4º ENCONTRO DE SEMIÓTICA DO PROJETO

COMUNICAÇÃO, LINGUAGENS E PROCESSOS CRIATIVOS NA ERA DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Universidade Federal de Juiz de Fora
23 e 24 de outubro de 2023

CADERNO DE RESUMOS

do 4º Encontro de Semiótica do Projeto

ufjf ppgcom

CADERNO DE RESUMOS DO 4º ENCONTRO DE SEMIÓTICA DO PROJETO — JUIZ DE FORA-MG (2023)

© 2023 Copyright by Editora Caminhar LTDA

Impresso no Brasil / Printed in Brazil
Efetuado depósito legal na Biblioteca Nacional

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

Editora Caminhar
Av. Dom Manuel, 709
Bairro: Centro — Fortaleza-Ceará — CEP: 60060-090
Site: www.editoracaminhar.com.br
E-mails: edcaminhar@hotmail.com e contato@editoracaminhar.com.br

Conselho Editorial
Prof. Dr. Almerindo Janela Afonso | Portugal
Profa. Dra. Ariana Cosme | Portugal
Profa. Dra. Antonia Ieda de Sousa Prado | Brasil
Prof. Dr. Casemiro de Medeiros Campos | Brasil
Profa. Ms. Erika Bataglia da Costa | Brasil
Profa. Ms. Fernanda de Façanha e Campos | Brasil
Prof. Ms. João Álcimo Viana Lima | Brasil
Prof. Dr. João Erivan Façanha Barreto | Brasil
Prof. Ms. Júlio C. C. dos Santos | Brasil
Profa. Dra. Lídia Azevedo de Menezes | Brasil
Profa. Dra. Milena Marcintha Alves Braz | Brasil
Profa. Ms. Raphaela Cândido | Brasil
Prof. Dr. Rui Trindade | Portugal

Coordenação Editorial — Prof. Dr. Casemiro de Medeiros Campos | Editor Chefe
Secretaria do Editorial — Juliana Marina de Façanha e Campos
Projeto Gráfico — Carlos Alberto A. Dantas
Editoração – Pablo Corrêa Lima e Frederico Braida
Capa — Organização

CÂMARA CEARENSE DO LIVRO

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Bibliotecária: *Regina Célia Paiva da Silva* – CRB-1051

E21 Encontro de Semiótica do Projeto: caderno de resumos (4.: 2023; Juíz de Fora, MG)) Caderno de resumos do 4º Encontro de Semiótica do Projeto [Recurso Eletrônico] / Organização de Frederico Braida...[et al.]. – Fortaleza: Caminhar, 2023.

182p.

ISBN: 978-65-86968-35-4

1. Semiótica. 2. Comunicação. 3. Inteligencia Artificial. 4. Arquitetura. 5. Design. 6. Nojima, Vera Lúcia. 7. Coutinho, Taís de Souza Alves. 8. Campos, Fernanda de Façanha e. 9. Matos, Isabela I. Título.

CDD: 302.2

Organização
Frederico Braida
Vera Lúcia Nojima
Taís de Souza Alves Coutinho
Fernanda de Façanha e Campos
Isabela Matos

CADERNO DE RESUMOS

do 4º Encontro de Semiótica do Projeto

Caminhar
Fortaleza | Ceará | 2023

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO 9

A CONTRIBUIÇÃO DO DESIGN NA CONSTRUÇÃO DE DISCURSOS ANTIFEMINISTAS EM PERFIS NO INSTAGRAM 11

A DIMENSÃO ESTÉTICA NA SEMIÓTICA DA PÓS-VERDADE E SUA POSSÍVEL RELAÇÃO NO DESENVOLVIMENTO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL 14

A ERA DAS INTELIGÊNCIAS ARTIFICIAIS NA REPRODUTIBILIDADE TÉCNICA 17

A IMAGEM, O DISCURSO E O VALOR EM UMA SOCIEDADE NEOLIBERALISTA 20

A INFORMAÇÃO DAS COISAS: UM ESTUDO ACERCA DAS POTENCIALIDADES DO JORNALISMO COM A TECNOLOGIA 5G 23

A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL COMO FERRAMENTA PARA A PRODUÇÃO DE IMAGENS FOTORREALÍSTICAS PARA PROJETOS DE INTERIORES 26

A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E O ENSINO DE SEMIÓTICA NO DESIGN: PERCURSOS DE SIGNIFICAÇÃO 30

ANÁLISE SEMIÓTICA ORIENTADA PELA NOÇÃO PEIRCIANA DE DIAGRAMA: PROPOSTA APLICADA EM UM ESTUDO DE CASO SOBRE AS PRODUÇÕES DE ANDRÉ VALLIAS 33

ARMYS AJUDEM O PLANETA: O PODER DA COMUNICAÇÃO EM MASSA DO EXÉRCITO DO BTS EM PROJETOS DE FINANCIAMENTO COLETIVO NO BRASIL 37

