

Livro de Resumos



III Jornadas Internas do PPGCOM

De 21 a 23 de setembro

Comissão Organizadora: Gabriela Borges, Teresa Neves, Aline Pereira, Érika Savernini, Luiz Ademir de Oliveira, Luciana Rodrigues, Catarina Schneider, Alice Bettencourt, Mayra Sá, Inês Garaza, Ana Monteiro.

Arte Gráfica: Pablo Abreu

Realização:



SUMÁRIO

PROGRAMAÇÃO GERAL	03
MESAS DO DIA 21 DE SETEMBRO.....	04
<i>Mesa 1 – CULTURA, NARRATIVAS E PRODUÇÃO DE SENTIDO</i>	<i>04</i>
Filmes domésticos em Super 8: relíquias da memória familiar e intimidade representada	04
Sonhos eletrônicos: como Hollywood via o computador pessoal na década de 1980.....	04
Bom Dia homem do campo: o personagem no Globo Rural	05
Narrativas Colaborativas e a Construção da Memória Social no Ambiente Digital	05
Narrativa e interatividade: um estudo da transmissão de informações na nova perspectiva da TV Digital.....	06
 <i>Mesa 2 – ESTÉTICA, REDES e LINGUAGENS</i>	 <i>06</i>
Quarenta Cliques em Curitiba: Intermedialidade no fotolivro de Paulo Leminski e Jack Pires.....	06
Dispositivos narrativos em realidade virtual	07
A imersão nos museus: estudo de caso dos museus da Língua Portuguesa e Auschwitz-Birkenau ..	07
Criatividade e Criação: o modo de operar a música segundo a psicanálise do século XXI.....	08
 <i>Grupos de Pesquisa – ESTÉTICA, REDES e LINGUAGENS.....</i>	 <i>08</i>
Redes, Ambientes Imersivos e Linguagens.....	08
Estética e formação do pensamento cinematográfico	09
 <i>Mesa 3 - COMUNICAÇÃO E PODER</i>	 <i>09</i>
Dilma Bolada X Dilma Rousseff: a construção da imagem da presidente na Copa do Mundo do Brasil	09
SUS entre Aspas: discursos dos meios de comunicação e a vocalização do direito à saúde no Brasil	10
Visibilidade e Representação: As Conexões Midiáticas e Políticas de Deputados Federais na Zona da Mata Mineira.....	10
A construção da imagem de Dilma Rousseff (PT) na esfera midiática: dissonâncias e convergências narrativas entre a presidente e a candidata à reeleição.....	11
 MESAS DO DIA 22 DE SETEMBRO.....	 12
<i>Mesa 1 – ESTÉTICA, REDES e LINGUAGENS</i>	<i>12</i>
Cinema e Videogame: Reflexões acerca do dialogo entre duas linguagens	12
A viralatice brasileira como transformática para o século XXI	12
Pessoa e Comunicação na contemporaneidade	13
De McLuhan a Era do Vidro: as funções hápticas no centro da tela	13
Humor de Qualidade e Convergência de Mídias: o caso do Porta dos Fundos.....	14
 <i>Mesa 2 – COMUNICAÇÃO E PODER</i>	 <i>14</i>
O poder de comunicação dos eventos regionais: quando a festividade se torna referência e imagem do local	14
Agendamento de organizações do Terceiro Setor em Juiz de Fora: Visibilidade no jornal Tribuna de Minas.....	14
Gestão da Comunicação Organizacional em tempos de transição: desafios e novas competências profissionais em prol do engajamento e da propagação de valores e significados	15
Comunicação interna e a Complexidade – uma perspectiva do público interno como sujeito comunicacional e legitimador da organização	15

<i>Mesa 3 – COMUNICAÇÃO E PODER</i>	16
Hábitos de consumo de mídia e comportamento político-ideológico do cidadão juiz-forano	16
A personalização da política no Parlamentarismo Britânico	16
Vigilância, privacidade e regulamentação: uma análise do processo de constituição do Marco Civil da Internet	17
Os ecos das Manifestações de junho de 2013 na mídia e no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral	17
<i>Grupos de Pesquisa - CULTURA, NARRATIVAS E PRODUÇÃO DE SENTIDO</i>	18
Comunicação, cidade e memória	18
Estudos de Narrativas e outras textualidades	18
<i>Mesa 4 - CULTURA, NARRATIVAS E PRODUÇÃO DE SENTIDO</i>	19
Imágenes e imaginarios de las organizaciones sociales en la televisión comunitaria	19
Resistência e disputa por hegemonia: a representação e a participação dos movimentos sociais na televisão pública	19
“Meninas Black Power” e “Aceitação Afro”: as mídias sociais na revalorização e afirmação da identidade negra	20
A representação do negro nas escolas de samba cariocas	20
MESAS DO DIA 23 DE SETEMBRO	21
<i>Mesa 1 – COMUNICAÇÃO E PODER</i>	21
Discursos sobre a saúde mental feminina na revista Cláudia	21
Rádio: um meio de serviço para as classes A e B?	21
A sociedade no divã: uma análise de discursos de (e sobre) psicanalistas nas revistas Veja e Isto É	22
Corpo, mídia e juventude: Discursos sobre o corpo da jovem adolescente em revistas femininas...22	
Análise das relações de poder e comunicação entre Médicos e Pacientes retratados pelas novelas do horário nobre da Rede Globo.....	23
<i>Grupos de Pesquisa – COMUNICAÇÃO E PODER</i>	23
Comunicação, Identidade e Cidadania	23
SENSUS – Comunicação e Discurso	24
<i>Mesa 2 - CULTURA, NARRATIVAS E PRODUÇÃO DE SENTIDO</i>	24
Divulgação científica: análise do jornalismo feito pela revista Minas faz Ciência	24
Epidemia de meningite e a ditadura brasileira: uma análise dos jornais O Globo e Folha de São Paulo.....	25
Qualidade no telejornalismo: parâmetros para avaliação em emissoras públicas e comerciais	25
Estudo da recepção do telejornalismo público: narrativas criadas após o contato com o Repórter Brasil	26
<i>Grupos de Pesquisa - CULTURA, NARRATIVAS E PRODUÇÃO DE SENTIDO</i>	26
Laboratório de Mídia Digital	26
Laboratório de Jornalismo e Narrativas Audiovisuais	27
<i>Mesa 3 – ESTÉTICA, REDES e LINGUAGENS</i>	27
Social TV: o laço social no backchannel de The X-Files	27
Dos fins aos meios: como a Wikipédia se apropria das potencialidades do suporte hipermídia para atingir seus objetivos.....	28
Aspectos da cultura participativa na criação de narrativas digitais que usam o Youtube como banco de dados audiovisual	28
Ativismo em sites de redes sociais: análise dos processos comunicacionais realizados por coletivos Anonymous no Brasil.....	29

PROGRAMAÇÃO

III JORNADAS INTERNAS DO PPCGCOM

De 21 a 23 de setembro de 2015

Anfiteatro da FACOM

21 de setembro – segunda-feira

09h – Credenciamento

09h30 – Abertura

10h às 11h50 – Mesa 1 – CULTURA, NARRATIVAS E PRODUÇÃO DE SENTIDO

13h às 14h50 – Mesa 2 – ESTÉTICA, REDES e LINGUAGENS

15h às 15h30 - Grupos de Pesquisa – ESTÉTICA, REDES e LINGUAGENS

16h às 17h50 – Mesa 3 - COMUNICAÇÃO E PODER

22 de setembro – terça-feira

8h00 às 09h50 – Mesa 1 – ESTÉTICA, REDES e LINGUAGENS

10h às 11h50 – Mesa 2 – COMUNICAÇÃO E PODER

13h às 14h50 – Mesa 3 – COMUNICAÇÃO E PODER

15h às 15h30 – Grupos de Pesquisa - CULTURA, NARRATIVAS E PRODUÇÃO DE SENTIDO

16h às 17h50 – Mesa 4 - CULTURA, NARRATIVAS E PRODUÇÃO DE SENTIDO

23 de setembro – quarta-feira

9h00 às 11h00 – Mesa 1 – COMUNICAÇÃO E PODER

11h00 às 11h30 – Grupos de Pesquisa – COMUNICAÇÃO E PODER

13h às 14h50 - Mesa 2 - CULTURA, NARRATIVAS E PRODUÇÃO DE SENTIDO

15h às 15h30 - Grupos de Pesquisa - CULTURA, NARRATIVAS E PRODUÇÃO DE SENTIDO

16h às 17h50 – Mesa 3 – ESTÉTICA, REDES e LINGUAGENS

21 de setembro – segunda-feira

10h às 11h50 – Mesa 1 – CULTURA, NARRATIVAS E PRODUÇÃO DE SENTIDO

Profs. mediadores: Teresa Neves e Cristina Musse

- Filmes domésticos em Super 8: relíquias da memória familiar e intimidade representada - Ana Clara Campos dos Santos

O presente trabalho questiona, de modo geral, o que é registrado pela câmera nos filmes de família. Teremos como objeto de pesquisa os filmes domésticos feitos em Super 8 durante a década de 1970 e início de 1980, período em que esta bitola foi amplamente utilizada no Brasil. Nosso objetivo principal é encarar o filme doméstico ou de família como um gênero cinematográfico e observar de que maneira as pessoas se representavam em filmes de família, num período em que as câmeras que permitiam o registro do movimento não eram tão acessíveis quanto as digitais são atualmente. Entre nossos objetivos secundários, vamos analisar três eixos ainda não aprofundados em pesquisas acerca dos filmes de família: o “diretor”, os “personagens” e os “espectadores”. Nossa metodologia vai se basear em pesquisa bibliográfica que abrange estudos de temas transdisciplinares, como a própria comunicação, memória, estética, vida privada e identidade. Criaremos categorias para a análise dos produtos comunicacionais como: quais são os personagens mostrados/onde é a locação dos filmes/que eventos são registrados/como as pessoas estão vestidas/como elas se portam diante da câmera/enquadramentos utilizados/planos feitos. Também faremos entrevistas quem fez filmes de família em Super 8 (os cinegrafistas/diretores dos filmes) e com os personagens-espectadores, pessoas que participavam dos filmes e do público que assistia a eles – as mesmas pessoas geralmente faziam parte dos dois grupos. Acreditamos que as narrativas contidas em filmes de família feitos em Super 8 são importantes para a academia, pois são uma amostra da ascensão da representação do espaço doméstico por uma tecnologia emergente, que traz à tona o cotidiano e a vida privada. Esse desejo pelo registro pode ser considerado natural do ser humano e social, incentivado pela indústria mercadológica das câmeras, que conquista compradores tocando o que os afeta – preservar momentos felizes entre as pessoas de quem gostamos.

- Sonhos eletrônicos: como Hollywood via o computador pessoal na década de 1980 – Clinton Davisson Fialho

Como reagimos diante de uma nova tecnologia? Como as mídias intermediam e influenciam nossa reação com o novo? E como isso se deu em uma cultura tão específica quanto a dos anos 80? Como bem lembra Felinto, em *A Religião das Máquinas*, ensaios sobre o imaginário da cibercultura, “compreender o impacto que uma tecnologia produz no imaginário de uma cultura é tão importante quanto avaliar suas repercussões econômicas, sociais e materiais”. (FELINTO, 2003, p. 2). Pretendemos analisar as narrativas de três filmes da primeira metade dos anos 80 com o objetivo de entender melhor como o cinema espelha o imaginário sobre uma tecnologia nova. Esses filmes foram lançados nos cinemas nos anos 82, 83 e 84 e têm em comum o fato de mostrarem o computador pessoal, tecnologia recém-lançada no mercado nessa época, como personagem e como parte da narrativa. Buscamos assim entender melhor os mecanismos do subjetivo na construção de um imaginário de um elemento novo na sociedade e como os conceitos e pré-conceitos existentes influenciam nessa criação. Os filmes escolhidos foram *Tron – Uma odisséia eletrônica*, de 1982, *Jogos de Guerra*, de 1983 e *Amores Eletrônicos* de 1984 e tiveram como critério serem filmes lançados no início dos anos 80 próximo a lançamento do IBM PC 5150, em 1981, considerado o primeiro computador lançado no mercado com preço mais acessível de US\$ 1.565. E ainda, as representações do computador pessoal no cinema hollywoodiano nos primeiros anos após o lançamento desse no mercado eram influenciadas por conceitos pré-existentes? Nosso objeto de estudo serão as narrativas que o cinema hollywoodiano fez do computador pessoal nos primeiros

anos após seu lançamento efetivo no mercado norte-americano. Para isso, selecionamos três filmes lançados nos anos de 1982, 1983 e 1984 que tem o computador pessoal como personagem efetivo em suas narrativas.

