflexões de Aronchi de Souza (2004).

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



No que se refere à Análise de Conteúdo, desenvolveremos uma ficha catalográfica que inclua informações sobre características gerais do telejornal e das reportagens, enquadramento das notícias e agendamentos, conforme Herchcovitch (2010) e Bardin (1977).

Segundo Bardin (1977, p.38), “A análise de conteúdo aparece como um conjunto de técnicas de análises de comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens.” e acrescenta: “A intenção da análise de conteúdo é a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção e de recepção das mensagens, inferência esta que recorre a indicadores (quantitativos, ou não).”

As nossas primeiras etapas metodológicas são: uma pesquisa exploratória em todas as emissoras confessionais católicas; a realização de uma revisão bibliográfica narrativa – ainda em andamento; e a realização de um Estado da Arte preliminar no banco de teses e dissertações da Capes⁴, utilizando as seguintes palavras-chave: “Telejornalismo católico”, “Televisão católica” e “Jornalismo Católico”, com restrição aos anos de 2020, 2021 e 2022.

PRIMEIRAS DISCUSSÕES

A midiatização tem mudado nossa forma de existência nos mais diversos âmbitos. Segundo Hjarvard (2014, p.23), “hoje, experimentamos uma midiatização intensificada da cultura e da sociedade que não está limitada ao domínio da formação da opinião pública, mas que atravessa quase toda instituição social e cultural, como a família, o trabalho, a política e a religião.”

No que se refere à criação de emissoras de TV com inspiração religiosa, Hjarvard (2013, p.139) afirma que a televisão, mais do que ser um meio para difusão das ideias religiosas, mudou as próprias organizações religiosas. A forma de viver a religião atualmente não é a mesma das décadas de 60 e 70, quando já se podia observar os primeiros programas de TV religiosos no Brasil. É fato que as mudanças observadas

⁴ As buscas foram realizadas no endereço eletrônico: <https://catalogodeteses.capes.gov.br/catalogo-teses>.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



não se devem estritamente à midiatização da religião, mas também não podemos negar as transformações em virtude da midiatização.

Segundo Hjarvard (2013, p.139), “a televisão religiosa introduziu novas formas de experiência religiosa e sentimentos de comunidade, bem como influenciou a estrutura interna de poder das organizações religiosas.”

As emissoras de inspiração católica existentes no Brasil possuem programação dominada por conteúdos diretamente ligados à profissão da fé e à catequese, como a transmissão de missas, programas formativos sobre a Igreja Católica e atrações de música religiosa. Entretanto, a maioria delas⁵ tem também horário reservado para atrações de jornalismo, com jornal diário, programas de entrevista e documentários.

No que se refere à importância do jornalismo confessional diante da midiatização da religião, ancoramo-nos em Martino (2011, p.54), que afirma que grandes instituições sociais procuram, “sempre que possível, criar ou reforçar a intersecção entre campos diversos com a finalidade de reforçar o prestígio em ambos. Assim aconteceu quando a legitimidade social da religião é associada ao reconhecimento do jornalismo”.

Além disso, concordamos também com Gasparetto (2011), para quem o uso da televisão é essencial para que a Igreja aumente sua presença na sociedade, considerando o dispositivo midiático televisivo uma instância central e estratégica para a religião.

Ao refletirmos sobre o telejornalismo produzido por veículos de comunicação confessionais católicos, nossa proposta de estudo está ancorada na concepção do jornalismo a partir das teorias construcionistas, em que as notícias são vistas como uma construção e são influenciadas por diferentes fatores, como por exemplo, a cultura organizacional da empresa jornalística. (Pena, 2005; Traquina, 2005; Silva, 2005; Wolf, 2008; Alsina, 2009).

Gans (1979) afirma que as notícias não se limitam a julgamentos da realidade, mas têm nelas declarações de preferências que vão além da visão particular dos

⁵ Das emissoras de televisão de inspiração católica, cinco possuem jornal com notícias gerais nacionais, duas possuem jornais com notícias gerais locais e apenas duas não possuem telejornal com notícias gerais.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



jornalistas. No caso do jornalismo confessional, entendemos que esses valores dizem respeito também à emissora e ao que essa emissora entende como viver o catolicismo. Esclarecemos que as emissoras analisadas não são veículos oficiais da Igreja, existindo entre elas pensamentos políticos e grupos distintos. Em nosso estudo, não buscaremos analisar posicionamentos políticos, mas quais são as estratégias utilizadas para a propagação da fé.

Nesse sentido, o conceito de modo de endereçamento ajuda-nos a refletir e identificar como se dá a relação dos telejornais com sua audiência. Conforme Gomes (2011, p.36), “o conceito de modo de endereçamento se refere ao modo como um determinado programa se relaciona com sua audiência a partir da construção de um estilo, que o identifica e que o diferencia dos demais.”

Em se tratando de veículos de mídia que estão ligados a determinada religião, o entendimento do interesse do público passa pela confissão de fé, tanto do próprio veículo, quanto pela projeção que os veículos fazem dos telespectadores, que mesmo quando não pratica aquela fé, possuiria alguma simpatia pelos conteúdos ali apresentados.