A TRANSPARÊNCIA QUE OCULTA E/OU DISSOLVE: NOTAS SOBRE ALGUNS PENSAMENTOS DE BYUNG-CHUL HAN 40

"COM QUE ROUPA EU VOU?" OS TRAJES DAS SUPER-HEROÍNAS E A OBJETIFICAÇÃO FEMININA NO CINEMA: UM OLHAR SEMIÓTICO 42

CONSTRUINDO UM INTERPRETANTE EM SALA DE AULA: RELATO DE EXPERIÊNCIA **45**

CONTRAESPAÇOS DIGITAIS: O ÍNDICE FOTOGRÁFICO COMO MOVIMENTO DE RESISTÊNCIA **48**

CRIANDO NOVOS SIGNIFICADOS PARA ARTE NO METAVERSO: COMO A RELAÇÃO COM A ARTE GENERATIVA PODE MUDAR TUDO **50**

DESIGN COMO LINGUAGEM: EXPLORANDO A COMUNICAÇÃO CULTURAL E SUA INFLUÊNCIA CONTEMPORÂNEA **53**

DESIGN E CONVERGÊNCIA DAS MÍDIAS: O CASO DA VOGUE BRASIL **56**

ECOS DE SIGNOS: REVERBERAÇÕES DA SEMIÓTICA DE ECO E DE PEIRCE EM HISTÓRIAS EM QUADRINHOS **59**

ELEMENTOS DE SEMIÓTICA NA ANÁLISE GRÁFICA DE IDENTIDADES VISUAIS **62**

GRAFFITI E FOTOGRAFIA: LINGUAGENS, EFEMERIDADE E MEMÓRIA **65**

IMAGINATA: A SEMIÓTICA DA ARQUITETURA EM RUÍNA **68**

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL APLICADA À PROCESSOS DE PROJETO EM ARQUITETURA E URBANISMO **72**

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL GENERATIVA E OS SABERES CIENTÍFICOS **74**

INTERAÇÃO SEMIÓTICA E ANTROPOSOFIA: UMA REFLEXÃO SOBRE AS MEDIAÇÕES DIDÁTICAS DO ENSINO DA ARTE **77**

INTERVENÇÃO ONLINE APLICADA ÀS DIFICULDADES/TRANSTORNOS DE APRENDIZAGEM MATEMÁTICA **80**

METAFICÇÃO E TRADUÇÃO INTERSEMIÓTICA NA MINISSÉRIE 'DICKINSON' (2019-2022) **84**

METAVERSO: POSSIBILIDADES SONORA E EM REALIDADE AUMENTADA **86**

MÉTODO DA CONSCIÊNCIA SÍGNICA: UMA ABORDAGEM SEMIÓTICA PARA O TRATAMENTO DA DISLEXIA E OUTROS TRANSTORNOS DA LEITURA E ESCRITA **91**

NOVOS MODOS DE PRODUÇÃO E AUTORIA **94**

O DESIGN DE IDENTIDADE VISUAL COMO TRIBUTO À VALORIZAÇÃO DO TURISMO NA CIDADE DE CATAGUASES – MG **100**

"O ENFERMEIRO": ADAPTAÇÃO E TRADUÇÃO INTERSEMIÓTICA – DO CONTO PARA A TELA **104**

O MITO DO DUPLO EM PERSONAGENS CRIADOS POR INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: MEMÓRIAS, TEMPORALIDADES E REPRESENTAÇÕES **106**

OOÓ DO VOVÔ: ASPECTOS DE TRADUÇÃO INTERSEMIÓTICA NOS DESENHOS DE JOÃO GUIMARÃES ROSA **110**

PODE A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL CAUSAR DEPENDÊNCIA CRIATIVA? **113**

PROCESSOS DE CRIAÇÃO DE IMAGEM: REFLEXÕES SOBRE A ICONICIDADE E A ARBITRARIEDADE EM AMBIENTES I.A. **116**

REPRESENTAÇÕES DE PESSOAS NEGRAS/PRETAS EM CAPAS DA REVISTA DE MODA VOGUE ESTADUNIDENSE **119**

SEMIÓTICA, CRIATIVIDADE E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL EM PROJETOS DE DESIGN **122**

SEMIÓTICA DA CULTURA E INDAGAÇÕES SOBRE MEMÓRIA COLETIVA NA ERA DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL **126**

SEMIÓTICA E CAPAS DE PRÓTESES: LEVANTAMENTO DE EMPRESAS PRODUTORAS E SUAS RESPECTIVAS SEMIÓTICAS PROJETUAIS **130**

SEMIÓTICA PEIRCEANA APLICADA A PROJETO E DESENVOLVIMENTO DE OBJETO DE DESIGN: EMBALAGEM EXPERIMENTAL **132**

SER JOVEM NOS ARTEFATOS DE DESIGN CONTEMPORÂNEO: UM PROCESSO SEMIÓTICO **135**

SIGNOS VERBAIS E NÃO VERBAIS: A CONTRIBUIÇÃO DA SEMIÓTICA PARA A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE VISUAL DE UMA MARCA **140**

SOFÁ RESIDENCIAL: ANÁLISE SEMIÓTICA DE PROPOSTA DE SOLUÇÃO POR MEIO DE IA, CONSIDERADOS OS ELEMENTOS CONSTANTES DO BRIEFING **144**

SUSPENSÃO: O REGISTRO DE ESPAÇOS E COISAS **146**

SUSTENTABILIDADE COMUNICACIONAL E CULTURA POPULAR: PESQUISA, ANÁLISE E REPRESENTAÇÃO DO FESTEJO DOS BATE-BOLAS **149**

TECNODISCURSO, POLÊMICA E PERSUASÃO: UMA ANÁLISE DA PRODUÇÃO DIGITAL DA EXTREMA DIREITA BRASILEIRA AO LONGO DOS ÚLTIMOS ANOS **152**

TECNOLOGIAS DIGITAIS E OS SENTIDOS DA IMAGEM FOTOJORNALÍSTICA CONTEMPORÂNEA **156**

#TERRADOSPRESIDENTES: UMA NARRATIVA CRIATIVA SOBRE A CIDADE DE SÃO BORJA/RS NO INSTAGRAM **160**

TEXTURAS DO OLHAR DIGITAL: UM ESTUDO SEMIÓTICO SOBRE A PADRONIZAÇÃO FOTOGRÁFICA EM SÉRIES DE STREAMING **173**

TRADUZINDO UMA INTERPRETAÇÃO DA SEMIÓTICA NO DIREITO **176**

ÍNDICE ONOMÁSTICO **179**

APRESENTAÇÃO

O **4º Encontro de Semiótica do Projeto** teve como tema "Comunicação, linguagens e processos criativos na era da inteligência artificial". Nesta edição, o evento assumiu o formato on-line, gratuito, e foi realizado nos dias 23 e 24 de outubro de 2023.