- Bom Dia homem do campo: o personagem no Globo Rural - Felipe Lopes Menicucci

O projeto está inserido na linha de pesquisa “Cultura, Narrativa e Produção de Sentido” e pretende analisar a incorporação de recursos ficcionais pelo jornalismo na construção do homem do campo enquanto personagem do telejornal. O recorte aplicado são as reportagens exibidas pelo Globo Rural, programa exibido semanalmente na Rede Globo e que está há mais de trinta anos no ar. A divisão do trabalho contempla três vertentes teóricas: a primeira está relacionada a uma atualização da figura do homem rural na sociedade e a participação desta parcela da população nas produções de TV. Em dezembro do ano passado, o Globo Rural deixou de ter edições diárias, depois de 14 anos. O fim de um telejornal voltado para o público rural leva à reflexão sobre as mudanças da grade de programação e se há uma correspondência com o novo perfil do homem do campo. A segunda aborda o lugar da televisão na construção de identidades coletivas e uma discussão sobre jornalismo especializado como possível fonte de informação de uma parcela definida do público, além da existência de espaços midiáticos que reúnem campo e cidade. A terceira vertente trata da narrativa ficcional aplicada ao jornalismo, com as características mais comuns para contar histórias que tenham – ou não – alguma correspondência com a realidade. A metodologia utilizada no trabalho é a análise de conteúdo, com foco na materialidade audiovisual. Serão definidos critérios técnicos para a elaboração de personagens (narrativas, cenários, figurinos, enquadramentos, etc.) nos produtos ficcionais, com destaque para as telenovelas. A partir daí, três edições aleatórias do Globo Rural serão decupadas para detectarmos quais recursos da ficção são aplicados nas reportagens com a intenção de construir o homem do campo enquanto personagem.

- Narrativas Colaborativas e a Construção da Memória Social no Ambiente Digital - Gisele Danusa Salgado Leske

Esta pesquisa volta-se para narrativas colaborativas em rede e a produção de sentido no âmbito da memória social, ao passo que a memória, em seu sentido mais amplo, encontra-se em constante construção, unindo passado e futuro pelo que se transcreve no presente por meio das narrativas. Trabalha-se com 3 aspectos teóricos – Memória, Narrativas Contemporâneas e Ambiente Digital, relacionados à realidade dos Movimentos Sociais e apontam-se questões relativas à Sociedade em Rede e à expansão de narrativas colaborativas que ampliam a voz e o espaço da autorrepresentação daqueles que seriam marginalizados pela grande mídia.

Sabe-se que os jornais impressos são reconhecidos como fonte histórica e que o mesmo acontece com os portais de notícia da grande mídia. Mas, sabe-se que as vozes presentes nos discursos midiáticos são aquelas que possuem maior influência sócio-política e econômica. Diante deste cenário, há de se atentar para as ferramentas utilizadas pelos movimentos sociais no sentido de que suas vozes não sejam apenas ouvidas no momento presente, como ocorreu por muito tempo devido à narrativa oral que não era documentada ou disseminada para além dos próprios grupos envolvidos, mas que ecoem no futuro e possam ser consideradas como fontes de informações para estudos que estão por vir, por meio dos registros no ambiente digital.

A partir do momento em que movimentos sociais encontram na internet uma forma de se

autorrepresentar, considera-se que este espaço cumpre seu papel de comunicação. Nesta pesquisa, coloca-se em questão a efetividade dos portais digitais colaborativos como espaço de memória social e, para consolidar esta reflexão, analisa-se a plataforma digital colaborativa do Coletivo Mídia NINJA, inaugurada em 2014, hospedada pelo grupo Oximity (<https://ninja.oximity.com/>), sob o slogan “notícias que importam”, a qual apresenta entre suas editorias: Direitos Humanos, Movimento Feminista e Política, em contraposição ao portal de notícias da Folha (<http://www.folha.uol.com.br/>). Entre os pontos a serem observados, destacam-se: Histórico, Financiamento, Estrutura, Editorias, Critérios de Noticiabilidade e Fontes.

- Narrativa e interatividade: um estudo da transmissão de informações na nova perspectiva da TV Digital – Mayra de Oliveira Sá

A pesquisa busca expor as características da TV brasileira, tanto no que compreende seus aspectos históricos, políticos e econômicos de implantação no país, quanto às suas formas de comunicar. A partir disso, o estudo se volta para a mais recente mudança vista na TV brasileira: a digitalização. O olhar é direcionado às propostas de transformações tecnológicas do modelo de TV Digital brasileiro, sobretudo o de interatividade. A partir disso, procura-se traçar a atual situação das narrativas veiculadas na televisão, principalmente na TV aberta comercial, no que diz respeito à efetivação da interação entre público e televisão. Diante disso, levamos em consideração no estudo referências que destacam a interatividade com a TV (PRIMO, 2003), bem como as características da TV enquanto veículo de comunicação, com o intuito de investigar como, de fato, se dá essa proposta da digitalização. Damos destaque na pesquisa ao cenário de convergência de mídias e ao conceito de narrativa transmídia (JENKINS, 2008). No estudo, também é considerado as investigações sobre segunda tela, ou múltiplas telas, que tem a ver com o consumo de outros dispositivos conectados à internet, incluindo os móveis (smartphones, tablets), juntamente com a TV. Tanto na perspectiva das tendências de uso do público, quanto nas de estratégias também por parte das emissoras de TV aberta, o que tem se mostrado como alternativa para a efetivação da interatividade entre público e TV é exatamente a que acontece na internet, por meio dos dispositivos móveis.

13h às 14h50 – Mesa 2 – ESTÉTICA, REDES e LINGUAGENS

Profs. mediadores: Francisco Pimenta e Aluizio Trinta

- Quarenta Clics em Curitiba: Intermidialidade no fotolivro de Paulo Leminski e Jack Pires - Ana Luiza Fernandes

Quarenta Clics em Curitiba, de Paulo Leminski & Jack Pires, é uma rara, quase sem precedentes, obra colaborativa de fotolivro de literatura brasileira. De estrutura paratática, ele é composto por quarenta folhas soltas de idênticas dimensões (24 cm x 24 cm), sem numeração, reunidas em um livro-caixa. Praticamente ignorado pela crítica e historiografia, o livro, publicado em 1976, não aparece em qualquer antologia dedicada ao gênero, nem é mencionado como projeto de livro de artista (artistic book) em obras especializadas. Quarenta Clics representa um trajeto deshierarquizado pela cidade de Curitiba. Seu arranjo macroscópico impede o leitor de qualquer tentativa de sequencializar a leitura. Elaborado para não criar focos privilegiados de atenção, ou sequências capazes de sugerir estruturas narrativas, a obra “recria” a sensação de procrastinar pela cidade, numa imersão intermediática em acontecimentos triviais. Trata-se de um complexo fenômeno em que ao menos dois sistemas ou processos semióticos (poesia verbal e fotografia) são interpretados como estando em uma relação de “denso acoplamento”. Isto significa afirmar que, ao

menos intuitivamente, fotografia e poesia verbal são interpretados, folha a folha, como estando em uma relação de irreduzível “complementariedade”, ao ponto de ambas não poderem ser interpretadas como independentes. Há, portanto, uma questão consequente que deve ser abordada -- como descrever a relação foto-poema no fotolivro? Que aparato teórico e conceitual deve ser utilizado para definir e descrever tais relações? Apresentamos e analisamos brevemente alguns exemplos do “acoplamento” entre a poesia verbal de Leminski e a fotografia de Pires. A metodologia utilizada baseia-se, principalmente, nos estudos de Intermidialidade (intermedial studies), e na semiótica de C.S.Peirce.

- Dispositivos narrativos em realidade virtual – Ana Maria Vieira Monteiro

A apresentação oral do projeto de pesquisa inicia-se situando seus ouvintes no contexto do ressurgimento dos headsets de realidade virtual como máquinas de imagens cinematográficas e experimentos artísticos diversos. Dentre esses aparelhos, escolheu-se o headset Oculus Rift (cuja versão disponível no mercado, o DK2, é voltada para desenvolvedores), objeto das primeiras experiências desta acadêmica e seu orientador na criação de dispositivos narrativos de uma instalação artística em realidade virtual, que por sua vez tem como função questionar os sintomas do espectador do cinema clássico. Parte-se da premissa de que os headsets de realidade virtual e aumentada (associação de imagens virtuais a visualizações do mundo real) suscitam uma analogia entre o olhar e o Outro, um objeto que “escapa da projeção e reage com os fenômenos do mundo” (Cesar Baio), colocando em xeque a posição de soberania do Eu diante da imagem. Para tanto, são questionadas quais são as possibilidades reais de criação dentro do regime de imagens tridimensionais que reagem ao input do usuário (movimentos corporais e teclagem). Há, ainda, que se referir a conceitos gerais sobre o dispositivo (Michel Foucault, Gilles Deleuze, Jean-Louis Baudry) e o papel de interferência dos códigos (Vilém Flusser) na criação do artista cujo propósito é subverter as funções puramente mercadológicas do meio. Por fim, são desconstruídos alguns dos discursos em voga a respeito do caráter de “atração”, ineditismo e espetáculo do Oculus Rift e outros VR headsets, bem como colocadas em análise a capacidade real de interferência do usuário na exploração e criação de ambientes virtuais.

- A imersão nos museus: estudo de caso dos museus da Língua Portuguesa e Auschwitz-Birkenau – Livia Cristina de Souza Machado

O projeto de dissertação de mestrado a seguir apresenta uma análise das linguagens e meios dos museus imersivos da Língua Portuguesa e *Auschwitz-Birkenau*. O objetivo é estudar o processo comunicacional da imersão em ambos os museus e identificar como acontece essa imersão através da experiência nesses objetos de estudo, utilizando semiótica e pragmatismo como metodologia. Outra finalidade é elucidar como os meios, as técnicas e a criação de ambientes estratégicos potencializam o envolvimento do espectador com a narrativa. Para isso, procura-se observar como os signos estão engendrados a fim de produzir seus processos de significação no decorrer das narrativas nos diferentes meios, com possibilidades infinitas de interpretantes emocionais, energéticos e lógicos. A semiótica será a metodologia de análise utilizada para identificar os processos sógnicos das instalações, das possibilidades de interpretação e do envolvimento do receptor, assim como da construção da mensagem e da narrativa sensível a fim de potencializar a imersão. O pragmatismo servirá como instrumentação metodológica de pesquisa. Assim, serão feitas análises semióticas de cinco instalações no museu da Língua e outras cinco no museu de *Auschwitz*. Para elucidar essa questão também será feita uma pesquisa de recepção com 50 visitantes de cada museu. Parte-se do pressuposto que com o desenvolvimento de novos meios, novas tecnologias e criação de ambientes estéticos estratégicos dentro do museu, seja possível ampliar e diversificar ainda mais as formas de percepção e envolvimento do espectador com a

história narrada, tornando a experiência da visita ao museu mais imersiva, envolvente e interativa. Por outro lado, o museu corre o risco de cair em um campo do espetáculo sem aprofundamento intelectual, se tornando mais um emaranhado de interação e experiência pela experiência.

- **Criatividade e Criação: o modo de operar a música segundo a psicanálise do século XXI – Thiago Menini**

A arte do século XXI teria nascido velha? Ao que parece, pelo menos na música, após as realizações de personagens como John Cage e Karlheinz Stockhausen nenhum outro modo operante mostra-se disponível. As proposições sobre o ruído e as sínteses sonoras colocaram todos os sons já existentes ou que possam vir a existir à disposição do artista. Estas premissas deslocam a crescente sedução e fetiche que a tecnologia tem exercido como algo novo. Tudo o que se tem é a materialização de possibilidades que já haviam sido articuladas no nível do pensamento. Sob este panorama, em que época vivemos?

Pensemos toda nossa história num processo contínuo. A pesquisa propõe dois movimentos estéticos, um de síntese, ligado à Criatividade e outro, de prótese, relacionado à Criação. A psicanálise do Século XXI (NovaMente), proposta por MD Magno, apresenta uma ferramenta chamada Revirão, que diz que qualquer coisa em seu percurso busca seu avessamento. Isto pode sugerir que haja a aniquilação total, o cessar do movimento. Mas, uma vez que algo Há, não há como Não-Haver. Assim, a coisa tem de voltar ao movimento, reiniciando-o, mas diferente de como começou. Tudo está sempre em processo, no que há sempre um caminho e, no “fim”, uma ultrapassagem... para o começo. A pesquisa propõe que vivemos um momento desse caminhar (Criatividade/síntese) em direção à ultrapassagem (Criação/prótese). Nenhum dos movimentos é melhor ou pior, um é a consequência do outro. A música que se produzirá ainda é desconhecida, e só vamos entendê-la quando outra virada começar. O objetivo é propor deslocar a noção de que a tecnologia atual esteja sendo manipulada como um novo modo operante.