CRONOGRAMA

Até o presente momento, realizamos uma pesquisa exploratória em todas as emissoras confessionais católicas brasileiras e em seus respectivos *sites* a fim de verificar as melhores formas de coleta de dados e reavaliar a constituição de nosso *corpus*. Entre outubro de 2023 e janeiro de 2024, realizamos gravações de 15 edições de cada um dos cinco telejornais que compõem nosso estudo para análise preliminar e testagem das metodologias escolhidas.

Além disso, realizamos também o Estado da Arte preliminar no qual identificamos dez estudos acerca da comunicação católica realizados entre 2020 e 2022. A maioria deles relacionados à historicidade de veículos impressos.

Atualmente, está em andamento a revisão bibliográfica narrativa. No primeiro trimestre de 2025, realizaremos a gravação das edições que irão compor o *corpus* de

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



nossa tese e concluirmos o primeiro capítulo da tese, que tratará sobre midiatização da religião.

REFERÊNCIAS

- ALSINA, Miguel Rodrigo. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.
- ARONCHI DE SOUZA, José Carlos. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004. BALOGH, Anna M
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Editora Edições 70, 1977.
- FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da; Análise de conteúdo. In: **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.
- GANS, Herbert. **Deciding what's news: a study of Evening News, NBC Nightley News, Newsweek and Time**. New York: Pantheon Books, 1979.
- GASPARETTO, Paulo Roque. **Midiatização da religião: processos midiáticos e a construção de novas comunidades de pertencimento**. São Paulo: Paulinas, 2011.
- GOMES, Pedro Gilberto. **Da Igreja eletrônica à sociedade em midiatização**. São Paulo: Paulinas, 2010.
- GOMES, Itania Maria Mota. Metodologia de Análise de Telejornalismo. In: GOMES, I.M.M. (Org.). **Gênero televisivo e modos de endereçamento no telejornalismo**. Salvador: EDUFBA, 2011.
- HJARVARD, Stig. Midiatização: conceituando a mudança social e cultural. **MATRIZES**, São Paulo, Brasil, v. 8, n. 1, p. 21–44, 2014. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v8i1p21-44. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/82929>. Acesso em: 20 set. 2024.
- HERSCOVITZ, Heloiza Golbspan. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, C.; BENETTI, M. (Org.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.
- LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia**. São Paulo: Ática, 2011.
- MALDONADO G., A. Efendy. A perspectiva transmetodológica na conjuntura de mudança civilizadora em inícios do século XXI. In: MALDONADO, A.E; BONIN, J.A.; ROSARIO, N.. (Org.). **Perspectivas Metodológicas em Comunicação: Novos desafios na prática investigativa**. 2ed.Salamanca: Editorial Comunicación Social, 2013, v. 1, p. 17-45.
- MARTINO, Luís Mauro Sá. **Mídia e Poder Simbólico**. 3 ed. São Paulo: Paulus, 2011.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



OROZCO, Guillermo; GONZÁLEZ, Rodrigo. **Una coartada metodológica:** abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias. Ciudad de México-DF: Editorial Tintable, 2011.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo.** São Paulo: Editora Contexto, 2005.

PUNTEL, Joana T. Convergência e continuidade no pensamento da relação Igreja e Comunicação na sociedade contemporânea. **Anais do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2 a 8 de setembro de 2018. São Paulo: Intercom 2018.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo.** A tribo jornalística: uma comunidade interpretativa transnacional. Vol. II. Florianópolis, Insular, 2005.

WOLF, Mauro. **Teorias das Comunicações de massa.** 3 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



O BEST-SELLING LITERÁRIO DE EDUARDO SPOHR EM CONTEXTO DE CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA: DA MESA DE RPG ÀS REDES SOCIAIS

Dezwit Alves de BARROS

Doutorando no PPGEM - Estudos da Mídia e Práticas Sociais
e-mail: dezwith.barros.089@ufrn.edu.br

Resumo

A partir da constatação do sucesso mercadológico da produção literária de Eduardo Spohr, esta pesquisa pretende investigar o que pode ter levado as obras deste escritor a obterem tamanho sucesso. De modo geral, a escrita de Spohr apresenta traços recorrentes facilmente perceptíveis (padronização de arcos narrativos, capítulos curtos e forte influência dos preceitos de Campbell acerca da “jornada do herói”). Além disso, o autor explora com bastante maestria diversas outras mídias (desde o RPG de mesa, passando pelo YouTube e Podcasts até canais de aplicativos de mensagens instantâneas), fazendo, assim, com que sua atuação se configure na esteira do que Henry Jenkins cunhou “convergência midiática”. É justamente no entrelugar dessa convergência de mídias que esta pesquisa pretende se situar, a fim de analisar como essa confluência de exploração de recursos dos jogos de RPG de mesa, de formas narrativas padronizadas e do marketing nichado da cultura pop/nerd pode ter contribuído para a consolidação da obra ficcional de Eduardo Spohr como um fenômeno tanto mercadológico quanto de aceitação do público leitor. Para tanto, além da pesquisa bibliográfica, também serão utilizados como método de pesquisa a análise crítica da narrativa e análise de conteúdo, com possibilidade para o trabalho com um grupo focal. A principal hipótese defendida nesta tese é a de que estes dois fatores (padronização da forma e convergência midiática) podem ter contribuído para a ampliação dos perfis de leitores da obra do autor e o consequente sucesso de vendas e de aceitação dessas produções por parte do público.