O Encontro foi promovido pelo Laboratório de Estudos das Linguagens e Expressões na Arquitetura, no Urbanismo e no Design (LEAUD/CNPq), vinculado ao Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM UFJF) e à Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), em parceria com o Centro de Estudos e Práticas em Design (CEPED), do Departamento de Design, da Universidade do Estado de Minas Gerais, unidade Ubá (UEMG Ubá) e o Laboratório de Comunicação no Design da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio).

O objetivo do Encontro foi promover a discussão e a reflexão sobre o papel dos preceitos e pressupostos da Semiótica como construtora dos sistemas simbólicos, entendendo a transversalidade como proposta metodológica de cooperação entre saberes. A proposta reuniu pesquisadores de todo o país que trabalham os estudos das linguagens e a Semiótica em projetos e processos criativos nas diferentes áreas do conhecimento, especialmente em Comunicação, Artes, Design, Engenharias, Arquitetura e Urbanismo.

Parte significativa dos trabalhos versaram sobre a contemporaneidade influenciada pela inteligência artificial. Houve também abordagens relacionadas aos fenômenos comunicacionais e semióticos na prática de projetos, nos processos criativos analógicos ou digitais, ensino em contextos híbridos, produção no âmbito da indústria 4.0, espacialidades diversas e metaverso, entre outras. Os trabalhos reunidos neste Caderno de Resumos são resultados de pesquisas e

relatos de experiências de docentes e discentes de graduação e pós-graduação, bem como de profissionais vinculados ao mercado de trabalho.

Foi a primeira vez que o evento se realizou no formato on-line, 20 anos após a primeira edição. A primeira e a segunda edições foram realizadas na PUC-Rio, respectivamente em 2003 e 2009. A terceira edição aconteceu na UFJF, em 2018, em formato presencial. A 4ª edição teve a palestra de abertura, intitulada "A IA generativa e a criatividade sob interrogação", proferida pela Profa. Dra. Lucia Santaella (PUC-SP), uma roda de conversa composta pelo Prof. Dr. Ary Pimenta de Moraes Filho (UFRJ), pela Profa. Dra. Mônica Moura (UNESP), pela Profa. Dra. Cilene Estol Cardoso (UFPEL) e pelo Prof. Dr. Gilfranco Alves (UFMS), além das 49 apresentações orais, distribuídas em quatro sessões, de 71 autores oriundos de 22 instituições diferentes, de oito estados brasileiros.

A Comissão Organizadora agradece a participação de todas e todos!

Esperamos que, deste Encontro, emerjam novas parcerias!

Comissão organizadora

Frederico Braida (PPGCOM/UFJF)
Vera Lúcia Nojima (PPGD/PUC-Rio)
Taís de Souza Alves Coutinho (PPGCOM/UFJF; UEMG-Ubá)
Fernanda de Façanha e Campos (PPGCOM/UFJF)

A CONTRIBUIÇÃO DO DESIGN NA CONSTRUÇÃO DE DISCURSOS ANTIFEMINISTAS EM PERFIS NO INSTAGRAM[1]

The contribution of Design in the construction of anti-feminist discourses on Instagram profiles

MARTINS, Paloma de Souza
Graduada em Design pela Universidade Federal do Espírito Santo (UFES)
palomasouzamartins@gmail.com

VALENTE, Telma
Doutora; Universidade Federal do Espírito Santo (UFES)
telma.valente@ufes.br

RESUMO

O discurso de ódio presente nas redes sociais vem ganhando projeção em discussões na sociedade e no campo acadêmico, desafiando esforços de conceituação e de enfrentamento. Esta pesquisa examinou, especificamente, o discurso de ódio voltado às mulheres feministas que, em meio a um cenário adverso de resgate de valores tradicionais, conservadores e misógino, hostilizaram e desqualificaram a todo o momento os ideais feministas e suas integrantes. O *Instagram* – uma das redes sociais com mais usuários ativos por mês no mundo – tornou-se o canal apropriado para personalidades e grupos antifeministas ganharem visibilidade ao disseminarem sua ideologia. Deste modo, o objetivo deste trabalho foi analisar as narrativas gráfico-visuais de três perfis antifeministas: de Ana Caroline Campagnolo, do grupo *Contra o feminismo*, e de Sara Winter, a partir da seleção de três pos-

[1] Este resumo refere-se ao Trabalho de Conclusão de Curso: A contribuição do Design na construção de discursos antifeministas em perfis no Instagram – da estudante de Design Paloma de Souza Martins, orientada pela Profª Drª Telma Valente.