15h às 15h30 - Grupos de Pesquisa – ESTÉTICA, REDES e LINGUAGENS

Mediação: Cristina Musse

Redes, Ambientes Imersivos e Linguagens

Líderes: Gabriela Borges e Francisco Paoliello Pimenta

Nosso grupo tem por objetivo o estudo dos fenômenos técnico-midiáticos da contemporaneidade sobre diversos enfoques como pode ser observado nas duas linhas de pesquisa: Convergência, Intersemiose e Literacia nas mídias e nas artes e Comunicação, estética e ambientes comunicacionais colaborativos. O grupo teve início em 2006 e é certificado pela UFJF/CNPQ.

A linha de pesquisa Convergência, Intersemiose e Literacia nas mídias e nas artes tem como objetivo discutir as novas linguagens e formas de expressão que surgem a partir da reconfiguração dos processos comunicacionais, fenômeno associado diretamente à convergência tecnológica, suas linguagens e interfaces midiáticas. Nesse sentido, busca-se compreender as relações e redes presentes e atuantes nas interfaces dos processos comunicacionais-artísticos, proporcionadas não só no momento do consumo e ou interação, mas também nas formas e formatos que emergem a partir da circulação dos variados produtos e práticas que surgem nos ambientes imersivos e na convergência de outros meios com o ciberespaço. A prática crítica é outro momento em foco da linha que quer pensar como a mídia pode estar em relação com a educação e como suas práticas desfazem fronteiras e podem promover a melhoria da literacia midiática e a criação de políticas públicas.

A linha de pesquisa Comunicação, estética e ambientes comunicacionais colaborativos pesquisa ambientes imersivos como suporte para a formação de redes sociais e demais desenvolvimentos atuais das tecnologias da informação. Ênfase nas perspectivas de investigação que incluem as teorias do conhecimento aplicadas ao campo comunicacional, com o estudo do impacto dos processos sógnicos sobre a criatividade, a configuração dos meios a partir da arte e das instâncias do sensível, e as consequentes mudanças, incluindo suas (re)configurações mentais.

Repercussão: A linha tem desenvolvido diversas atividades, tais como a organização do I e II Simpósio Internacional de Literacia Midiática, a formação da equipe brasileira que compõe a rede internacional Alfamed, composta por 12 países europeus e latino-americanos, além da formação de iniciação científica e pós-graduada e publicações de livros e artigos em diversos periódicos nacionais e internacionais.

Estética e formação do pensamento cinematográfico

Líderes: Erika Savernini e Nilson Alvarenga

O Grupo propõe o estudo das diversas formas de articulação entre experiência estética, pensamento e cinema. Partindo da premissa de que os filmes e os demais produtos audiovisuais são meios de pensar e vivenciar o mundo, não apenas temática, mas também, e, sobretudo, formalmente, busca-se debater questões relativas tanto a teorias do cinema quanto a filmes ou cinematografias específicas. Neste sentido, modos narrativos e estilos cinematográficos podem ser elencados e ou relativizados de acordo com os modos de pensamento que mobilizam (na realização) e instigam (na espectralidade). Metodologicamente, adotamos a investigação teórica, bem como a análise fílmica e a produção prática, de forma que se possa materializar ideias debatidas e experimentar formas de pensamento cinematográfico. De fev./14 a fev./16, estará sendo executado o projeto "Formação do Pensamento cinematográfico: o cineclubismo como forma de atuação no âmbito da educomunicação", com financiamento da FAPEMIG.

16h às 17h50 – Mesa 3 - COMUNICAÇÃO E PODER

Profs. mediadores: Aline Pereira e Boanerges Balbino Lopes Filho

- Dilma Bolada X Dilma Rousseff: a construção da imagem da presidente na Copa do Mundo do Brasil – Alexandre Augusto da Costa

As redes sociais digitais transformaram a maneira de representação política na contemporaneidade e trouxeram novos desafios para os agentes políticos. Em uma “democracia de público” como argumenta Manin (1995), é imprescindível para o homem político dominar as ferramentas e as linguagens disponíveis nestes meios se quiser preservar uma boa imagem pública diante do eleitorado. Diante de um cenário de queda de popularidade e escândalos de corrupção às vésperas da Copa do Mundo do Brasil em 2014, a representação política da presidente da República Dilma Rousseff nas fan pages (páginas de fãs) no Facebook, Dilma Rousseff (oficial) e Dilma Bolada (humor) desempenharam um papel importante na construção simbólica da chefe de Estado durante a competição. Certas argumentações divulgadas e atribuídas à Dilma só foram possíveis no campo do riso por meio do perfil humorístico Dilma Bolada, dada a estruturação do campo político, que é burocrático e de relações de alianças delicadas (BOURDIEU, 2001). Na argumentação teórica, o trabalho se dividirá em três eixos principais: 1) Interface Comunicação e Poder, 2) Tecnologias Digitais, Redes Sociais e Transmídiação; 3) Humor e a Mídia. A dissertação buscará identificar, a partir do conceito de personalização política de Goffman (2008), quais as características da personalidade da presidente foram mais evidentes – tanto na página oficial Dilma Rousseff como na

fan page Dilma Bolada – nas postagens no Facebook durante a Copa. Utilizaremos a análise de conteúdo de Laurence Bardin (1977) para identificar se as categorias elaboradas pelo sociólogo Roger-Gérard Schwartzenberg (1977) – que indicam que o homem político interpreta papéis na representação junto ao eleitorado como: herói, diva, líder charmoso, star system – são evidentes em algumas ou em ambas as páginas analisadas.

- SUS entre Aspas: discursos dos meios de comunicação e a vocalização do direito à saúde no Brasil – Lorena Goretti Barroso

A presente dissertação visa contribuir para as reflexões acerca da participação da comunicação nas práticas sociais, tendo em vista que a produção de informação e o conhecimento a respeito de políticas públicas e dos espaços de participação perpassa o discurso produzido, debatido e endossado pela mídia. Neste sentido, a interface da comunicação com a saúde abre espaço para os estudos do campo composto da Comunicação e Saúde, marcado pela disputa de sentidos, em que a centralidade e a potencialidade de alcance da mídia configuram a comunicação como importante zona de diálogo em função da amplitude das políticas públicas de saúde. Neste esteio, esta pesquisa propõe-se a analisar os discursos materializados nas notícias publicadas pelos jornais impressos Folha de São Paulo e O Globo a respeito das sete Conferências Nacionais de Saúde realizadas a cada quatro anos, desde a Constituição Federal de 1988, entre 1992 e 2015. “A saúde como direito de todos e dever do Estado” foi garantida pela Constituição Federal de 1988, tendo como marcos a criação do Sistema Único de Saúde (SUS) e a instituição da participação da comunidade como uma de suas diretrizes. A partir de ferramentas de análise do discurso (Michel Pêcheux e Eni Orlandi), verifica-se a centralidade da comunicação no processo de mobilização social a partir dos sentidos hegemônicos que tangenciam o seu funcionamento, assim como a presença de formações discursivas que remetem à gestão pelo Estado, ao controle social nas políticas públicas de saúde e, ainda, no que se refere ao silenciamento da 14ª Conferência, em 2011.

- Visibilidade e Representação: As Conexões Midiáticas e Políticas de Deputados Federais na Zona da Mata Mineira – Gustavo Fernandes Paravizo Mira

Esta pesquisa busca estudar a interface entre a esfera da comunicação e o campo da política, focando especificamente nas trajetórias dos deputados federais com domicílio eleitoral em Juiz de Fora (Júlio Delgado – PSB, Marcus Pestana – PSDB, Margarida Salomão – PT e Wadson Ribeiro – PC do B) e suas estratégias de visibilidade midiática e de conexão política e eleitoral com o cidadão/eleitor nos dois primeiros anos de mandato. Pretende-se discutir os tensionamentos entre o campo midiático e o campo político, especialmente em função da nova ambiência massiva e digital na qual se dão as disputas pelo oferecimento de consensos válidos à prática política, cuja função é cada vez mais estratégica para a visibilidade na sociedade midiaticizada. Parte-se da hipótese de que as conexões com o eleitor, que podem garantir a legitimidade do mandato bem como o capital político do deputado federal ocorrem de formas variadas, dependendo do reduto eleitoral, do perfil do eleitor, o que implica em variáveis políticas (o elo estabelecido com as lideranças políticas, comunitárias, religiosas e de movimentos sociais que funcionam como líderes de opinião e mediadores, visitas a cidades e bairros de Juiz de Fora, destinação de verbas para os municípios onde têm maior votação etc.) e as variáveis midiáticas (boa visibilidade na mídia, canais de comunicação com o eleitor). Do ponto de vista da pesquisa empírica, este trabalho está dividido em três partes: 1) análise de conteúdo do material disponibilizado pelas assessorias de comunicação aos veículos de imprensa; 2) investigações a respeito da estrutura política e de comunicação (número de assessores, veículos, plataformas e funcionamento) dos deputados federais com questionários semiestruturados aplicados aos assessores; 3) Análise das fanpages dos deputados a fim de investigar os tipos de mensagens postadas e como são estabelecidas as interações e conexões com o cidadão/eleitor.

- A construção da imagem de Dilma Rousseff (PT) na esfera midiática: dissonâncias e convergências narrativas entre a presidente e a candidata à reeleição – Thamiris Francos Martins

A partir do conceito de campanha permanente definido como o uso dos recursos disponíveis no trabalho por parte dos indivíduos e organizações eleitas (governos, partido do governo, membros do parlamento, congressistas ou outro representante) a fim de construir e manter o apoio popular (BLUMENTHAL, 1980, HECLO 2000; LILEKER, 2007;), a pesquisa, em andamento, desenvolve um estudo sobre a construção de Dilma Rousseff (PT), a fim de verificar como foi trabalhada a campanha permanente na função de presidente da República, eleita em 2010, e de candidata à reeleição em 2014. Como corpus de análise estão sendo analisados, primeiramente, os espaços institucionais ocupados como presidente da República, tomando como recorte os pronunciamentos em Cadeia Nacional de Rádio e Televisão (CNRT) na televisão durante seu primeiro mandato. Nesse ponto é importante ressaltar um segundo objetivo: o de verificar se a imprensa por meio da cobertura dos pronunciamentos reforça ou contesta a campanha permanente, projetando uma imagem negativa, positiva ou neutra de Dilma Rousseff na posição de presidenta. Para tal, serão analisadas as notícias publicadas pelo jornal Folha de S. Paulo, o jornal de abrangência nacional de maior tiragem no país. Na condição de candidata à reeleição, os objetos a serem investigados são os programas do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE). Parte-se do pressuposto de que a campanha permanente é uma confluência da Comunicação Governamental e Eleitoral. A hipótese adotada, neste estudo, é a de que há um grau de convergência no discurso utilizado por Dilma Rousseff na posição de presidenta e na posição de candidata. Já está em fase de término a pesquisa bibliográfica e redação dos três capítulos teóricos. Os dados já foram coletados e estamos fazendo o mapeamento quantitativo dos pronunciamentos e dos programas do HGPE. Assim, partiremos para a última etapa da pesquisa que é a análise de conteúdo quantitativa e qualitativa.

22 de setembro – terça-feira

8h00 às 09h50 – Mesa 1 – ESTÉTICA, REDES e LINGUAGENS

Profs. mediadores: Gabriela Borges e Érika Savernini

- Cinema e Videogame: Reflexões acerca do diálogo entre duas linguagens – João Gabriel Marques

Na história do cinema, aconteceram ligações com diferentes mídias. Com o avanço da tecnologia, a linguagem cinematográfica tem cada vez mais se aproximado do espectador e mais recentemente, tem tornado possível dialogar com o mundo dos videogames. Autores, como Lúcia Santaella (2005) e Henry Jenkins (2009), descreveram e analisaram as várias formas de convergência das mídias, além de discutirem sua influência nas artes. Muitas vezes, pela fusão dos objetos artísticos com as linguagens das mídias acima mencionadas (SANTAELLA, 2005 e JENKINS, 2009). Em “Hamlet no Holodeck - O futuro da narrativa no ciberespaço” (2003), Janet H. Murray discorre sobre a narrativa sendo incorporada em novas mídias tecnológicas, observando que com suas semelhanças e diferenças. “A invenção de um novo meio de expressão significa um aumento em nossa habilidade de criar histórias. Significa uma dimensão a mais para expressar a experiência multidimensional da vida.” O trabalho em questão busca analisar parte da intermedialidade envolvida em dois universos ficcionais, observando os mecanismos singulares e divididos pelas duas mídias “Cinema e videogame. Para ilustrar a dinâmica do relacionamento game/filme, também faremos um breve relato histórico sobre a interação entre ambos os meios. É importante elucidar sobre as formas de narrativa e personagens ficcionais aplicáveis ao cinema, verificando a compatibilidade destes com exemplos vindos do universo dos videogames. Duas obras (*Gran Torino* e *Last of Us*) serão escolhidas para análise, uma pertencente a cada uma das duas linguagens estabelecidas para a pesquisa realizada para a presente dissertação. Iremos checar a forma narrativa usada para conduzir as histórias no processo.