Palavras-chave: Best-selling, Convergência Midiática, Eduardo Spohr, Estudos de Mídia e Práticas Sociais, Transmissão.

INTRODUÇÃO

Desde a publicação de seu primeiro livro, em 2007, o escritor carioca Eduardo Spohr passou a se destacar como um dos autores mais lidos e aclamados no contexto do mercado editorial brasileiro. De modo geral, a obra de Spohr é caracterizada por alguns traços recorrentes facilmente detectáveis. Em suas narrativas, destacam-se heróis cujos tipos se repetem em todas as suas obras. Esses tipos são, em alguns casos condizentes, com a caracterização da “jornada do herói” (Campbell, 1989). Para além da padronização da forma e do estilo, que certamente contribuem para os resultados mercadológicos das obras de Spohr, o autor também se utilizou de outros tipos de mídias surgidas no berço do que será chamado aqui de *Cultura Nerd*, como os fóruns de internet, os grupos e canais de aplicativos de mensagens instantâneas, participação em *lives* e entrevistas de Canais do *YouTube* e, com mais ênfase, a participação em podcasts. Por fim, acrescenta-se a este conjunto de fatores, o fato

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



de todo o universo narrativo engendrado por Spohr ter sido germinado, na verdade, em mesas de RPG (Role Playing Games).

Frente a isso, é justamente no entrelugar dessa convergência de mídias que esta pesquisa pretende se situar, a fim de analisar como essa confluência de exploração de recursos dos jogos de RPG de mesa, de formas narrativas padronizadas e do marketing nichado da cultura pop/nerd pode ter contribuído para a consolidação da obra ficcional de Eduardo Spohr como um fenômeno tanto mercadológico quanto de aceitação do público leitor.

Nessa articulação, o objetivo geral da pesquisa é o de empreender um estudo crítico-reflexivo sobre os processos textuais (padronização de arcos narrativos) e as circunstâncias extratextuais (convergência midiática) que possivelmente contribuíram para a consolidação dos romances de Eduardo Spohr como fenômenos de vendas e de aceitação do público leitor. Como objetivos específicos, tem-se a) identificar de forma amostral as evidências do uso de técnicas e formulações retórico-discursivas padronizadas no processo de construção das narrativas dos romances de Eduardo Spohr e sistematizar os dados levantados; b) caracterizar os recursos de convergência midiática utilizados por Eduardo Spohr em relação aos processos de divulgação e recepção de sua obra e; c) investigar em que medida essa confluência de fatores pode ter sido determinante para os méritos da série de livros tanto no julgo daqueles que o consomem quanto do ponto de vista do mercado editorial.

Assim, pode-se considerar que a proposta delineada para esta tese representaria uma efetiva contribuição à fortuna crítica sobre o trabalho de Eduardo Spohr, bem como, em linhas gerais, às relações entre literatura e estudos de mídia, no contexto das práticas sociais. Nesse sentido, partindo do pressuposto de que a obra de Eduardo Spohr tem se consolidado a partir da exploração da convergência de diversas mídias, esta pesquisa pretende trabalhar com a hipótese segundo a qual isso pode ter contribuído para a ampliação dos perfis de leitores da obra do autor e o consequente sucesso de vendas e de aceitação dessas produções por parte do público.

MÉTODO

De modo geral, esta tese se utilizará da confluência de alguns recursos e instrumentos metodológicos aceitos. Mais precisamente, a pesquisa bibliográfica será adotada para os textos que compõem o estado da arte e a fundamentação teórica das análises e reflexões pretendidas. Destaca-se, neste contexto, que, além dos textos de referência acerca do conceito de cultura de convergência

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



(Jenkins, 2009, e interlocutores), o tomo *Filhos do Éden: Universo Expandido*, do próprio Eduardo Spohr, será também utilizado como fonte bibliográfica para a pesquisa.

Já a análise crítica da narrativa (Motta, 2013) e a análise literária de modo geral (Candido, 1998; Genette, 1995; Culler, 1999) serão imprescindíveis para identificar e sistematizar as evidências do uso de técnicas e formulações retórico-discursivas padronizadas no processo de construção dos arcos narrativos dos romances de Eduardo Spohr.

Além disso, também poderão ser considerados entrevistas e relatos do autor disponíveis em blogs da internet e programas de podcasts a fim de compreender os recursos de convergência midiática, com ênfase para a transmissão, envolvendo o universo da produção literária do autor.

Por fim, para validar os aspectos mercadológicos e de aceitação do público em relação às obras de Spohr, bem como os eventuais impactos da exploração de outras mídias pelo marketing do autor no processo de recepção das obras, serão consideradas duas alternativas de método – a ser definido durante a evolução da pesquisa: uma das opções é uma pesquisa qualitativa utilizando como método a análise de conteúdo aplicada a comentários e resenhas realizadas por leitores usuários da plataforma *Skoob*, uma rede social voltada para o público de leitores de livros¹; a outra opção, seria a criação de um grupo focal com fãs da obra de Eduardo Spohr, a serem prospectados a partir do próprio *Skoob* e em outros ambientes virtuais ocupados pelo *fandom* dos livros aqui analisados.