tagens[2] de cada, totalizando nove *posts*. Foram feitas análises, tendo como referencial teórico a semiótica de Peirce, a fim de estudar a linguagem do design aplicada e o respectivo significado das narrativas construídas por elas. A hipótese levantada dirigiu-se ao equívoco da existência de um design neutro (BARROS; LIMA; SEHN, 2017) já que, mesmo de forma não premeditada, as escolhas estéticas configuram-se como modos de produção de significação e de sentido. Com isso, a utilização eficiente de elementos gráfico-visuais nesse meio é um fator, em grande medida, responsável pelo êxito ou fracasso dos seus usuários na propagação de sua ideologia e atração de novos apoiadores. Para a realização desta pesquisa seguimos algumas técnicas, tais como a pesquisa bibliográfica – a respeito da história do movimento feminista e suas ondas – e em paralelo à reação antifeminista e suas estratégias de retórica; pesquisa netnográfica, com material de redes sociais (CORREA; ROZADOS, 2017) e a semiótica de Peirce, como referencial teórico para a leitura das imagens. A escolha dos três perfis atendeu ao critério de relevância, que considerou o maior número de seguidores, engajamento e frequência de postagens no *instagram,* e suas particularidades agregadoras dentro do movimento antifeminista nacional. Devido à própria natureza de pesquisa, selecionamos três postagens de cada perfil visando aqueles que dispunham de elementos interessantes para a realização das análises. O período de escolha das postagens ocorreu entre os meses de abril e maio de 2021. O *instagram* foi escolhido como canal de comunicação por ser uma rede social dinâmica. Sendo assim, visamos a possibilidade de atualização de cada perfil durante o período do desenvolvimento da pesquisa, tanto no que diz respeito ao aumento de número de seguidores, quanto à mudança de identidade visual ou ainda pela chance de algum perfil ser desativado. Por fim, almejamos ter contribuído para

[2] Qualquer mensagem, texto, imagem e vídeo publicados na Internet, geralmente falando de sites ou redes sociais.

a melhor percepção de como é traçado o discurso de ódio voltado às feministas dentro do ambiente das redes sociais.

Palavras-chave: Design, Feminismo, Antifeminismo, *Instagram,* Discurso.

Referências

BARROS, Roberta Coelho; LIMA, Paula Garcia; SEHN, Thaís Cristina Martino. Design e o percurso feminista: O coletivo gráfico feminino de Chicago, p. 3795-3805. *In*: **Anais do 12º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em** Design [= Blucher Design Proceedings, v. 9, n. 2]. São Paulo: Blucher, 2016.

CORRÊA; Mauricio de Vargas; ROZADOS, Helen Beatriz Frota. A netnografia como método de Pesquisa em Ciência da Informação. *In*: **Encontros Bibli – Revista eletrônica de Biblioteconomia e Ciências da Informação** v. 22, n.49, p. 1-18, maio/ago., 2017. ISSN 1518-2924. DOI:10.5007/1518-2924.2017v-22n49p1

INSTAGRAM faz 10 anos como uma das maiores redes sociais do mundo e de olho no TikTok, para não envelhecer. **G1**. [S.I.] 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2020/10/06/instagram-faz-10-anos- como-uma-das-maiores-redes-sociais-do-mundo-e-de-olho-no-tiktok-para-nao- envelhecer.ghtml>. Acesso em: 13 mai. 2021.

A DIMENSÃO ESTÉTICA NA SEMIÓTICA DA PÓS-VERDADE E SUA POSSÍVEL RELAÇÃO NO DESENVOLVIMENTO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL[1]

The aesthetic dimension in the semiotics of post-truth and its possible relation to the development of artificial intelligence

RIPOLL, Leonardo
Doutorando; Universidade de São Paulo (USP)
leonardo.ripoll@usp.br

ROMANINI, Vinicius
Doutor; Universidade de São Paulo (USP)
vinicius.romanini@usp.br

RESUMO

O contexto contemporâneo da pós-verdade, ainda que possa ser uma demarcação questionável, sem consentimento em alguns campos de investigação, é tomado pelo jornalismo (D'Ancona, 2018; Kakutani, 2018) como um cenário que ficou conhecido em 2016, a partir de dois movimentos de repercussão global: as eleições estadunidenses da época e o movimento Brexit. Parte de um fenômeno maior de desinformação, a pós- verdade é entendida aqui como a manipulação discursiva que desenvolveu características próprias a partir da internet e, principalmente, a partir das dinâmicas de comunicação e comportamento criadas pelo crescimento das mídias sociais. Nesse contexto, a fixação de crenças conceituada por Peirce (2021) e os aspectos na manufatura da opinião pública propostos por Lippmann (2021), trazem esclarecimentos possíveis para a investigação do fenômeno. De forma adicional, a semiótica peirceana, enquanto teoria dos signos da comunicação, também permite uma análise aprofundada, sustentada pela sua articulação entre as dimensões estéticas, éticas

[1] O texto apresentado é parte de pesquisa de doutorado em andamento.

e lógicas do signo em sua relação com objeto e interpretante. Nesse sentido, expõe-se o caráter estético e de primeiridade dos discursos de pós-verdade, os quais se valem de um efeito *a priori* onde a argumentação já encontra terreno preparado para o seu acolhimento, pois a ação desse tipo de discurso é premeditada sobre bases emocionais e imagéticas, no campo da performance e representação, que atingem o sistema de crenças do seu público, de forma condicionante e recompensadora. Ou seja, ao planejar o seu efeito na dimensão estética, a pós-verdade consegue flexibilizar a ética e a lógica, criando aceitação de ideias e ações que, de outra forma, causariam dúvida, estranhamento ou rejeição. Considera-se que, no atual cenário, a dimensão estética é reforçada por um ambiente dominado por uma "instância da imagem ao vivo" (Bucci, 2021), ou seja, do uso da imagem como código central na recepção de mensagens. Assim, o contexto atual das mídias sociais desenvolve ações performáticas do indivíduo, além de criar formatos estéticos de disseminação em que a informação precise ser direta, curta, assertiva e resolutiva, transformando o campo do debate e da esfera pública situada na "infosfera" (Floridi, 2014) em territórios de guerra informacional. A inteligência artificial (IA) surge nesse cenário também permeada por profecias e imprecisões, incluindo o uso feito sobre sua própria nomenclatura, trazendo ao imaginário coletivo contaminado por obras de ficção das mais diversas um sentido irreal do que ela representa de fato. De forma mais específica, as possibilidades inauguradas recentemente pelas Large Language Models (LLMs) são tão extensas quanto os questionamentos e preocupações acerca dos seus usos e desenvolvimento. A desinformação textual já encontrada nas LLMs (Pan *et al.*, 2023) suscita o seguinte questionamento: poderia a IA articular aspectos estéticos próprios da manipulação discursiva da desinformação?