- A viralidade brasileira como transformática para o século XXI. Marcelo Henrique Marques de Souza

O vira-lata foi a metáfora encontrada por Nelson Rodrigues para referir o que ele colocava como sendo o eterno complexo de inferioridade dos brasileiros. Seríamos, sob esta perspectiva, consideravelmente propensos a reverenciar e copiar o comportamento estrangeiro, especialmente o dos centros econômicos - Europa e Estados Unidos.

Já a transformática surge como tentativa de re-pensar a comunicação como uma teoria mais ampla, articulando vários outros campos de pensamento, numa rede dinâmica de interação. Comparecem, aí, a psicanálise, a tecnologia e a arte, deslocadas de suas formas disciplinadas e fronteirizadas, com vistas a produzir novos olhares sobre a realidade, que se baseiam em conceitos e referências fundamentais, como a pulsão, o revirão e a pessoa entendida como idioformação.

É a partir do auxílio teórico da transformática que aqui fazemos a reconsideração do complexo de vira-lata apontado por Nelson Rodrigues. Ao analisar as conquistas trazidas pelo modernismo brasileiro, especialmente a questão da *antropofagia* levantada por Oswald de Andrade, podemos chegar ao contraponto chave, que desmistifica a tese rodriguiana do complexo, para apresentar o que MD Magno situa como sendo a *heterofagia brasileira*, nossa tendência orgânica de querer devorar a alteridade para melhor incorporá-la. Isso permite repensar a metáfora do vira-lata, não mais como sinônimo de inferioridade, mas sim como uma espécie de reencontro do brasileiro com aquilo que ele possui de mais rico e específico: a flexibilidade do jeitinho e a capacidade de se deslocar diante dos desafios e dificuldades. Algo que soa especialmente importante no mundo de hoje, da entrada do Quarto Império apontado por MD Magno, o império que começa a fazer ruírem todos os fundamentos e fronteiras que até hoje garantiram os fetiches de isolamento do Terceiro

Império. Terreno fértil para refletir o vira-lata, como uma das metáforas mais adequadas para pensar sobre os novos tempos.

- Pessoa e Comunicação na contemporaneidade – Pablo Olímpio Vieira Abreu

Com o objetivo de tecer formas de entendimento para a Comunicação na contemporaneidade, esta pesquisa se desenvolve em torno de uma questão preliminar: quem é o “Eu” que (se) comunica? Parte-se da prerrogativa de que os avanços na ciência e tecnologia, além das práticas e formas de experiências hoje disponíveis, têm evidenciado a necessidade de repensar a Comunicação e o humano, abrindo outras possibilidades de abordagens e considerações do tema. Possibilidades que aqui empreendemos estudar à luz de duas propostas: o ferramental teórico prático da Psicanálise desenvolvida pela NovaMente, no Brasil, desde os anos 1980, e a análise de Fernando Pessoa, poeta emblemático na construção de várias “pessoas” e no entendimento dos sintomas que acometem nossa espécie. Presume-se que Fernando Pessoa tem, metaforicamente, um modo de entendimento interessante para nosso ser-estar, e que esta consideração é significativa para analisar as ações, realizações, criações, elaborações, enfim, para as diversas atividades nas quais nos comunicamos. Atividades que, em última instância, dizem respeito à condição de nossa espécie diante do movimento pulsional de que fala a psicanálise e que tentam dar conta do nosso “mal-estar” (termo freudiano) no mundo. Para isso, nossa proposição abrange: deslocar a ordem do “Ser” – que norteia o pensamento ocidental e a primazia dos estudos comunicacionais – para o “Haver” – conceito criado por MD Magno e inscrito no movimento pulsional do Revirão; apresentar a ruptura trazida pelo pensamento psicanalítico quanto aos conceitos de eu (ego), sujeito, indivíduo e homem, desde Freud até o atual conceito de Pessoa (Idioformação); situar o cenário onde esta questão se insere, as transformações ocorridas no último século – “morte de deus” (Nietzsche), “morte do homem” (Foucault), pós-modernidade, pós-humanismo e hibridizações homem/máquina – e o atual cenário – redes, convergência, fluxo, participação, flexibilidade; localizar como o “eu”, sujeito e homem aparecem na maioria dos estudos comunicacionais; e apresentar como, dentro desse contexto, pode-se tomar o entendimento de Fernando Pessoa para a comunicação na contemporaneidade.

- De McLuhan a Era do Vidro: as funções hápticas no centro da tela – Thaise Amorim Alves

Quando se fala do teórico canadense da Comunicação, Marshall McLuhan, as opiniões divergem. Alguns acreditam que ele foi um visionário; outros, que foi um “determinista tecnológico”. Mas, o que não se pode negar é que ele vislumbrou a internet trinta anos antes de ela existir. Na academia brasileira poucos são os estudos que empreendem uma análise mais profunda do conteúdo de suas obras. *Understanding Media* tem versão conhecida em nosso idioma; todavia, sua obra de síntese, publicada após sua morte, *Laws of Media* permanece inédita no Brasil. Conhecer melhor seu pensamento como um todo, trazer para os estudos de Comunicação suas ideias, livrando-as de preconceitos, e verificar sua sintonia com a atualidade, são aqui metas a atingir. A fim de compreender em que medida o comportamento gestual humano se estende ao smartphone, parte-se de uma pesquisa bibliográfica acerca do pensamento de McLuhan desde *Understanding Media*, chegando-se a *Laws of Media*; foram também analisados artigos apresentados nos congressos da Intercom nacional, da Compós e da Alcar, que demonstram o que a academia brasileira tem investigado, durante os últimos cinco anos, a respeito da háptica aplicada aos aparelhos multimidiáticos. Neste levantamento foram selecionados onze artigos a partir das palavras-chave tecnologia, smartphone, háptica, interface e McLuhan. Um artigo da revista *Temática* também foi selecionado somando um total de doze artigos que evidenciaram de alguma forma a importância dos sentidos na comunicação. Por fim, serão utilizadas tétrades em nosso objeto - o smartphone – no intuito de exemplificar a evolução da comunicação telefônica e ver de que forma os sentidos e os hábitos de comunicação tem alterado ao longo do tempo.

- Humor de Qualidade e Convergência de Mídias: o caso do Porta dos Fundos – Raiza Campos

O trabalho pretende tratar sobre a questão da qualidade discutida em relação à produção audiovisual humorística do Canal Porta dos Fundos, na plataforma YouTube. Assim como em estudos feitos sobre a qualidade do humor na televisão brasileira (Borges, 2014), a intenção é propor critérios relacionados a elementos estilísticos intrínsecos ao objeto para que se consiga chegar a um parâmetro mínimo de qualidade que possa ser aplicado à produção feita para a internet. Tais critérios envolvem pontos como a complexidade narrativa, o conteúdo proposto nos vídeos e o engajamento do público. A partir deles será possível identificar as especificidades deste percurso de produção que tangencia a Cultura da Convergência. Nesse sentido, apontaremos também quais características e aparatos servem de apoio e suporte e são utilizados para a produção e distribuição do conteúdo.

10h às 11h50 – Mesa 2 – COMUNICAÇÃO E PODER

Profs. mediadores: Márcio Guerra e Paulo Roberto Figueira Leal

- O poder de comunicação dos eventos regionais: quando a festividade se torna referência e imagem do local – Ana Paula Moratori Ferreira

Pretende-se, com este trabalho, identificar como eventos que exaltam produtos tradicionalmente fomentadores da economia de seu município – fauna, flora e manufatura - despertam no imaginário da população local, e também daquela que se informa sobre o ponto geográfico, uma referência identitária diretamente ligada à cidade onde o evento se realiza e que consequentemente gera para a comunidade. Para responder aos fenômenos que abarcam essa questão, o estudo propõe como direcionamento metodológico a condução de revisão bibliográfica sobre o setor de eventos, identidade cultural, processos de comunicação, relações de poder e legados, bem como projetos de estudos de caso múltiplos incorporados, envolvendo três eventos regionais no estado de Minas Gerais. As festividades selecionadas foram Festa da Banana, na cidade de Piau, Festa do Morango, na cidade de Alfredo Vasconcelos e Festa do Café com Biscoito, na cidade de São Tiago. A coleta de informações referentes a essas atividades adveio dos seguintes processos: entrevistas de profundidade in loco com seleção intencional não probabilística, aplicadas a informantes-chave da governança e produção local e pesquisa de opinião (survey) por amostragem probabilística, aplicada através de questionários com perguntas fechadas à população local e aos turistas. Autores como Neto (2005), Zanella (2006) e Britto (2002) que tratam de assuntos referentes ao setor de Eventos, bem como Foucault (1979) o qual aborda temáticas relacionadas às relações de poder na sociedade e DaMatta (1997) e Hall (1999) que estudam fenômenos ligados à identidade cultural e tradição, foram referências teóricas importantes neste primeiro momento de concepção do projeto.

- Agendamento de organizações do Terceiro Setor em Juiz de Fora: Visibilidade no jornal Tribuna de Minas – Carlos Augusto Gonçalves Camilotto

Em um momento de profundo dinamismo na área de Comunicação Social e Marketing, sobretudo quando relacionamos as duas atividades ao planejamento estratégico das organizações do Terceiro Setor, emerge um vasto campo de atuação para os profissionais desses segmentos. Envolver, mobilizar e motivar pessoas engloba, necessariamente, comunicar-se adequadamente. Uma atividade vital para diversas instituições, que começam a despertar para a relevância dos processos comunicacionais, visando o seu desenvolvimento sustentável. O trabalho tem como objetivo a análise do agendamento das instituições do Terceiro Setor no jornal Tribuna de Minas, acompanhado durante o período de seis meses. Essa análise busca maior acuidade em relação ao

cenário de atuação e as relações estabelecidas entre as organizações sociais, o exercício de poder e o papel da Comunicação Social na esfera pública e no espaço midiático. Para situar a questão, buscamos contextualizar parte da trajetória do Terceiro Setor no Brasil e, mais especificamente, na cidade de Juiz de Fora. Visa ainda ampliar a compreensão da situação contemporânea, permeada por questões relacionadas, principalmente, ao aprimoramento do diálogo entre as partes envolvidas e o agendamento das causas defendidas por instituições com cobertura pelo veículo, dialogando com os critérios de noticiabilidade, questionando eventuais casos de invisibilidade. A pesquisa contempla entrevistas com gestores da área de comunicação de entidades e jornalistas envolvidos na cobertura das atividades do segmento na cidade, buscando analisar a utilização da Comunicação Social como ferramentas de divulgação das organizações, no sentido de avaliar a consonância entre a visibilidade almejada e o conteúdo veiculado. O estudo pretende promover uma reflexão fundamentada em paradigmas das Ciências Sociais aplicadas e da Teoria da Complexidade, no intuito de elucidar caminhos de práticas em Comunicação Social e Cultura Organizacional, bem como as implicações viscerais das ações comunicacionais empreendidas.

- Gestão da Comunicação Organizacional em tempos de transição: desafios e novas competências profissionais em prol do engajamento e da propagação de valores e significados – Cibele Maria Ferraz

Partindo do pressuposto de que as ferramentas virtuais alteraram as relações entre as organizações e seus públicos de interesse - pensamento defendido por autores como Argenti, Bueno, Nepomuceno, entre outros -, diminuindo a distância entre conteúdos públicos e privados e, conseqüentemente, aumentando o desafio das empresas em manterem a reputação positiva, iremos avaliar se houve mudanças no perfil dos profissionais e no status das áreas de comunicação organizacional. Através da análise de empresas associadas à Aberje (Associação Brasileira de Comunicação Empresarial) verificaremos se a gestão da comunicação passa a orientar-se de forma mais estratégica; se há uma intensificação do trabalho com foco em resultados no desenvolvimento da comunicação corporativa e, por fim, iremos investigar se as habilidades e as competências do gestor foram alteradas para enfrentar as mudanças de contexto organizacional e qual o novo perfil desejado para os profissionais da área.

O foco da aplicação da pesquisa será em empresas que façam parte da regional Minas Gerais e Centro-Oeste que foram agraciadas com o prêmio Aberje nas etapas regionais nas categorias Comunicação Integrada; Comunicação e Relacionamento com a Imprensa; com a Sociedade; com o Público Interno e Comunicação e Relacionamento com o consumidor, entre os anos de 2011 e 2014. Optou-se pela seleção dessa amostra de empresas por apresentarem estruturas formais de gestão da comunicação, por terem sido premiadas nas categorias diretamente ligadas ao objetivo de estudo proposto, além de possuírem representatividade nacional e/ou internacional. Serão realizadas entrevistas qualitativas em profundidade e semiestruturadas ou semiabertas com os gestores das áreas de comunicação, nas quais serão explorados assuntos a partir da busca de informações, percepções e experiências de informantes, para analisá-las e apresentá-las. Para um detalhamento complementar poderão também ser utilizadas entrevistas focalizadas, derivando numa análise de conteúdo ou de discurso.