PRIMEIRAS DISCUSSÕES

Para fundamentar a análise empreendida por esta pesquisa, serão consideradas referências sobre a relação entre literatura e outras mídias, sobre conceitos da teoria da literatura e sobre o papel do leitor na literatura – em especial, os preceitos da teoria da “Estética da Recepção” e dos estudos de recepção na área da comunicação de modo geral. Também serão discutidos, por um viés de contraposição crítica, os trabalhos dos representantes da “Escola de Frankfurt” (Walter Benjamin, Max Horkheimer e Theodor Adorno) e seus interlocutores contemporâneos, focando sobretudo na contestação feita por esses intelectuais dos caminhos tomados pela arte na modernidade no contexto daquilo que eles chamaram de “Industria Cultural”.

¹ Na plataforma *Skoob* (disponível para aplicativo para smartphones e em versão web), é possível criar estantes virtuais com os livros que o usuário possui, que já leu, que gostaria de ler, dentre outras classificações. Além disso, o leitor é incentivado a classificar os livros lidos com notas de 0 a 5 estrelas (com decimal variável de 0,5 em 0,5) e a redigir históricos de leitura (à medida em que vai lendo o livro) e resenhas (quando marca o livro como concluído).

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Em sua obra *Cultura da convergência*, Henry Jenkins discorre de forma aprofundada sobre a relação/interação da audiência/público/consumidor com os meios de comunicação. Para o autor, a cultura da convergência seria o entrelugar “onde as velhas e novas mídias colidem, onde a mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis” (Jenkins, 2009, p. 29). Nesse sentido, configura-se como um fator multidirecionado, ora influenciando o papel do usuário, ora sendo influenciada por ele.

Inserido no escopo da cultura de convergência, tem-se o conceito de *transmedia storytelling* (narrativa transmídia). Em análise da obra de Jenkins, Yvana Fechine, uma das principais interlocutoras desse autor no Brasil, explicita que “os consumidores são agentes criativos fundamentais na constituição do universo ficcional transmídia, pois são quem, ao atenderem o convite para estabelecerem essas conexões, definem não apenas os usos das mídias, mas também o que efetivamente circula entre elas.” (Fechine, 2014, p. 11-12).

Trazendo esta discussão para o objeto de estudo deste trabalho, constata-se que Spohr nunca escondeu o quanto foi influenciado tanto por outros autores de obras de ficção quanto pelos fãs e colegas de RPG (Spohr, 2016). Não por acaso, um ano após publicar o último livro da trilogia *Filhos do Éden*, a editora Verus lançou *Filhos do Éden: Universo Expandido*, assinada por Eduardo Spohr e pelo ilustrador Andrés Ramos. Neste lançamento, a obra de Spohr recebe os primeiros direcionamentos para algo que poderíamos definir como transmídia, uma vez que foi publicado com evidente intenção de alimentar a cultura de fãs – conforme nomenclatura de Hills (2002) – que já havia se consolidado em torno do universo oriundo dos livros de Spohr.

Algo bastante destacado na Introdução foi a presença de Spohr em programas de podcasts. Nesse sentido, balizado na análise do uso que três programas de podcast fazem desta mídia como ferramenta de marketing, Manduca e Rezende concluíram que “ao se valer do podcast [...], a comunicação de marketing se descola da imagem negativa que foi atribuída ao longo dos anos à propaganda e ao marketing direto e alcança o público de uma nova maneira, elevando, consequentemente, o valor percebido da marca que dele utiliza” (Manduca; Rezende, 2021, p. 80). É justamente em diálogo com essa percepção que a hipótese defendida nesta tese se posiciona. Ou seja, dentre outros fatores (também explorados nesta pesquisa), o sucesso de Eduardo Spohr no mercado editorial foi possivelmente alicerçado nestes preceitos da comunicação de marketing discutidos por Manduca e Rezende.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



Por fim, destaca-se que é quase impossível abordar este tipo de processo sem acudir à ferrenha crítica feita por Theodor Adorno ao que ele denominou de *Indústria Cultural*. Desse modo, apesar de Adorno (2002) associar esses procedimentos tecnicistas adotados pela arte produzida a partir do início do Século XX como uma espécie de ocaso da arte em si, o filósofo alemão talvez tenha sido quem melhor descreveu o impacto desta apropriação da cultura pela indústria – o que, de acordo com suas próprias reflexões, consiste em um verdadeiro paradoxo –, no sentido de reconhecer este fenômeno como algo inexorável e irremediável.

CRONOGRAMA

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W. **Indústria Cultural e Sociedade**. Trad. Juba Elisabeth Levy [et al.]. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reproducibilidade técnica. In: _____. **Magia e técnica, arte e política**. Trad. Sergio Paulo Rouanet. 7. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994. (Obras escolhidas, vol. I). (p. 165-196)

BEST-SELLING. In: Cambridge English Dictionary. Cambridge: Cambridge University Press & Assessment, 2024. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/us/dictionary/english/best-selling>. Acesso em 02 jul. 2024.

BOURE, Alexandre. 10 autores nacionais vivos que faturaram mais de 1 milhão de reais com seus livros. **Blog Design do Escritor**. 15 jan. de 2020. Atualizado em 19 set. 2022. Disponível em: <https://www.designdoescritor.com/post/10-autores-nacionais-vivos-que-faturaram-mais-de-1-milh%C3%A3o-de-reais-com-seus-livros>. Acesso em: 04 mar. 2023.