Palavras-chave: modelos de linguagem; pós-verdade; desinformação.

Referências

BUCCI, E. **A superindústria do imaginário**: como o capital transformou o olhar em trabalho e se apropriou de tudo que é visível. Belo Horizonte: Autêntica, 2021.

D'ANCONA, M. **Pós-verdade**. Barueri: Faro Editorial, 2018.

FLORIDI, Luciano. **The 4th revolution**: how the infosphere is reshaping human reality. Oxford: Oxford University Press, 2014.

KAKUTANI, M. **A morte da verdade**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2018. LIPPMANN, W. **Opinião pública**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2021.

PAN, Y. *et al*. **On the risk of misinformation pollution with Large Language Models**. Preprint. 2023. Disponível em: https://arxiv.org/abs/2305.13661. Acesso em: 01 out. 2023.

PEIRCE, Charles S. **Ilustrações da lógica da ciência**. São Paulo: Ideias&Letras, 2021. PEIRCE, Charles S. **Semiótica**. 4. ed. São Paulo: Perspectiva, 2019.

A ERA DAS INTELIGÊNCIAS ARTIFICIAIS NA REPRODUTIBILIDADE TÉCNICA[1]

The Age of Artificials Inteligences in Mechanical Reproduction

BRUM, Anna Carolina de Sá
Bacharel em Jornalismo; Centro Universitário Estácio Juiz de Fora (UNESA)
annacarolina1697@outlook.com

RESUMO

Walter Benjamin (2018) propôs que uma obra de arte era única a partir do momento que sai das mãos do artista. Isso era o que ele entendia por Aura (Benjamin, 2018). Esta Aura era a essência da obra, seu *ethos (*Geertz, 1989) que carrega toda sua legitimidade única. O problema ocorre quando a reprodução em massa dessa obra se torna o meio de capital na máquina capitalista e industrial. Com o avanço das tecnologias, a reprodutibilidade de qualquer obra se tornou viável. Obras de Van Gogh são utilizadas em réplicas, produtos de cozinha e até mesmo capas de celular. A Aura de sua obra se perdeu na Indústria Cultural (Adorno; Horkheimer, 1985). Dentro dessa Aura perdida a Indústria Cultural produz uma reprodutibilidade técnica em que a arte pela arte se perde. O *Campos* (Bourdieu, 2021) artístico perde toda sua Aura ao compreender a arte como meio de produção e não mensagem da arte (McLuhan, 1964). O século XXI traz mais problemáticas do que a Paris do século XIX e seus vitrais traziam para a Europa intelectual da época de Benjamin. Com as Inteligências Artificiais, é possível criar algo novo com poucos cliques e comandos. Essa criação tende a ser vista como autoral da IA. Entretanto, o que artistas atuais alegam é que essas Inteligências buscam na Aura das obras já existentes meios de reproduzir o que se entende como

[1] Pesquisa independente (sem vínculo a programas institucionais).

autoral, entretanto, é só a Industria Cultural 4.0. Diante deste cenário, a aura da obra se perde, pois já não se trata de uma produção autêntica. Como metodologia de pesquisa neste trabalho, buscamos uma análise do discurso (Bardin, 2016) destes artistas através de principais portais de notícias brasileiros essa disputa entre a Indústria Cultural 4.0 (que utiliza das novas tecnologias para a reprodução da cultura de massa) e os artistas que ainda produzem a Aura em suas obras. Para isso elencamos três matérias produzidas pelo Uol, Época/Globo e BBC Brasil. As notícias foram produzidas entre 12 de janeiro até 20 de julho de 2023. Nelas podemos analisar que artistas se sentem roubados por terem suas obras nos bancos de dados dessas inteligências artificiais. Assim, créditos e pagamentos não são repassados para os artistas e as grandes empresas que acabam lucrando com a reprodução de uma arte sem vida que parte de Auras de artistas que se tornam desconhecidos. Diante disso, é importe refletir sobre o uso dessas IA's no cotidiano, pois ainda é muito frágil o entendimento do que foi produzido por um humano ou por uma máquina. Também é importante ponderar sobre o acesso dessas inteligências aos conteúdos que estão expostos no ciberespaço (Lévy, 1999), pois as obras de artistas reconhecidos ou não, que estejam dentro das redes acabam sendo usadas como base para novas criações das IA's, mesmo que sem uma autorização.

Palavras-chave: Aura; Reprodutibilidade; Inteligência Artificial; Indústria Cultural.

Referências

ADORNO, T.; HORKHEIMER, M. A Indústria Cultural: O Esclarecimento como Mistificação das Massas. *In.*: ADORNO, T.; HORKHEIMER, M. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

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

BENJAMIN, W. **A Obra de Arte na Era de sua Reprodutibilidade Técnica**. Porto Alegre: L&PM Pocket, 2018.