- Comunicação interna e a Complexidade – uma perspectiva do público interno como sujeito comunicacional e legitimador da organização – Daniela de Oliveira Canin

Refletir sobre os espaços comunicacionais de relação dos indivíduos dentro da organização e a produção de cultura com base nas disputas de poder instauradas no ambiente é a proposta central da pesquisa. Nesse cenário metafórico e de disputas, a organização procura evidenciar sua responsabilidade de gestão, com vistas a marcar seu legado e buscando caminhos para a questão do

pertencimento. Ações de comunicação organizacional, determinadas pelos processos de inter-relações, colaboram para fortalecer a imagem, a identidade e a reputação, legitimando a organização perante os diversos públicos. Para obter retorno em imagem as organizações tendem a propor para todos os públicos envolvidos, via processos de comunicação organizacional, sentidos que levam em conta seus aspectos simbólicos mais importantes. Sob esse raciocínio, observa-se a participação dos públicos internos enquanto sujeitos comunicacionais e legitimadores da organização. Este processo é percebido a partir da análise do conteúdo institucional de comunicação produzido e a análise de discurso dos colaboradores da sede da Fundação de Apoio ao Hospital Universitário da UFJF, ambos em relação aos valores que são utilizados para a atualização e manutenção do poder simbólico na organização. Como pressuposto teórico, atenta-se para a complexidade dos ambientes organizacionais, as formas discursivas que emergem nessas circunstâncias e o processo de recepção. Para compreender as dimensões envolvidas nos processos de comunicação organizacional utiliza-se como suporte o pensamento complexo, o interacionismo simbólico e a análise de discurso. Nesse sentido, aprofunda-se sobre como as formas de comunicação face a face, formal e informal, interagem entre si, e como estas colaboram para motivar a legitimação da organização pelos próprios colaboradores para os colaboradores, provocando um processo recursivo de produção de significados discursivos.

13h às 14h50 – Mesa 3 – COMUNICAÇÃO E PODER

Prof. mediadores: Luiz Ademir e Márcio Guerra

- Hábitos de consumo de mídia e comportamento político-ideológico do cidadão juiz-forano – Fernando de Resende Chaves

A pesquisa busca investigar as relações entre hábitos de consumo de mídia e comportamento político a partir de um survey aplicado a uma amostra do eleitorado juiz-forano. Serão realizadas 400 entrevistas estruturadas com o objetivo de construir uma categorização dos cidadãos quanto ao seu perfil de eleitor e de consumidor de mídia, levando em consideração o acesso dos entrevistados às diferentes plataformas de mídia, suas preferências em termos de conteúdo midiático, suas percepções acerca da política, seus critérios de escolha eleitoral, dentre outras variáveis comunicacionais, socioeconômicas e político-ideológicas. Quanto ao arcabouço teórico e conceitual, pretende-se, num primeiro momento, discutir a centralidade do campo midiático nas sociedades contemporâneas a partir da ênfase nos estudos culturais que relacionam o estudo da comunicação a uma perspectiva mais dialógica e horizontal entre produtores e receptores no processo midiático (Bourdieu, Giddens, Rodrigues, Thompson, Martín-Barbero, Kellner, Hall, Jacks). Estudos sobre o processo de midiaticização também integram esta primeira parte do trabalho (Verón, Fausto Neto, Braga), que inclui uma discussão sobre as relações de poder que envolvem o campo midiático e o campo da política (Gomes, Lima, Rubim, Aldé, Leal). Em um segundo eixo teórico, o trabalho volta-separa os estudos sobre comportamento político e eleitoral, com base em estudos clássicos da Ciência Política (Lazarsfeld et ali, Dahl, Figueiredo, Downs). A pesquisa está na fase inicial de elaboração do primeiro capítulo teórico, mas com o projeto já finalizado. A aplicação dos questionários deve acontecer no início de 2016 para que os dados não sejam contaminados pelo clima eleitoral, tendo em vista que ocorrem as eleições municipais no próximo ano.

- A personalização da política no Parlamentarismo Britânico – Lucas Lisboa Peths

Comunicação e política andam cada vez mais atreladas na sociedade contemporânea, na qual os veículos de mídia atuam ora como palco, ora como atores políticos. A personalização da política, ou seja, a valorização de pessoas no lugar de ideais partidários é uma das consequências dessa

simbiose, e possui reflexos diretos (muitas vezes negativos) nas disputas eleitorais atuais. Neste sentido, o trabalho discute se há evidências desse fenômeno no Parlamentarismo britânico, tal como notadamente acontece nos sistemas presidencialistas, que acabam sendo marcados pelo foco (inclusive da cobertura midiática) no poder Executivo e, de maneira especial, no presidente da República. Para isto tem-se como objetos de análise os periódicos *The Guardian* e *Times*. Pode-se destacar que a personalização da política acaba por desideologizar as disputas eleitorais, já que tem como marcas justamente a queda na fidelização de longo prazo dos eleitores aos partidos políticos, bem como a diminuição do controle partidário sobre as candidaturas. Com a opinião pública menos sensível às questões e ideologias partidárias, é o candidato quem acaba ganhando destaque no debate eleitoral (LEAL, 2002), em um cenário que passou de uma “democracia de partido” para uma “democracia de público” (MANIN, 1995). Atributos como competência, integridade, capacidade de decisão ou carisma, por exemplo, acabam preenchendo o espaço deixado vago pela discussão política – principalmente em disputas pouco ideologizadas, como evidenciou Martin Wattenberg (1991). Se no presidencialismo o poder Legislativo, ainda que possua um papel fundamental, acaba muitas vezes relegado, é razoável supor que, em uma sociedade na qual o parecer ser é mais importante do que o próprio ser (SCHWARTZENBERG, 1977), esses efeitos sejam visíveis também no Parlamentarismo. Tal pensamento se torna ainda mais coerente ao associarmos a profissionalização da política à influência da comunicação nas instituições políticas, como sugerido por Hallin e Mancini (2004) e realizado neste trabalho.

- Vigilância, privacidade e regulamentação: uma análise do processo de constituição do Marco Civil da Internet – Paulo Eduardo Assis Maia

Este trabalho remete ao debate sobre as políticas de garantia à privacidade, à intimidade e ao sigilo das comunicações dentro de um cenário de vigilância e controle, em que programas estratégicos de governos e empresas mapeiam o perfil de cidadãos, levantam dados pessoais e atuam no controle político. Intenta-se verificar como se estabelece essa relação entre governo, empresas, entidades e população dentro da construção de uma política que irá regulamentar direitos, deveres e garantias aos usuários da Internet. Para isso, verificar, dentro da discussão sobre a garantia à privacidade, se há ou não um enfrentamento, embate de ideias entre as várias vozes e atores de debate, elementos que configurem o interesse do Estado e também de grupos econômicos sobre o interesse da sociedade civil. A escolha do Marco Civil se dá por ser a primeira lei no Brasil que legitima a proteção à privacidade das comunicações entre os indivíduos e necessariamente ter sido construída em rede, a partir de um amplo debate entre representantes de diferentes segmentos. Dentro do Marco Civil, buscará se observar também não somente aquilo que está dito, mas também quais são as lacunas e quais os significados simbólicos que representam o que está posto, no que se refere à proteção da privacidade e também da guarda de dados. A metodologia empregada para tanto será a análise documental, estabelecida por categorias que mapeiem os interesses a partir da participação dos atores em discussão, além das entrevistas em profundidade, que buscarão esclarecer quais pontos foram e não foram contemplados desde o eixo inicial de discussão. Destes depoimentos, serão coletadas também informações que possam ser categorizadas a fim de se mapear os jogos de poder estabelecidos nesta discussão.

- Os ecos das Manifestações de junho de 2013 na mídia e no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral – Talita Lucarelli Moreira

O presente trabalho apresenta, como objetivo central de pesquisa, verificar de que forma e em que medida as reivindicações presentes nas Manifestações de Junho de 2013 pautaram as campanhas dos quatro candidatos que melhor estiverem posicionados nas pesquisas de intenção de votos, assim como se intenciona observar de que forma estes eventos foram enquadrados pela mídia. Serão

analisados o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) e as matérias veiculadas pela Folha de S.Paulo no período referente às Manifestações de Junho de 2013, utilizando a análise de conteúdo como suporte metodológico. Através da análise das publicações da Folha de S.Paulo no período referente às manifestações, pretende-se observar de que forma as mesmas foram enquadradas. No que diz respeito ao HGPE, através dele os candidatos e partidos têm a possibilidade de articular discursos que apresentem os agentes políticos em disputa sob uma ótica que os favoreça aos olhos do eleitorado. Pretende-se ofertar esclarecimentos sobre a forma em que se constrói as campanhas dos atores políticos, levando em conta não apenas o contexto de produção dos discursos, mas também a comparação de padrões narrativos associados ao objeto a partir das escolhas do que se mostra, do que se fala e como se fala.

15h às 15h30 – Grupos de Pesquisa - CULTURA, NARRATIVAS E PRODUÇÃO DE SENTIDO

Mediação: Gabriela Borges

Comunicação, cidade e memória

Líderes: Christina Ferraz Musse e Rosali Maria Nunes Henriques

O grupo de pesquisa “Comunicação, cidade e memória” teve formação em 2013 e tem como principais linhas de pesquisa : “Cidade e Memória”, “Estudos de memória social” e “Mídia e memória”. No grupo, são discutidos assuntos relacionados à memória, à história oral, à construção de narrativas e à representação da mídia em geral. O grupo conta com 32 membros, entre graduandos, mestrandos e doutorandos dos cursos de Comunicação, História, Artes e Design, e Letras. O grupo se reúne na Faculdade de Comunicação, às segundas-feiras, às 14h, e busca realizar projetos, eventos, seminários e minicursos para debater os temas propostos, como o Seminário “Narrativas, memória e mídias digitais”, o Projeto “Memórias Possíveis” e o curso de capacitação em “História Oral com a metodologia do Museu da Pessoa”.

Estudos de Narrativas e outras textualidades

Líderes: Teresa Cristina da Costa Neves e Fernando Fábio Fiorese Furtado

O Grupo de Pesquisa Estudos de Narrativas e Outras Textualidades propõe-se a tomar expressões narrativas e outras produções textuais – entendidas não apenas no âmbito verbal, mas também nas dimensões cênica, audiovisual, sonora e multimidiática – como acessos possíveis à compreensão de mentalidades próprias dos tempos e espaços nos quais elas são concebidas. Em sentido inverso e complementar, pretende averiguar como circunstâncias existenciais de dado perímetro espaço-temporal imprimem suas marcas em composições elaboradas em seu contexto. Por meio do exame diacrônico e sincrônico de diferentes narrativas e outras textualidades, busca-se a identificação de eventuais renovações de conteúdos e linguagens, rupturas com práticas tradicionais, bem como a permanência e a atualidade de temáticas, estilos e tendências consagrados. Devotado à investigação acerca dos liames que atam a voz – afinada ou destoante, manifesta ou latente – de cada autor ao ambiente no qual ele está inserido, o grupo espera contribuir para o entendimento dos processos culturais por meio dos quais produtores e consumidores de obras literárias, teatrais, cinematográficas, televisuais e multimidiáticas, originariamente próximos ou distantes, partilham modos de pensar e agir.

16h às 17h50 – Mesa 4 - CULTURA, NARRATIVAS E PRODUÇÃO DE SENTIDO

Profs. mediadores: Cláudia Thomé e Cristina Brandão

- Imágenes e imaginarios de las organizaciones sociales en la televisión comunitaria – Ana Inés Garaza Pagliasso

El objetivo de mi investigación es analizar la imagen elaborada a través de un canal televisivo de gestión comunitaria, para comprender su potencialidad por instalar poderes y sentidos y ser constructora de un imaginario para las organizaciones sociales. Para el desarrollo de este objetivo proponemos conocer y comprender de qué manera el Plenario Intersindical de Trabajadores-Convención Nacional de Trabajadores -PIT-CNT- proyecta su propio canal televisivo, de modo de entender cuáles son sus ideas previas y preceptos en cuánto a la importancia de que los trabajadores sean representados en este medio. El Poder Ejecutivo de Uruguay asignó al PIT-CNT la gestión de un canal de tipo comunitario, en un marco de desarrollo de diferentes acciones políticas, dentro de las cuales se encuentra la aprobación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, en diciembre de 2014. Se parte de la hipótesis de que a través de la gestión de un canal televisivo propio, las organizaciones sociales son capaces de instalar, a través de nuevas estéticas y nuevas referencias de lo visible y enunciable, modos de ver alternativos. Se cree, además que a partir de generar una comunicación comunitaria, las organizaciones sociales consiguen rebatir sentido a una representación social hegemónica. Hasta el momento se realizó: un capítulo teórico que discute los conceptos de espacio público, sociedad civil y comunicación comunitaria; el trabajo de campo, el cual consistió en la realización de una entrevista con los encargados de “Replanteo TV” (primer programa realizado en Uruguay por un sindicato, elaborado por el Sindicato Único Nacional de la Construcción y Anexos); y la selección de las imágenes de este programa, las cuales fueron elegidas como objeto de análisis. En este momento nos encontramos en el estudio de la metodología y campo teórico para la realización de este análisis.