CAMPBELL, Joseph. **O herói de mil faces**. Trad. Adail Ubirajara Sobral. São Paulo: Cultrix/Pensamento, 1989.

CANDIDO, Antonio. A personagem do romance. In: _____ et al. **A personagem de ficção**. 9. ed. São Paulo: Perspectiva, 1998, p. 51-80.

CULLER, Jonathan. Narrativa. In: _____. **Teoria literária: uma introdução**. Trad. Sandra G. T. Vasconcelos. São Paulo: Beca, 1999. p. 84-94

FECHINE, Yvana. Transmediação e cultura participativa: pensando as práticas textuais de agenciamento dos fãs de telenovelas brasileiras. In: **Revista Contracampo**, Niterói, v. 31, n. 1, p. 5-22, dez-mar 2014.

GENETTE, Gérard. **Discurso da narrativa**. 3. ed. Lisboa: Vega, 1995.

HILLS, Matt. **Fan cultures**. Londres; Nova York: Routledge, 2002

JENKINS, Henry. **Cultura de convergência**. Trad. Suzana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2009.

MANDUCA, Alexandre; REZENDE, Taynara Borges de. Podcast como ferramenta de marketing de conteúdo. **South American Development Society Journal**, [S.l.], v. 7, n. 20, p. 66, set. 2021. ISSN 2446-5763. Disponível em: <<http://sadsj.org/index.php/revista/article/view/437>>. Acesso em: 08 set. 2023. doi: <http://dx.doi.org/10.24325/issn.2446-5763.v7i20p66-82>.

SPOHR, Eduardo. Estude ‘A Jornada do Herói’ com Eduardo Spohr. **Jovem Nerd**. Rio de Janeiro, 14 set. 2009. Disponível em: <https://jovemnerd.com.br/nerdbunker/estude-a-jornada-do-heroi-com-o-professor-eduardo-spoehr/> Acesso em: 03 jul. 2023.

_____. Eduardo Spohr: "Os anjos são como super-heróis". [Entrevista concedida a] Danilo Venticinque. **Revista Época**. Disponível em: <https://revistaepoca.globo.com/Revista-Epoca/0,EMI161543-15220,00.html>. agosto, 2010. Acesso em: 03 jul. 2023.

IV SEMINÁRIO DE PESQUISA PRODUÇÃO E PRÁTICAS EM ESTUDOS DA MÍDIA

09 A 11 DE OUTUBRO DE 2024
AUDITÓRIO 1 - LABCOM/UFRN



- _____. **Filhos do Éden: Anjos da Morte.** 1 ed. Campinas/SP: Verus, 2013a. (Livro 2)
- _____. **Filhos do Éden: herdeiros de Atlântida.** 12^a ed. Campinas/SP: Verus, 2013b. (Livro 1) [ano de lançamento 2011].
- _____. **A Batalha do Apocalipse:** da queda dos anjos ao crepúsculo do mundo. 69^a ed. Campinas/SP: Verus, 2020a. [ano de lançamento 2007].
- _____. **Filhos do Éden: Paraíso Perdido.** 16^a ed. Campinas/SP: Verus, 2020b. (Livro 3) [ano de lançamento 2015].
- SPOHR, Eduardo; Ramos, Andrés. **Filhos do Éden: Universo Expandido.** Rio de Janeiro: Verus, 2016.

AUTORAS E AUTORES



ANA DANIELLA FECHINE LEITE | Doutoranda em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Mestre em Antropologia pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Graduada em Jornalismo também pela UFPB. Atua há quase 10 anos em redação e assessoria de imprensa. E-mail: danifechine@gmail.com



ANA KAMILA SILVA AZEVEDO | Doutoranda em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Mestre em Gestão da Informação e do Conhecimento pela Universidade Federal do Rio Grande. Graduada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. E-mail: kamila.azevedo@ufrn.br



ANADELLY FERNANDES PEREIRA ALVES | Anadelly Fernandes Pereira Alves é Mestranda em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Graduada em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN). E-mail: anadellyalves@gmail.com



BEATRIZ MONTEIRO BELTRÃO | Mestranda em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Graduada em Jornalismo pela Universidade Federal do Cariri. E-mail: beatrizmbeltrao@gmail.com



CARLOS FELIPE DE OLIVEIRA SOUZA | Mestrando em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Graduado em Jornalismo pela Universidade Federal do Cariri. E-mail: carlos.souza.073@ufrn.edu.br



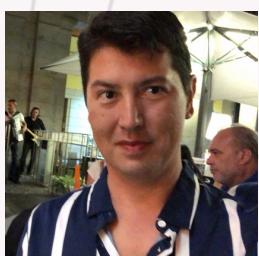
DANIELLE CORREIA NEVES ABREU | Doutoranda e Mestra em Estudos da Mídia (PPgEM-UFRN), possui bacharelado em Comunicação Social em Mídias Digitais (UFPB). Pesquisadora no Grupo de Pesquisa Pragmática da Comunicação e da Mídia (Pragma/UFRN/CNPq) e no Laboratório de Inovação Tecnológica em Saúde da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (LAIS/UFRN). Email: midiасabreu@gmail.com