BOURDIEU, P. **Sociologia Geral vol. 2**: Habitus e campo. Petrópolis: Vozes, 2021.

FAUSTINO, R. Artistas protestam contra uso de suas obras para alimentar inteligência artificial. **Época Negócios**, São Paulo, 12 jan. 2023. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/tecnologia/noticia/2023/01/artistas-protestam--contra- uso-de-suas-obras-para-alimentar-inteligencia-artificial.ghtml> Acesso em 19 set. 2023.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 1989.

JOHN, P.; HUTCHISON, C. 'Minha obra foi copiada por IA mais do que a de Picasso'. **BBC News Brasil**, São Paulo, 20 jul. 2023. Disponível em: < https://www.bbc.com/portuguese/articles/cqq42vdygqxo> Acesso em: 19 set. 2023

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: 34, 1999.

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.

UOL. Artistas lutam contra programas de IA que copiam seus estilos. **Tilt Uol**, São Paulo, 29 mar. 2023. Disponível em: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/afp/2023/03/29/artistas--lutam-contra-programas-de-ia-que-copiam-seus-estilos.htm> Acesso em: 20 set. 2023.

A IMAGEM, O DISCURSO E O VALOR EM UMA SOCIEDADE NEOLIBERALISTA[1]

Image, discourse and value in a society neoliberalist

REBELLO, Antonio
Mestrando; Pontifícia Universidade Católica do Rio (PUC-Rio)
rebello.acr@gmail.com

RESUMO

Neste documento trabalhamos a construção de um ponto de vista sobre o design na atualidade elucidando como o mercado de trabalho vem enquadrando o designer a seu serviço mais do que abraçando a sua capacidade criativa e analítica para o bem do trabalho artístico. Explorando os fundamentos filosóficos e a cultura do neoliberalismo, além de articular vivências profissionais a fim de estimular a expansão dos conceitos de design na modernidade para o mercado de trabalho.

No raciocínio que apresentamos, o mercado de produções visuais hoje cria, subjetivamente, formas de realizar a exploração do funcionário que trabalha com a criatividade e a imagem, mas a situação também desperta a reação negativa em relação ao mercado e permite se defender da prática exploratória do mercado.

O aspecto interessante de investigar é que a transformação de prioridades de vida em relação às gerações, estão relacionadas a tomadas de ações pelo mercado para se renovar e se tornar compatível com a realidade do pensamento geracional, melhorando as rotas disponíveis para o profissional ter mais agenciamento sobre sua carreira e serviço.

Insistir em trazer essa linha de domínio estético e criativo

[1] Derivado de um artigo elaborado durante a aula Questões da subjetividade em design presente no PPG Design da PUC-Rio. Agradecimentos à turma e à professora Denise Portinari.

obrigatoriamente para um entorno com propriedades funcionais diferentes, não tem se mostrado o melhor investimento a longo prazo para a presença da companhia. Acredito que as reflexões presentes possam iluminar de forma branda o panorama que enfrenta a produção criativa hoje, mas que também consiga mostrar que nunca houve tanta abertura tecnológica para dar a oportunidade de designers e comunicadores terem agenciamento próprio sobre o que conseguem elaborar. A velocidade da sociabilidade da internet, alterando o ritmo da vida profissional, pode não oferecer um melhor espaço para a profundidade e a subjetividade no escritório, mas ela permite uma autonomia e continuidade para trabalhos que se mostrem cada vez mais pertencentes a uma natureza de domínio diferente.

Palavras-chave: subjetividade; design; neoliberalismo.

Referências

MARX, K. **Manuscritos econômico-filosóficos**. 1. ed. São Paulo: Boitempo Editorial, 2021. 176 p. Tradução e notas: Jesus Ranieri.

EAGLETON, T. **A Ideologia da Estética**. Rio de Janeiro: Zahar, 1993. 327 p. Tradução de: Mauro Sá Rego Costa.

ROSA, R. R. Neoliberalismo, desdemocratização, subjetividade. **Em Revista Argumentos**, ano 11, n. 21. Fortaleza, jan./jun. 2019

FREDERICO, C. A Arte em Marx: um Estudo Sobre os Manuscritos Econômico-Filosóficos. **Revista Novos Rumos**, [S. l.], n. 42, 2022. DOI: 10.36311/0102-5864.19.v0n42.2144. Disponível em: revistas.marilia.unesp.br/novosrumos/2144. Acesso em: 31 maio. 2023.

CHAGAS, E. F. O pensamento de Marx sobre a subjetividade. **TRANS/FORM/AÇÃO**: Revista de Filosofia, [S. l.], v. 36, n. 2, p. 63–84, 2013. DOI: 10.1590/S0101- 31732013000200005. Disponível em: revistas.marilia.unesp.br/transformacao/3099. Acesso em: 2 jun. 2023.

LEE, Chris. I'm a VFX Artist, and I'm Tired of Getting 'Pixel--F–ked' by Marvel. 2022. Elaborado por VULTURE. Disponível em: vulture.com/article/. Acesso em: 26 jun. 2023.

MOST Leaders Don't Even Know the Game They're In | Simon Sinek. Realização de Live2Lead. Atlanta, Georgia: John C. Maxell, 2016. (35 min.), color. Legendado. Disponível em: https://www.youtube.com/@SimonSinek. Acesso em: 20 jun. 2023.