- Resistência e disputa por hegemonia: a representação e a participação dos movimentos sociais na televisão pública– Allana Meirelles Vieira

Resistência e disputa por hegemonia: a representação e a participação dos movimentos sociais na televisão pública Allana Meirelles Vieira Esta pesquisa tem como objetivo analisar a participação e a representação dos movimentos sociais no telejornalismo da emissora pública de televisão brasileira, a TV Brasil. Nesse sentido, busca-se refletir em que medida é possível observar conteúdos e forças contra-hegemônicas na produção jornalística deste modelo de televisão, articulando este conceito gramsciano com uma análise da autonomia relativa da empresa. Portanto, tem-se como pretensão relacionar questões estruturais – como as formas de financiamento, vinculação, gestão e fiscalização – com os conteúdos que vão ao ar, analisando nessas esferas as dinâmicas de participação. Para tanto, parte-se de autores ligados a tradições marxistas, como Antônio Gramsci, Raymond Williams e Jürgen Habermas, deixando, porém, claras suas diferenças e pontos de concordância. Como estratégias metodológicas, foram adotadas diferentes formas de investigação: pesquisas bibliográficas de leis, estatutos, documentos e trabalhos sobre a configuração legal da EBC e seu processo de criação; aplicação de questionários com os jornalistas que trabalham no telejornal, Repórter Brasil, a fim de verificar seus perfis bem como suas opiniões sobre a autonomia dos profissionais e os espaços de participação da empresa; entrevistas com a Diretora de Jornalismo, a Ouvidora, a Presidente do Conselho Curador, três representantes da sociedade civil e a representante dos funcionários do Conselho; análises de conteúdo das matérias sobre movimentos sociais presentes no Repórter Brasil Noite; e análise de reuniões do Conselho Curador (órgão responsável pelo cumprimento do papel público da EBC e principal representante da Sociedade Civil na estrutura da empresa). A partir dessas diferentes observações, torna-se possível entender o campo interno da emissora bem como a relação entre a participação – seja via Conselho Curador ou na própria produção jornalística – e a representação construída pelo Repórter Brasil sobre os movimentos sociais.

- “Meninas Black Power” e “Aceitação Afro”: as mídias sociais na revalorização e afirmação da identidade negra – Eugene Oliveira Francklin

O presente estudo tem como objetivo analisar o uso das mídias sociais digitais na promoção de discursos de afirmação e valorização da identidade negra a partir da análise da *fanpage* do Facebook “Aceitação Afro”, que conta com mais de sete mil seguidores¹, e do Blog “Meninas Black Power”, que também possui uma *fanpage* no Facebook com mais de 50 mil curtidas². Os canais, objetos da nossa pesquisa, publicam fotos, vídeos e textos que incentivam o uso do cabelo crespo, expressão e suporte da identidade negra, e instigam a resistência e a luta contra ideologias racistas e contra os padrões estéticos de branquitude impostos socialmente, por meio da promoção de uma imagem positiva dos elementos que constituem a identidade negra que procura resgatar nesses sujeitos a identificação com o ser negro. A intenção do nosso trabalho é refletir como as narrativas de recuperação da autoimagem do negro promovidas pelos atores sociais nas mídias sociais digitais em estudo fazem frente ao discurso hegemônico da mídia tradicional, que por meio de suas narrativas de representação do negro, sendo muitas vezes depreciativas e estereotipadas, se constituem como um instrumento de legitimação da inferiorização social da identidade afrodescendente. Também buscamos analisar os reflexos desses discursos na construção identitária dos seguidores das fanpages e do blog bem como analisar como esses discursos atuam no processo de empoderamento desses indivíduos.

- A representação do negro nas escolas de samba cariocas – Rafael Otávio Dias Rezende

A pesquisa tem como tema a representação do negro nos enredos do Grupo Especial do desfile das escolas de samba do Rio de Janeiro. O trabalho se baseará na corrente pós-estruturalista, utilizando de abordagem sociológica, antropológica, filosófica e psicanalítica. Desenvolver-se-á através de pesquisa bibliográfica, havendo a possibilidade de realização de entrevistas. Já a análise se dará através da expressão visual (alegorias, fantasias, encenação) e sonora (samba-enredo) do enredo, observadas através de vídeos das transmissões televisivas e, na ausência dessas, de fotos e áudios disponibilizados na internet. O objetivo é entender a relevância e a forma em que os negros são representados pelas agremiações carnavalescas; quais episódios da história brasileira e personagens são lembrados e quais são ignorados, em um jogo entre memória e esquecimento; como as abordagens sofrem influência do momento político e social vivido no país e no mundo; se é possível perceber a motivação para a reiteração dessa temática e, por fim, em que medida essa recorrência implica um esgotamento. Para tanto, procura compreender a origem, a essência e o desenvolvimento das manifestações carnavalescas; a estrutura e a história dos enredos, de que forma eles constituem narrativas e elaboram uma memória; a presença do negro na cultura brasileira e, especialmente, sua participação na formação das escolas de samba. Por fim, serão analisadas seis apresentações que tiveram o negro como tema principal, sendo uma por década, a partir de 1960, ano marco desta categoria. São eles: 1) Quilombo dos Palmares (Salgueiro 1960), 2) A Criação do Mundo na Tradição Nagô (Beija-Flor 1978), 3) Kizomba, a Festa da Raça (Vila Isabel 1988), 4) Orfeu, o Negro do Carnaval (Viradouro 1998), 5) Candaces (Salgueiro 2007) e 6) Você Semba de lá... Que eu Sambo Cá! O Canto Livre de Angola (Vila Isabel 2012).

¹ 7.018 até o dia 14 de setembro de 2015 www.facebook.com/pages/Aceita%C3%A7%C3%A3o-Afro/541377925966618?fref=ts

² 56.097 até o dia 14 de setembro de 2015. www.facebook.com/meninasblackpower?ref=ts&fref=ts

23 de setembro – quarta-feira

9h00 às 11h00 – Mesa 1 – COMUNICAÇÃO E PODER

Profs. mediadores: Weden Alves e Aline Pereira

- Discursos sobre a saúde mental feminina na revista *Cláudia* – Alice Enes de Matos Bettencourt

Dentre as relações de poder presentes na sociedade, Michel Foucault destaca a importância de suas formas microfísicas, entre elas o *biopoder*, fenômeno que colocou o corpo como objeto de políticas de disciplina e controle. Os discursos hegemônicos sobre saúde são resultados das práticas do *biopoder*, que culminaram na medicalização da sociedade. Nesse fenômeno, as mulheres foram um dos principais personagens, estando entre os corpos mais medicalizados, principalmente via reprodução. No campo da saúde mental, esse processo também esteve presente, a histeria colocou a mente feminina como mais suscetível a patologias mentais. Atualmente, os mitos sobre histeria foram dissolvidos, mas esse discurso se manteve através de deslocamentos. Os discursos hegemônicos sobre depressão consideram as mulheres mais propensas a sofrer dessa enfermidade, considerada epidemia mundial pela ONU. Porém, Valeska Zanello contesta esse maior diagnóstico feminino defendendo que dados e estatísticas também são socialmente construídos, através dos conceitos do que é ou não um sintoma, e de como as diferentes identidades de gênero procuram atendimento médico. Identidade de gênero é como o sujeito se identifica na sociedade, dentro do estabelecido binômio masculino-feminino, ou mesmo fora dele. No entanto, Judith Butler desconstrói essas categorias baseadas no dispositivo sexo-gênero, afirmando que ambos são constituídos discursivamente e historicamente. A pesquisa vai analisar os discursos sobre saúde mental na revista *Cláudia* de 1963 até 2013, de acordo com a metodologia da Análise de Discurso teorizada por Michel Pêcheux e Eni Orlandi. Através de um mapeamento inicial, identificamos que os lexemas principais nas publicações são Depressão, Estresse e Ansiedade. A partir de enunciados coletados sobre essas três enfermidades, analisaremos quais discursos estão presentes na revista, como eles se constituem e que sentidos produzem.

- Rádio: um meio de serviço para as classes A e B? - Désia Sinhorinha Cabral de Souza Pinto

O estudo tem a intenção de analisar a percepção do público inserido nas classes A e B sobre o caráter de serviço do radiojornalismo. A análise será feita por meio do noticiário “Repórter Itatiaia” exibido em oito edições de segunda a sexta - e quatro aos sábados, pela emissora FM Itatiaia de Juiz de Fora. Integrante da sexagenária Rede Itatiaia, com sede em Belo Horizonte, a rádio local é a única de toda a rede voltada para o segmento adulto e para um público com maior poder aquisitivo. Há cerca de cinco anos, foi consolidado o departamento de jornalismo que, desde então, enfrenta os desafios de produzir informação para um público segmentado, bem como conquistar espaço em uma emissora reconhecida por seu perfil musical e artístico. A proposta metodológica do trabalho passa por uma revisão bibliográfica sobre conceitos ligados à comunicação e relações de poder; à história, evolução e transformações do rádio; ao caráter de serviço do radiojornalismo; e ao comportamento e consumo do público inserido nas classes A e B. O trabalho também se propõe a realizar uma série de entrevistas com responsáveis por clínicas, locais que se identifica audiência assídua da emissora, a fim de verificar a opinião deste público sobre o trabalho jornalístico. Outro ponto seriam entrevistas de profundidade, de caráter argumentativo, com os responsáveis pela emissora local e com os responsáveis pela emissora matriz, em Belo Horizonte. O objetivo é identificar a percepção da função jornalística da emissora, sob as duas óticas. Este trabalho justifica-se pela necessidade em verificar se o ouvinte que busca o radiojornalismo de serviço na Itatiaia de Juiz de Fora está inserido nas classes A e B e, em caso negativo, analisar se o público em questão, traçado como perfil da emissora enxerga, considera e utiliza o caráter de serviço do radiojornalismo.

- A sociedade no divã: uma análise de discursos de (e sobre) psicanalistas nas revistas *Veja* e *Isto É* – Iara Bastos Campos

O presente trabalho propõe apresentar uma pesquisa acerca da convocação de especialistas pela imprensa – com foco na figura do psicanalista – a diagnosticar o mal-estar não só em suas formas físico, mental e psíquico, mas principalmente, social. Para isso, entendemos os psicanalistas como intelectuais que se organizam em “comunidades interpretativas” que, nas textualidades de revistas de informação, ocupam o lugar de autoridades discursivas, produzindo sentidos e (se) estabelecendo (em) relações de poder. Partimos da compreensão de que os meios de comunicação ocupam, nas sociedades contemporâneas, um lugar privilegiado em relação à constituição, produção e reprodução de discursos sociais. Sejam falas e sentidos proferidos a partir do senso comum, sejam discursos institucionalizados, a partir das vozes de especialistas, cientistas, intelectuais, o fato é que as mídias detêm o poder, ainda que compartilhado – em oposição, contraste ou consonância – com outras instituições, de propagar ou silenciar sentidos, autorizar ou desautorizar sujeitos, repetir ou deslocar discursos, que vão servir como referenciais para a conduta humana, de avaliação da realidade, mesmo de percepção de nossos próprios sentimentos de bem e de mal-estar. Dentre os especialistas os mais presentes na mídia já há algum tempo estão os psicanalistas, muitas vezes convocados a falar sobre questões que nem sempre se limitam ao campo da saúde mental. É neste cenário que nos perguntamos como se constitui ao longo de duas décadas (anos 80 e 90) a relação dos meios de comunicação, mais precisamente da imprensa, com os psicanalistas, e que discursos vigoram não só a partir destes como também sobre estes quando convocados para avaliar questões acerca do bem e do mal-estar contemporâneo.

- Corpo, mídia e juventude: Discursos sobre o corpo da jovem adolescente em revistas femininas – Isabela Lourenço

A partir do século XX a representação do corpo passa a ser fundamental para as relações interpessoais, devido principalmente a cultura que se instaura de culto a imagem, que seria definitivo para esse século: a entrada em cena dos meios de comunicação de massa. O corpo passa a ser “lido”, a ser lugar de interpretação e de vivências de sentido. Os meios de comunicação contribuem para essa mudança de percepção coletiva sobre o corpo, corporeidades lidas e retraduzidas todos os dias pelas fotografias na imprensa, pela televisão, pelo cinema, pela internet. Há um lugar privilegiado de formulação e circulação dos discursos contemporâneos, que ajudam a potencializar alguns sentidos, e a minimizar ou silenciar outros. Há ainda um processo de juvenilização da sociedade que permite que indivíduos de faixas etárias diferentes acessem uma estética da juventude. Ser e parecer jovem é essencial para a aceitação social. Edgar Morin (2005) chama de juvenilização o processo de rejuvenescimento das sociedades, num esforço constante de superar as marcas do envelhecimento em busca não só de uma aparência, mas de um estilo de vida que remeta à experiência de ser jovem. Este comportamento do que é ser e parecer jovem é reforçado nas revistas destinadas a este público. O segmento apresenta testes de comportamento, mostrando o que é adequado ou não, dicas de beleza, sempre pautada por celebridades do mundo teen, além de seções com esclarecimentos de saúde, respondidas prioritariamente por especialistas. Como objeto de análise, selecionamos a revista *Atrevida*, que em 2015 completa 20 anos de existência. O que nos interessa é analisar de que forma os discursos da revista sobre o corpo feminino jovem se desenvolveram ao longo desses 20 anos. Se houve mudanças ou continuidades discursivas. Assim, pretendemos desenvolver um estudo sobre as relações de poder e os discursos sobre os corpos femininos jovens.