DANILO CEZAR DA SILVA MONTEIRO | Doutorando em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPGEM/UFRN). Graduado em Jornalismo (UFPB) e Mestre em Comunicação pela Universidade Federal da Paraíba (PPGC/UFPB). Atualmente, desenvolve pesquisas na área de Comunicação Política, Jornalismo Digital, Estudos de Gênero e Sexualidade, e Interseccionalidade. E-mail: monteirodann@gmail.com



DANILO SILVA DE MEIRELES | Doutorando e mestre em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN. Integrante do Grupo de Pesquisa VISU – Laboratório de Práticas e Poéticas Visuais (CNPq). E-mail: meirelesdaniilo9@gmail.com



DAVI JOSE DI GIACOMO KOSHIYAMA | Doutorando em Estudos da Mídia pela UFRN. Mestrado em Design pela UFRN. Pós-Graduação em Produção de Documentários. Pós-Graduação em Gestão Pública, Especialização em Desenho Educacional. Graduação em Comunicação Social (Publicidade e Propaganda) pela Fundação Armando Álvares Penteado FAAP/SP. Técnico em Processamento de Dados. Experiência na área de Comunicação, Direção de Arte, Design de Intereração, Produção Audiovisual, Arquitetura da Informação, Ensino a Distância e Marketing Institucional. Criação de Sites (Brasil, EUA, Inglaterra). Autoração de Jogos, Projetos Gráficos, Campanhas Publicitárias, Materiais Didáticos, Vídeos e Animações, com publicações bibliográficas na área. E-mail: davijoseonline@gmail.com



Professor Permanente Nível V no Governo do Estado do RN – SEEC/RN. Doutorando em Estudos da Mídia pelo PPGEM/UFRN. Mestre em Literatura Comparada pelo PPGEL/UFRN (2016). Graduado em Letras com habilitação em Português, Inglês e respectivas literaturas também pela UFRN (2011). Interessa-se por narrativas best-sellers, sobretudo no âmbito do mercado nacional, bem como pela relação entre ficção, cultura midiática e sociedade. E-mail: dezwith.barros.089@ufrn.edu.br



DILMA CLÉA BARBOSA GOMES SILVA | Mestranda em Estudos da Mídia e Produção de Sentido, na Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Graduação em Letras – Língua Portuguesa. Pós-graduação em Leitura e Literatura. E-mail: dilmacleab@gmail.com



ELISA ELSIE COSTA BATISTA DA SILVA BESERRA | Doutoranda em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Mestra pelo mesmo programa e graduada em Comunicação (Jornalismo e Radialismo). É mãe, artista visual, fotógrafa e pesquisadora nordestina. Investiga temas relacionados à maternidade e atualmente pesquisa as relações da fotografia com a maternidade, sobrecarga materna, arquivo, álbum de família e memória. E-mail: elisa.elsie.costa.058@ufrn.edu.br



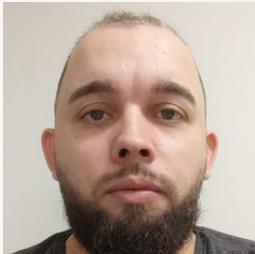
ERMAELA CÍCERA SILVA FREIRE BATISTA | Doutoranda em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Mestre em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Graduada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Estadual da Paraíba. E-mail: ermaelacicera@gmail.com



EMANOEL FLÔRES DE LIMA | Mestrando em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Graduado em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Graduado em Tecnologia em Análise e Desenvolvimento de Sistemas pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte. Email: emanoel.limma@gmail.com



EMANOELLA CALLOU BELÉM | Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia na Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPGEM/UFRN), com orientação do prof. Dr. Daniel Meirinho de Souza. Mestra em Biblioteconomia pela Universidade Federal do Cariri – UFCA (2020), pós-graduada em Artes Visuais: Cultura e Criação pelo SENAC-CE (2014) e graduada em Comunicação Social pela Universidade Estadual da Paraíba (2009). Desde julho de 2012 trabalha como técnica do laboratório de fotojornalismo na Universidade Federal do Cariri – UFCA onde também atuou em projetos de extensão e cultura e no Departamento de Comunicação Institucional. E-mail: emanoellacb@gmail.com



HANRY DE LIMA VIEIRA | Mestrando em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Bacharel em Direito pelo Centro Universitário do Rio Grande do Norte – UNI-RN. E-mail: hanryvieira.ufrn@gmail.com



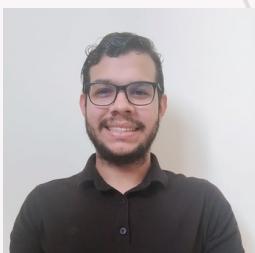
HÉLDER PAULO CORDEIRO DA NÓBREGA | Doutorando em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Mestre em Artes Visuais pela Universidade Federal da Paraíba e Universidade Federal de Pernambuco. Especialista em Gênero e Diversidade na Escola pela Universidade Federal da Paraíba. Graduado em Cinema e Audiovisual pela Universidade Federal da Paraíba. E-mail: heldercinema@gmail.com



ISABEL JALES COSTA SOUZA | Mestranda em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Graduada em Comunicação Social com ênfase em Jornalismo pela UFRN. E-mail: jalesisabel@gmail.com



JOÃO AURELIANO DE ALMEIDA MEDEIROS | Mestrando em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Graduado em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. E-mail: aurelianomedeiros@gmail.com