A INFORMAÇÃO DAS COISAS: UM ESTUDO ACERCA DAS POTENCIALIDADES DO JORNALISMO COM A TECNOLOGIA 5G

The information of things: a study on the potentials of Journalism with 5G technology

MENDONÇA, Henrique
Graduando em Jornalismo, bolsista Fapesp; Universidade Estadual Paulista (UNESP)
henrique.afonso@unesp.br

MAURÍCIO, Juliano
Livre-docente em Políticas de Comunicação, Mídia e Indústrias Criativas; Universidade Estadual Paulista (UNESP)
juliano.mauricio@unesp.br

RESUMO
O avanço da tecnologia revolucionou o campo do jornalismo. Tendo em vista o cenário atual, é possível vislumbrar uma rotina: a interação com os automóveis será possível, pedindo informações sobre o trânsito e um boletim dos principais fatos de última hora, selecionados por um algoritmo ultrapessoal. Quando chegarmos em casa, os assistentes de voz poderão narrar a reportagem que ouvíamos no trajeto, dentro do carro. A rapidez e a acessibilidade da informação permitem uma maior transparência e acesso mais amplo às notícias. Entretanto, a rápida disseminação de desinformação e a manipulação de conteúdos tornaram-se um desafio substancial. É para esse tipo de problemática que este estudo busca contextualizar, como principal objetivo, a compreensão dos cenários e tendências da informação jornalística e sua relação entre público e mídia sob a ótica das potencialidades do 5G, IoT e IA, observando a tendência de ampliação da participação da so-

ciedade no jornalismo a partir da tecnologia 5G. Para a realização do projeto, na 1ª etapa foram empregadas as pesquisas bibliográficas, através da revisão teórica sobre a temática, e pesquisas documentais, por meio da sistematização de relatórios de referência. No 2º momento, foi realizada uma BEPE na Espanha, onde foi utilizada a scoping review, um tipo sistemático de síntese de evidências cujo objetivo é determinar, com o maior rigor possível, a situação de uma área, de um setor da ciência ou de um campo do conhecimento. Para isso, foi realizada seguindo o Quadro SALSA (Codina, 2022), onde foram elaboradas três equações diferentes para serem manipuladas nas bases Web of Science e Scopus. Neste momento, a incursão da IA se fez presente no trabalho. Também foi utilizada a observação participante, realizada nas experiências adquiridas junto ao Grupo de Pesquisa sobre Informação, Comunicação e Cultura (CRICC), bem como entrevistas com atores locais, registrando o conhecimento adquirido durante a estadia em Barcelona. Dos resultados gerais, é perceptível a reflexão dos desenvolvimentos de investigações na China, Estados Unidos e países europeus, o que corrobora com o potencial científico-econômico dos mesmos e distâncias entre as epistemologias do Norte e do Sul. O trabalho concluiu que pode-se ler o atual cenário em aproximações e tendências. Na primeira, citamos 4 aplicabilidades no jornalismo, de acordo com visitas a laboratórios, entrevistas com especialistas do mundo corporativo e acadêmico. 1) Transmissão ao vivo de alta qualidade; 2) Cobertura de notícias em locais remotos; 3) Produção de conteúdo personalizado; 4) Jornalismo imersivo. Como tendências, verifica- se que as tecnologias de IA e IoT, impulsionadas pelas redes 5G, afetarão as três principais fases do trabalho jornalístico: coleta de informações, processamento e, o mais

importante, distribuição do conteúdo das notícias. Com efeito, há o surgimento de dilemas éticos, que devem vir acompanhados de reflexões a respeito do protagonismo da tecnologia em interações socioeconômicas e informacionais.

Palavras-chave: Jornalismo; 5G; Drones, IoT.

Referências

GRANT, M. J.; BOOTH, A. (2009). "A typology of reviews: An analysis of 14 review types and associated methodologies". **Health Information & Libraries Journal**, v. 26, n. 2, pp. 91–108

SALAVERRÍA, Rámon; SANTOS, Mathias. Rumo ao jornalismo ubíquo: impactos da IoT nas notícias. *In*: HERRERO, Jorge *et al.* **Metamorfose jornalística**: Transformação da mídia na era digital. Santiago de Compostela: Springer Nature Switzerland, 2020.

A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL COMO FERRAMENTA PARA A PRODUÇÃO DE IMAGENS FOTORREALÍSTICAS PARA PROJETOS DE INTERIORES[1]

Artificial intelligence as a tool for producing photorealistic images for interior projects

MOTA, Vanessa Lima
Mestranda; Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)
vanessa.mota@estudante.ufjf.br

BRAIDA, Frederico
Doutor; Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)
frederico.braida@ufjf.br

RESUMO

O tema deste artigo é a incorporação da inteligência artificial (IA) no processo de projeto de interiores. Parte-se da constatação de que a sociedade contemporânea está fortemente influenciada pelas tecnologias digitais e, cada vez mais, as imagens sintéticas fotorrealísticas ganham relevância, pois possuem grandes semelhanças com as fotografias do mundo real, podendo facilitar a compreensão das pessoas no que se refere ao entendimento e execução dos projetos (Zancanelli; Braida; Ferreira, 2019). Endossando a pesquisa de Santaella (2019), atualmente, os recursos próprios da IA estão difundidos em múltiplas atividades humanas, as pessoas realizam por exemplo, buscas no Google diariamente, mas não se atentam que este serviço *online* depende de algoritmos de IA. De acordo com Zancanelli (2020), as imagens fotorrealísticas, a serviço do projeto de interiores, possuem uma função significativamente retórica e persuasiva para o convencimento

[1] Artigo gerado através da pesquisa de dissertação de mestrado em Ambiente Construído.