- Análise das relações de poder e comunicação entre Médicos e Pacientes retratados pelas novelas do horário nobre da Rede Globo – Talison Pires Vardiero

A pesquisa visa compreender as relações de poder que envolvam os personagens médicos e pacientes na teledramaturgia da Rede Globo no horário nobre (21h). A análise será realizada considerando os modelos comunicacionais estudados por Kloetzal (1999): Técnico, Paternalista e Cooperação. Além das características comunicacionais verbais, também serão observadas características estudadas por Kloetzal (1999), Coulehan (1989), Silva (2002) e Ledur e Luchesse (2008), como gestos, paralinguagem, cinésica, proxemia, tacésica e fatores do meio ambiente. A partir disso, o objetivo é analisar as relações de poder entre médico e paciente na teledramaturgia considerando as questões atuais de humanização em saúde. Damos destaque a compreensão dos modelos de relação médico-paciente, a percepção médica, as relações de poder e as relações de vida e morte que ganham um cenário na teledramaturgia brasileira. O estudo se justifica pela necessidade de um entendimento das mudanças sofridas na relação médico-paciente ao longo dos anos e a maneira como a teledramaturgia pode ser capaz de interligar os campos de ficção e realidade. Além dos fatores apresentados, outra parte do estudo tem como objetivo perceber se os personagens médicos atuam em cena, como os profissionais médicos estudam para agir com seus pacientes na vida real, independente do lugar de trabalho. Dessa maneira, acredita-se que os personagens principais utilizam o método de cooperação e que os personagens com menor destaque geralmente se limitam ao método técnico.

11h às 11h30 - Grupos de Pesquisa – COMUNICAÇÃO E PODER

Mediação: Soraya Vieira

Comunicação, Identidade e Cidadania

Líderes: Paulo Roberto Figueira Leal, Luiz Ademir de Oliveira e Aline Andrade Pereira

Numa realidade contemporânea marcada pela presença dos meios de comunicação na vida cotidiana (inclusive na interface com a política), a variável midiática transforma-se em instância fundamental para a discussão da criação, consolidação ou reconfiguração das identidades e das autopercepções de atores sociais. Este processo necessariamente estrutura-se com base em valores e práticas compartilhadas socialmente, que se relacionam à participação dos indivíduos no espaço público e, portanto, estabelecem interfaces com o conceito de cidadania.

O grupo Comunicação, Identidade e Cidadania busca resgatar exatamente os potenciais diálogos (teóricos e de intervenção social) entre os fenômenos da comunicação de massa e comunicação digital e os aspectos identitários e de vida cidadã – com especial ênfase nos estudos da Comunicação Política. Nessa perspectiva, reúne docentes da e discentes (de mestrado e graduação) da UFJF e da UFSJ, além de egressos do programa cujas linhas de pesquisa assentam-se nesse espaço de discussão.

Repercussões: Na perspectiva de investigação, aprofundamento e difusão do conhecimento científico no âmbito da Comunicação, com destaque para os aspectos políticos, identitários e de cidadania, desde a constituição do grupo em 2004, seus pesquisadores somam dezenas de produções acadêmicas (livros, capítulos, artigos em periódicos, artigos em anais de congressos), todas devidamente referenciadas nos currículos Lattes dos participantes. Além disso, merece destaque a expansão do grupo, que hoje envolve docentes e alunos (mestrandos e graduandos) da UFJF e de outras instituições de ensino, como a Universidade Federal de São João del-Rei.

SENSUS – Comunicação e Discurso

Líderes: Weden Alves e Marco Bonetti

O Grupo Sensus – Comunicação e Discursos tem como objetivo o desenvolvimento de pesquisas, leituras, publicações, atividades extensionistas e de laboratório, no âmbito da Faculdade de Comunicação da UFJF.

Contando com professores, alunos de graduação e do Programa de Pós-Graduação da unidade, além de interlocutores, o grupo parte da Análise do Discurso (Pêcheux-Orlandi) para compreender a relação entre Comunicação e Poder em três eixos: Saúde, Sensibilidades e Violências.

Desta forma, são motivadas discussões, pesquisas e atividades sobre: (1) discursos na mídia ou em ambientes mediados acerca do bem e do mal estar físico, mental e social; (2) questões de biopolíticas, bioidentidades e biossocialidades; (3) transformações das sensibilidades sob a ótica das relações entre poder e comunicação; (4) relação entre violências (física, psicológica, institucional, simbólica), mídia e Estado; (5) corpo como materialidade simbólica e política no espaço público e midiático. No PPGCom, o grupo se filia à linha de pesquisa Comunicação e Poder.

Histórico: Em 2009, alunos do Programa de Educação Tutorial (PET), coordenado pelo professor Francisco Pimenta, já habituados a pesquisas, nos demandaram, além dos módulos previstos, outras leituras paralelas de autores e temas. A partir daí, frutificou uma bem-sucedida experiência de práticas de leituras dirigidas, a partir da centralidade teórica da Análise do Discurso (AD).

Hoje os encontros de leituras (de AD, em diálogo com diversos autores e áreas de saber) envolvem semanalmente mais de 10 alunos e convidados. Atualmente, há pelo menos 15 membros, alunos e professores, realizando estudos e publicações conjuntas. O grupo conta com interlocutores em diversas áreas: psicologia, psicanálise, teoria literária, linguística e ciências sociais. Atualmente, uma nova fase se inaugura, como a implementação de convênios de pesquisa, como o projeto Sujeito, Espaço, Corpo e Sentido, assinado com o grupo Materialidade do sujeito, corpo e sentido (profs Guilherme Carroza, Eni Orlandi et alii), do PPG em Ciências da Linguagem, da Univas (MG). Outro convênio é com o Programa de Pós Graduação em Informação e Comunicação em Saúde? da FIOCRUZ.

O símbolo. A palavra: “Sensus” é palavra latina para “sentido”, equívoca entre dois campos semânticos: num, remete à comunicação, discursos (efeito de sentido), opinião, e às variantes que assumem à palavra “senso” no espaço público; noutro, remete aos sentidos do corpo, às sensibilidades, ao sensível.

Encontram-se no Sensus, os discursos e as corporeidades (e o que as afeta). O equívoco inerente à palavra é constitutivo. Serve-nos para lembrar que, ao enfatizarmos um campo, o outro sentido nos espreita. É por isso que a logo, um S em figura topológica, não deixa os olhos fixarem um ponto. É sempre sentido em movimento.

13h às 14h50 Mesa 2 - CULTURA, NARRATIVAS E PRODUÇÃO DE SENTIDO

Profs. mediadores: Iluska Coutinho e Carlos Pernisa Jr.

- Divulgação científica: análise do jornalismo feito pela revista Minas faz Ciência – Bárbara Bastos de Lima Duque

O objetivo da pesquisa é explorar as questões que tornam ardilosas as formas de comunicar a ciência para o grande público. Observar qual seria a melhor maneira de comunicar o fazer científico e seus resultados, a partir da análise de uma proposta, aparentemente bem sucedida. Para tanto será analisada a revista de jornalismo científico Minas Faz Ciência. Publicação trimestral, gratuita, com tiragem de 20 mil exemplares e distribuída entre pesquisadores, instituições de pesquisa do estado e assinantes em geral. A referida publicação foi escolhida por ser especializada em divulgar a ciência produzida no estado de Minas seguindo critérios jornalísticos e por já ter conquistado, aparentemente, a respeitabilidade: tanto do público alvo (elevado índice de assinaturas feitas por leitores leigos), quanto das fontes principais (pesquisadores). A proposta é investigar quais os

critérios adotados para seleção e comunicação dos temas. Quais são as estratégias utilizadas para tornar os projetos científicos inteligíveis pelo público leigo. Serão bordados os seguintes temas: jornalismo científico e divulgação científica (histórico e princípios); responsabilidade social da divulgação científica; histórico da Revista MFC e da Fapemig; a ciência em Minas: produção e percepção pública. Quanto à metodologia a proposta é utilizar três métodos: quantitativo, qualitativo e entrevistas. Para mensurar o número de matérias sobre resultados de pesquisas de instituições mineiras nas revistas dos últimos três anos divididas pelos seguintes temas: área de conhecimento; instituição de origem; número de fontes; sexo das fontes; número de fotos; fotos das fontes; número de páginas de cada reportagem e multidisciplinaridade dos temas. Análise das matérias de capa das mesmas revistas mencionadas anteriormente. Desta forma, focaremos na análise do texto, ou seja, detectar os critérios utilizados para a construção textual, a estruturação da notícia na construção dos textos. Por fim, entrevistas com a equipe de produção.

- Epidemia de meningite e a ditadura brasileira: uma análise dos jornais O Globo e Folha de São Paulo – Catarina Schneider

A atual pesquisa busca analisar discursivamente como a epidemia de meningite, surgida em 1971 e que durou até 1975, apresenta-se nas matérias dos jornais *O Globo* e *Folha de São Paulo*. Neste período, o Brasil vivia o regime militar como forma de governo, o país estava no seu ápice econômico, conhecido como “milagre econômico”, e, portanto, uma epidemia não seria bem vista. Silenciada pela mídia até 1974, com a hipótese de esse silenciamento ter sido motivado pelo governo ditatorial da época, foi neste ano que começou a circular dois tipos de meningococos (A e C), tornando a doença ainda mais agressiva e causando ainda mais mortes. Assim, somente em 1974, três anos depois que a meningite surgiu, como não tinha mais condições de não falar sobre ela, nem como não divulgá-la nos jornais, a mídia e também o governo começam a falar abertamente que havia uma epidemia no país, porém, quando abordada, sempre era colocada de forma amena, com o intuito de tranquilizar a população, mostrar que a doença já estava sob controle, e não com a intenção de representar a real gravidade da situação. As hipóteses para esse silenciamento e também para as informações imprecisas que foram divulgadas na época podem ser a falta de informação médica do momento, ou seja, nem a própria medicina sabia a real gravidade do que estava ocorrendo e o que era a doença, e também a censura do governo perante os veículos de comunicação.

A metodologia de análise será a Análise do Discurso, pois auxiliará a buscar significados a partir dos enunciados dos textos, analisando também o não-dito, a memória discursiva e outros conceitos. O problema de pesquisa está envolto na discussão de alguns conceitos norteadores como: o que é saúde, doença, epidemia, memória e a relação da Comunicação e Saúde.

- Qualidade no telejornalismo: parâmetros para avaliação em emissoras públicas e comerciais – José Tarcísio Oliveira Filho

Na esfera midiática brasileira, onde o domínio da imprensa comercial em comparação com a pública é considerável, ocorre uma generalização do conceito de qualidade no telejornalismo – geralmente tensionada para a mídia comercial. Poucos estudos se dedicam a demonstrar como a qualidade é relativa entre esses modelos de produção da notícia e, assim, a necessidade de criar indicadores específicos para verificação da qualidade em emissoras públicas e comerciais. Este trabalho propõe, a partir de levantamento bibliográfico e de campo e da análise da materialidade audiovisual, em procedimentos metodológicos que tem como suporte a análise de conteúdo audiovisual, compreender como emissoras comerciais e públicas exercitam nos telejornais noturnos a questão da qualidade. Assim, pretende-se ainda revelar os distanciamentos e aproximações entre as práticas e os conceitos de qualidade mobilizados em emissoras de naturezas diversas quanto ao financiamento, sistematizando a partir desse tensionamento novos operadores de análise e aferição

da qualidade da informação televisiva. Para isso, toma-se como objetos empíricos da pesquisa, o Jornal Nacional, produzido pela Rede Globo, emissora comercial, e o Repórter Brasil Segunda Edição, da TV Brasil, emissora pública brasileira. A pesquisa atua como uma nova vertente diante dos trabalhos sobre a qualidade já publicados no meio científico nacional – e também promover continuidade às atividades do Laboratório Jornalismo e Narrativas Audiovisuais nas pesquisas sobre o telejornalismo público. Entre as referências teóricas, estão os 144 indicadores de qualidade formulados por Bucci, Fiorini, e Chiaretti (2012), a defesa pela promoção do debate público de Becker (2005) a relação entre gêneros e modos de endereçamento de Gomes (2006) e os levantamentos de Coutinho (2013), que apresentam o conceito de telejornalismo público orientado por meio de adjetivação que explicita uma premissa de não cumprimento pleno das promessas de informação em noticiários televisivos.