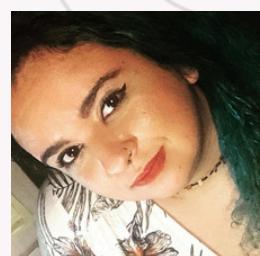
JOÃO PEDRO CALDAS LEITE | Mestrando do Programa de Pós Graduação em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Graduado em Comunicação Social – Rádio e TV pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA). E-mail: jpcaldasleite@gmail.com



JUSTINO BATISTA PEREIRA NETO | Mestrando no PPGEM – Estudos da Mídia, na linha de pesquisa Produção de Sentido pela UFRN. Graduado em Comunicação Social com habilitação em radialismo e jornalismo pela UFRN. E-mail: justino_neto@hotmail.com



LAÍS EMANUELLE BORBA DE BRITO | Doutoranda e Mestra em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPgEM/UFRN), na linha de pesquisa Estudos da Mídia e Produção de Sentido. De novembro de 2024 a abril de 2025 desenvolverá a pesquisa durante o Doutorado Sanduiche na Universidade do Algarve (Portugal) sob a coorientação da professora Ana Isabel Candeias Dias Soares com bolsa Capes (PDSE). Bolsista Capes no mestrado (2020-2022) e no doutorado (2023-2027). É bacharel em Jornalismo pela Universidade do Vale do Ipojuca (UNIFAVIP WYDEN), foi aluna laureada e bolsista Prouni Integral. É membro e pesquisadora do Marginália: Grupo de Estudos Transdisciplinares em Comunicação e Cultura. Tem experiência profissional em produção de Rádio e TV, Assessoria, Marketing e Mídias Sociais. Atua, principalmente, nos seguintes temas: sitcom animado, narrativas seriadas, violência simbólica de gênero, gênero, discurso e cultura pop. Possui interesse especial em sitcom animado, narrativas seriadas e violência simbólica de gênero. E-mail: laisemanuelle_2012@hotmail.com



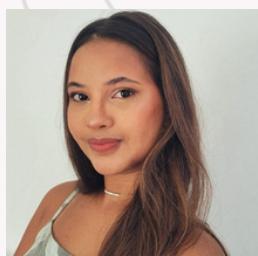
LARA PAIVA DE FRANÇA | Mestranda em Psicologia Organizacional e do Trabalho da Universidade Potiguar (UnP) e Estudo da Mídia (UFRN). Graduada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo e Publicidade da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) com especialização em Marketing Digital (Estácio Fatern) e produção de documentário (UFRN). Atualmente trabalho com Marketing Digital com ênfase em Marketing de Conteúdo e estudo memes e filmes. Experiência em assessoria de imprensa, mídias digitais e jornalismo online. E-mail: paivalara@gmail.com



LEONARDO MAGELA LOPES MATOSO | Doutorando, Escritor e Drag da Psicanálise, Enfermagem e Jornalismo. Enxerga-se como um homem branco, mais do que deveria ser, transeunte, da queergenerideade e homossexualidade. Amante dos jogos de videogames e das abstrações intergalácticas. Ama mais do que deveria, mas ciente da entrega histérica e permissiva as pessoas e ao mundo. Encontra-se como Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPgEM), da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). É Mestre em Cognição, Tecnologias e Instituições pela Universidade Federal Rural do Semi-Árido (Ufersa). Especialista Residente em Atenção Básica, Saúde da Família e Comunidade, pela Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (Uern). Especialista em Enfermagem do Trabalho pela Faculdade Nova Esperança (Facene). Especialista em Acupuntura formado pela Associação Brasileira de Acupuntura (ABA). Especialista em Psicanálise e Psicologia pela Faculdade Metropolitana de São Paulo. Enfermeiro graduado pela Universidade Potiguar (UnP) e Jornalista pela Uern. Atualmente encontra-se como bolsista de doutorado do CNPQ, desenvolvendo pesquisa no campo da Comunicação Midiática e Produção de Sentidos, voltado para gênero, sexualidade, corporeidade e analidades. É membro do Grupo de Pesquisa CORPOLÍTICA: Grupo de Estudos Interdisciplinares, Práticas Discursivas e Política dos Corpos da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). E-mail: leonardo.l.matoso@gmail.com



LEÔNIDAS TEIXEIRA DE CARVALHO NETO | Mestrando no Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Graduado em Comunicação Social - Audiovisual pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Integra o PRAGMA - Pragmática da Comunicação e da Mídia: teorias, linguagens, indústrias culturais e cidadania e o EPA! - Grupo de Pesquisa em Economia Política do Audiovisual. E-mail: leonidasc07@gmail.com



LETÍCIA GABRIELA NASCIMENTO DE MELO | Mestranda em Estudos da Mídia e Comunicação Social pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte, graduada em Letras - Língua Portuguesa pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte e graduanda em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal do Rio grande do Norte. E-mail: leticia.melo.118@ufrn.edu.br



LIVIA DE SOUZA MOTTA | Mestranda do curso de Pós-Graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte – PPgEM-UFRN. Graduada em Comunicação Social - Audiovisual pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). e-mail: livsmotta@gmail.com



LORENNA ARACELLY CABRAL DE OLIVEIRA | Doutoranda e Mestra pelo Programa em Estudos da Mídia (PPgEM) pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Bacharela em Comunicação Social com habilitação em Radialismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Integrante do grupo de Estudos de Mídia - Análises e Pesquisas em Cultura, Processamentos e Produtos Midiáticos (Gemini/UFRN). E-mail: lorycaoly@gmail.com



LUCAS RODRIGUES FÉLIX | Doutorando em Estudos da Mídia (PPgEM) pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Possui titulação de mestre pelo mesmo programa de pós-graduação e é bacharel em Comunicação Social, com habilitações em Jornalismo e Audiovisual, pela mesma instituição. Pela Universidade Potiguar (UnP), é especialista em Comunicação Digital e Comunicação e Marketing Esportivo. E-mail: falecomlucasfelix@gmail.com



LUCIANO VAGNO DA SILVA | Mestrando em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Graduado em Jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. E-mail: luciano.vagno.702@ufrn.edu.br



MARIA CLARA BEZERRA DE ARAÚJO | Doutoranda e Mestre em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Publicitária e especialista em Planejamento Estratégico em Comunicação pela Universidade Potiguar (UnP) e graduada em Letras – Língua Portuguesa e Literaturas pela UFRN. E-mail: clarabez@gmail.com.



MARIA LARISSA DENNYFHER DE MOURA | Larissa Moura é doutoranda pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (Ppgem/UFRN), mestre pelo mesmo programa, e formada em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, pela UFRN. Integrante do Grupo de Pesquisa Economia Política do Audiovisual (Epa!), e dos projetos de extensão "Observatório do audiovisual potiguar" e "Mídias na educação". Pesquisa sobre comunicação e trabalho, plataformização e influência digital. E-mail: larissa.moura.083@ufrn.edu.br



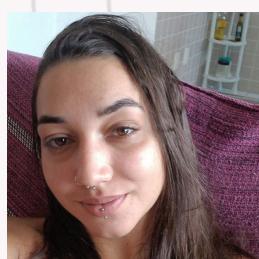
NATÁLIA LAÍS ALMEIDA XAVIER | Doutoranda em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPgEM/UFRN), na linha de pesquisa Estudos da Mídia e Produção de Sentido. Possui mestrado em Comunicação e Culturas Midiáticas pela Universidade Federal da Paraíba (2019), MBA em Jornalismo Empresarial e Assessoria de Imprensa pela Faculdade Estácio de Sá (2015) e graduação em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba (2009).



NATHALIA FIGUEIREDO DE OLIVEIRA BRITO | Doutoranda em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Mestre em Letras pela Universidade Regional do Cariri. Graduada em Jornalismo na Universidade Federal do Cariri. E-mail: natfbrito@gmail.com



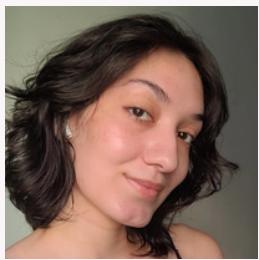
NORTON RAFAEL NEVES DE AMORIM | Mestrando em Estudos da Mídia e Produção de Sentido. Graduado em Comunicação Social (habilitação em Jornalismo) pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte, com passagens por veículos de comunicação em Natal/RN. Email para contato: nortonamorim@gmail.com.



PIETRA SILVA QUEIROZ | Doutoranda em Estudos de Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (Capes). Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco. Bacharel em Comunicação Social com ênfase de formação em Educomunicação pela Universidade Federal de Campina Grande. Email: pietra.queiroz.081@ufrn.edu.br



PRISCILA NOGUEIRA KRÜGER KRAMER | Doutoranda em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Mestre em Estudos da Mídia e graduada em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, ambos pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Atua como Assessora de Comunicação da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. E-mail: priscilahbk@gmail.com



ROSSANA IÂNDJA DE OLIVEIRA SILVA | Mestranda em Estudos da Mídia e Produção de Sentido pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Jornalista pela Universidade Estadual da Paraíba. E-mail: rossiandja@gmail.com



SIMÉIA RÊGO DE OLIVEIRA | Doutoranda em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Mestre em Comunicação pela Universidade Federal da Paraíba. Especialista em Marketing e Mídias Digitais pela Uninassau/Ser Educacional. Graduada em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas também pela Universidade Federal da Paraíba. E-mail: simeia.rego@gmail.com



THALITA OLIVEIRA GONÇALVES | Doutoranda em Estudos de Mídia - UFRN; Pesquisadora no Grupo de pesquisa GEMINI - Grupo de estudos de mídia: análises e pesquisas em cultura, processos e produtos midiáticos. Mestre em Design - UFCG, com linha de pesquisa: comunicação, informação e cultura; Bacharel em Comunicação Social com ênfase de formação em Educomunicação - UFCG. Licenciatura em Letras - UEPB. E-mail: thalitaogoncalves@gmail.com



THÂMARA ROQUE DOS SANTOS SOUSA | Mestranda em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Graduada em Relações Públicas e Comunicação Social com habilitação em Rádio e TV pela Universidade Federal da Paraíba. E-mail: roquethamara@gmail.com



TONI LUCAS BENTO CARNEIRO | Toni Lucas Bento Carneiro é Mestrando em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Graduado em Jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. E-mail: tonnilucas@gmail.com



VICTÓRIA ZILMARA ALVES | Mestranda em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Bacharela em Jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Graduanda em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. E-mail: victoria.alves.116@ufrn.edu.br