- Estudo da recepção do telejornalismo público: narrativas criadas após o contato com o Repórter Brasil – Juliana Zoet de Assis Steinbach

Propõe-se com a pesquisa analisar as narrativas formadas pelo telespectador a partir do contato com o telejornalismo público, no caso o Repórter Brasil Noite exibido pela TV Brasil. Para isso, busca-se entender a mediação e a atuação da televisão como meio de comunicação central nas sociedades contemporâneas. Pretende-se analisar como professores e membros de associações comunitárias de Juiz de Fora se apropriam das narrativas do telejornal público e em que medida se sentem mobilizados e/ou informados para agir na sociedade. Uma das finalidades apresentadas pela Empresa Brasil de Comunicação é promover a participação da sociedade civil no controle da aplicação dos princípios do sistema público de radiodifusão, respeitando a pluralidade da sociedade brasileira. Desta forma a pesquisa pretende entender em que medida o telespectador se reconhece cidadão no telejornalismo da TV Brasil e assim permitir um conhecimento aprofundado de situações específicas de circulação da mensagem do Repórter Brasil em comunidades civis. Como metodologia para o estudo da recepção, usaremos a técnica do grupo focal. A escolha dos professores se dá pela origem da televisão pública no Brasil com emissoras de cunho educativo, como a TV Cultura em São Paulo, criada em 1967. Já a opção pelos membros de associações comunitárias é por acreditarmos ser interessante analisar como estas pessoas engajadas socialmente veem o conteúdo do telejornalismo público. Como propomos o diálogo com a questão teórica, metódica das mediações e negociações de sentido, de Jesús Martín-Barbero, faremos também a análise de conteúdo das matérias selecionadas do Repórter Brasil na tentativa de compreender o enfoque e angulação dados a cada uma dessas matérias. A pesquisa pode acrescentar aos estudos acadêmicos, já que existe dentro da linha do programa de pós-graduação da Faculdade de Comunicação da UFJF o Laboratório de Jornalismo e Narrativas Audiovisuais, o qual se dedica a estudar a televisão pública.

15h às 15h30 - Grupos de Pesquisa - CULTURA, NARRATIVAS E PRODUÇÃO DE SENTIDO

Mediação: Teresa Neves

Laboratório de Mídia Digital

Líderes: Carlos Pernisa Júnior e Marcelo Ferreira Moreno

O Grupo de Pesquisa tem início em 2002, com o nome de Poéticas da Imagem Técnica. Em 2003, o projeto do grupo, "A imagem em Walter Benjamin", obteve recursos financeiros e bolsas de iniciação científica junto à Universidade Federal de Juiz de Fora. Em 2008, publica-se o livro "Walter Benjamin: imagens", com artigos de membros do grupo. Em 2006, nova pesquisa é aprovada, "Um homem com uma câmera: um filme didático", tanto no CNPq quanto na Fapemig.

Entre 2005 e 2008, o grupo participa de eventos divulgando as pesquisas realizadas no projeto, com a publicação de um livro - "Vertov: o homem e sua câmera" - e um DVD encartado referente a este trabalho em 2009. Em 2010, o grupo passa por reformulações e passa a se chamar "Cinema e Mídias Digitais". A proposta a partir de então é produzir projetos que tenham um viés acadêmico, mas com produções teóricas e práticas. Com nova reformulação em 2014, o grupo agora se chama "Laboratório de Mídia Digital" e tem novos projetos aprovados no CNPq.

Laboratório de Jornalismo e Narrativas Audiovisuais

Líder: Iluska Coutinho

Os trabalhos desenvolvidos no Laboratório de Jornalismo e Narrativas Audiovisuais envolvem atividades de pesquisa e extensão realizadas no âmbito da graduação e do mestrado em Comunicação da UFJF. Os resultados tem sido publicizados em artigos publicados em anais revistas, livros e capítulos. Destaca-se a organização do livro "A informação na TV pública"(2013), com capítulos dos pesquisadores e estudantes vinculados ao grupo, e a titulação de 14 mestres em Comunicação entre os anos de 2009 e 2015, quatro deles doutorandos atualmente. Na UFJF o Laboratório tem como parceiros o Graphos, Laboratório de Pesquisa em Jornalismo Gráfico e Visual, líder Jorge Felz, e com o Laboratório de Mídia Digital, liderado por Carlos Pernisa Jr. Internacionalmente um parceiro é o CIMJ, Centro de Investigação Media e Jornalismo, da Universidade Nova de Lisboa. Interlocação em duas sociedades científicas da área, Intercom e SBPJor, e vinculação à Rede de Pesquisadores de Telejornalismo (TELEJOR).

16h às 17h50 – Mesa 3 – ESTÉTICA, REDES e LINGUAGENS

Profs. mediadores: Soraya Ferreira e Nilson Alvarenga

- Social TV: o laço social no backchannel de The X-Files – Daiana Sigiliano

A comunicação contemporânea é constantemente influenciada pelo ambiente digital, cada hibridação altera de forma decisiva os modos de pensar, financiar, produzir, distribuir e consumir televisão (LOTZ, 2007; MONTPETIT, 2010). Debatida por Montpetit *et al.* (2010) e Proulx e Shepatin (2012), a *Social TV* marca a sinergia entre o conteúdo televisivo e a *social media*. O fenômeno se refere ao compartilhamento de comentários nas redes sociais de maneira síncrona a exibição da grade de programação. Segundo Montpetit *et al.* (2010), a *Social TV* faz com que o consumo televisivo seja mais compartilhado, comentado, debatido e recomendado. Para as autoras a arquitetura informacional das redes sociais, em especial a do Twitter, inaugura novas formas de participação, interação e imersão, trazendo ressignificações à experiência coletiva. Neste sentido, esta pesquisa tem o intuito de discutir de que forma a *Social TV* reforça o laço social conceituado por Wolton (1996). Isto é, se o autor pontua o entendimento do laço social enquanto uma experiência compartilhada que aproxima os telespectadores e as diferentes comunidades que constituem uma sociedade estabelecendo assim um conhecimento comum, a *Social TV* não só potencializa este aspecto, como também configura novas possibilidades. Para a investigação desta questão, será realizado um monitoramento do *backchannel* dos seis episódios da décima temporada de *The X-Files* que serão exibidos entre os dias 24 de janeiro e 22 de fevereiro de 2016 no canal estadunidense Fox. Com o objetivo de refletir sobre os principais elementos da *Social TV* usados pela emissora para o engajamento dos telespectadores interagentes, e como estes se comportam diante do fenômeno, a metodologia adotada nesta pesquisa consiste em uma combinação de procedimentos de observação e mineração dos dados gerados no Twitter.

- Dos fins aos meios: como a Wikipédia se apropria das potencialidades do suporte hipermídia para atingir seus objetivos – Franciane Tavares de Moraes

Tendo em vista a pertinência do recurso multicódigo e as potencialidades do suporte hipermídia, buscamos em nossa pesquisa compreender em que medida as estratégias adotadas pela Wikipédia a fim de atingir seu objetivo de “empoderar e engajar pessoas pelo mundo para coletar e desenvolver conteúdo educacional [...] e para disseminá-lo efetivamente e globalmente” estão tendo eficiência comunicacional. Partimos da premissa de que a plataforma wiki proporciona a estrutura técnicooperacional que encoraja a elaboração coletiva dos verbetes; tomaremos, também, como axioma, a noção de que a linguagem multicódigos é a mais eficiente para atingir o objetivo de disseminar um conteúdo, pois a hibridização sígnica nos fornece uma das melhores condutas frente ao desafio de substituir algo de extrema complexidade (o objeto dinâmico, que é a realidade em si) por um outro algo (um signo). Partindo dessas asserções, propomos a hipótese de que os protocolos da Wikipédia dificultam seu objetivo declarado, pois as ferramentas para edição de conteúdo não são intuitivas (práticas ou eficientes) e exigem do colaborador o conhecimento prévio de comandos e procedimentos que implicam no domínio de uma nova matriz simbólica, diferente da aplicada no dia a dia. Para embasar nossa observação teórica e metodológica, pretendemos fazer uso da abordagem pansemiótica da realidade, concebida pelo lógico norte-americano Charles Sanders Peirce, fazendo uso também de seu método Pragmaticista. Ao longo de sua vida, Peirce buscou estabelecer uma máxima que sintetizasse o processo de obtenção de conhecimento, uma máxima que compreendesse e nos ajudasse a apreender todos os processos lógicos encontrados em nosso universo, uma máxima a qual denominou Máxima Pragmaticista.

- Aspectos da cultura participativa na criação de narrativas digitais que usam o Youtube como banco de dados audiovisual – Lícia Maria Costa Fajardo Cerqueira

“Vivemos uma nova forma cultural – a forma database.” A afirmação de Manovich pode ser confirmada ao refletirmos sobre como acedemos às diferentes informações diárias. Nas últimas décadas, percebemos o acesso do cidadão comum a mecanismos de comunicação e gravação que ampliaram suas capacidades de captura e armazenamento de imagens, como verdadeiras extensões do corpo humano. Após o surgimento da web 2.0 e das possibilidades de interação entre usuários, plataformas de compartilhamento de vídeo, como o Youtube, tornaram-se pontos centralizadores dessas imagens. Trechos provenientes de bancos de dados, há muito, são usados em obras audiovisuais. A garimpagem do material é uma forte característica destas obras que se baseiam em imagens presentes em arquivos pessoais ou públicos. Posteriormente revisitadas, ganham novo sentido, como em “Nós que aqui estamos por vós esperamos” (1999) de Marcelo Masagão e Pacific (2009) de Marcelo Pedroso. No início do século, Manovich propôs a criação de uma forma narrativa que refletisse a era em que vivemos, enquanto outros artistas também buscavam contar histórias, como faz o próprio ser humano ao organizar pensamentos. Dessa forma surgiram projetos como Soft Cinema (2005) de Manovich e Korsakow Syndrom (2000) de Florian Talhofer. Esta pesquisa analisa duas produções que utilizam o Youtube como banco de dados e exploram, de maneira diferente, características da cultura participativa, o que nos leva a acreditar que essas obras se encaixam na proposta de narrativas da era de banco de dados. Na primeira, o projeto YouTag de Lucas Bambozzi, o interator escolhe palavras-chave. Um software seleciona imagens no Youtube e dá origem a um novo vídeo. Na segunda, o artista Thiago Correa retrata as manifestações de 2013 com imagens garimpadas no Youtube, um trabalho manual facilitado pelos mecanismos de busca que deu origem ao vídeo Brasil em Cartaz.

- Ativismo em sites de redes sociais: análise dos processos comunicacionais realizados por coletivos Anonymous no Brasil – Luciana Ribeiro Rodrigues

A pesquisa em desenvolvimento "Ativismo em *sites* de redes sociais: análise dos processos comunicacionais realizados por coletivos *Anonymous* no Brasil" (título provisório) tem como objetivo analisar duas ações ciberativistas distintas realizadas no Brasil, nos anos de 2013 (durante as Jornadas de Junho) e 2014 (durante a realização da Copa do Mundo no país). Ela busca compreender e analisar as razões que levaram ao sucesso da primeira e ao insucesso da segunda, em processos comunicacionais realizados por coletivos *hacker Anonymous*. A hipótese principal do trabalho é que os processos de ativismo necessitam de certo grau de espontaneidade para que possam ser bem sucedidos. A presença desses fatores no primeiro (como o aumento da passagem de ônibus nas principais cidades do país e a repressão policial) foi responsável pelo seu sucesso, bem como a tentativa de forçar pautas de reivindicações no ano seguinte, sem permitir que emanasse da realidade foi responsável pelo fracasso do segundo processo. Esta análise será realizada através de uma abordagem pragmaticista peirceana, com bases também na semiótica americana. Desta forma, a pesquisa mostra-se relevante para a compreensão da fase atual do ciberativismo, principalmente com o uso dos *sites* de redes sociais, algo que até o ano de 2013 o país não havia presenciado em grande escala, e também evidencia a os padrões de operação que estão diretamente ligados com as características do meio (já que a espontaneidade é um pressuposto de origem destes *sites*). O trabalho já desenvolvido também debate acerca do conceito de ciberativismo, propondo uma abordagem pragmaticista/semiótica acerca do termo através da análise do histórico destes movimentos desde seu surgimento. Já no segundo capítulo também desenvolvido, há a discussão acerca do uso da semiótica peirceana e do pragmaticismo nos processos comunicacionais e sua importância como referência epistemológica para os estudos acerca do ciberativismo.