dos clientes, precedendo o que será executado na realidade, tornando-se uma representação prévia do real, com alto índice de similaridade com o mesmo. Sabe- se que as imagens geradas pelos computadores já fazem parte do portfólio dos profissionais da arquitetura e *design*, no entanto, a IA se constitui em mais uma ferramenta para os profissionais que atuam no projeto de interiores. Atualmente, a ferramentas de IA têm contribuído para o processo de geração rápida de alternativas de imagens sintéticas, dentre as quais ganham notoriedade as fotorrealísticas. A virtualização da arquitetura "[...] traz consigo novas possibilidades criativas e de construção e novas metodologias projetuais têm considerado o hibridismo em suas formulações" (LIMA; BRAIDA; FONSECA; MORAIS, 2016, p. 17). Portanto, este artigo parte da seguinte questão: como as imagens fotorrealísticas produzidas por IA podem contribuir para o projeto de interiores? O objetivo deste artigo é refletir criticamente sobre o uso das imagens criadas através da IA nos projetos de interiores na contemporaneidade. Sobre a perspectiva metodológica, este artigo é de natureza exploratória e qualitativa; é também consequência de uma revisão de literatura, justificada pelas repercussões das imagens digitais fotorrealísticas na área expressão e representação do projeto de interiores, e das observações decorrentes do estudo e uso de *sites* que criam imagens de interiores através da IA. Segundo Cano (2023), verifica-se que a IA se constitui em um modelo de representação que ainda causa reflexões e contradições sobre a sua utilização e impõe aos profissionais uma postura ética sobre a valorização da imagem e a manifestação autêntica da natureza da arquitetura. Se, por um lado, a incorporação da IA pode acelerar o processo de geração de alternativas e de simulação de espacialidades possíveis, facilmente compreendidas pelas pessoas leigas, por outro lado, pode gerar, também, resultados impossíveis, hiperrealísticos e ludibriantes.

Somam-se a essas questões os temas da autoria, dos direitos e dos plágios, os quais precisam ser urgentemente debatidos (Almeida; Luciano; Braida, 2023). Como se pode notar, a IA tem provocado inquietações em toda a sociedade; no campo do projeto de interiores elas também trazem provocações, as quais demandam ainda mais pesquisas, reflexões e posicionamento crítico, antes mesmo de serem amplamente incorporadas pelos profissionais ou sumariamente banidas do contexto de projeto.

Palavras-chave: Imagem digital. Inteligência Artificial. Projeto de Interiores.

Referências

ALMEIDA, Caio Augusto Rabite de; LUCIANO, Lucas de Casto; BRAIDA, Frederico. Inteligência artificial e criatividade na arquitetura. **Educação Gráfica**, Bauru, v. 27, n. 2, p. 254-270, ago. 2023. Disponível em: https://www.educacaografica.inf.br/artigos/inteligencia-artificial-e-criatividade-na-arquitetura-artificial-inteligente-and-creativity-in-architecture. Acesso em: 26 set. 2023.

CANO, Paula. Direitos autorais de imagens arquitetônicas na era da IA. **ArchDaily**, 2023. Disponível em: https://www.archdaily.com.br/br/998305/direitos-autorais-de- imagens--arquitetonicas-na-era-da-ia. Acesso em: 01 out. 2023.

LIMA, Fernando; BRAIDA, Frederico; FONSECA, Juliane; MORAIS, Vinícius. **101 conceitos de Arquitetura e Urbanismo na Era Digital**. São Paulo: ProBooks, 2016.

SANTAELLA, Lúcia. **Inteligência artificial & redes sociais**. São Paulo: EDUC – Editora da PUC-SP, 2021.

ZANCANELLI, Mariana Alves. **As imagens digitais fotorrealísticas e a apresentação dos projetos de interiores na era digital.** Orientador: Frederico Braida. 2020. 152 f. Dissertação (Mestrado em Ambiente Construído) – Faculdade de Engenharia, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2020.

ZANCANELLI, Mariana Alves; BRAIDA, Frederico; FERREIRA, Isabela. 2019. Paradoxes of photorealistic images and architectural representation. **V!rus**, São Carlos, 19. [e-journal]. Disponível em: http://www.nomads.usp.br/virus/virus19/?sec=5&item=103&lang=en. Acesso em: 26 set. 2023.

A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E O ENSINO DE SEMIÓTICA NO DESIGN: PERCURSOS DE SIGNIFICAÇÃO

Artificial intelligence and the teaching of semiotics in Design: paths of meaning

ALVES, Taís
Doutoranda; Universidade Federal de Juiz de Fora (UJFF)
taisalvesuba@gmail.com

BRAIDA, Frederico
Doutor; Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)
frederico.braida@ufjf.br

NOJIMA, Vera
Doutora; Pontifícia Universidade Católica (PUC-RIO)
veluc.nojima@gmail.com

RESUMO

A inteligência artificial (IA) tem estimulado a discussão sobre muitos desafios no ensino de graduação em Design no Brasil. "A função da I.A. é projetar "o programa do agente", uma atividade que coloca em prática o mapeamento do agente das suas percepções até suas ações (RUSSEL; NORVIG, 2003). As pesquisas por textos e imagens já contam com o auxílio de aplicativos e programas que auxiliam os usuários. O uso de recursos da IA faz parte do cotidiano de uma parcela da sociedade contemporânea. Sua utilização se tornou ainda mais evidente com a popularização dos *chatbots*, que são *softwares* projetados para conversas e pesquisas com usuários humanos. No entanto, é importante observar que a IA já é uma realidade há tempos, e desempenha funções diversas em vários domínios. No campo acadêmico, não é diferente. O objetivo deste trabalho é discutir como o ensino de Comunicação e Semiótica par-

ticipa da discussão sobre a influência dos recursos disponibilizados pela IA no ato de projetar. A metodologia utilizada foi a revisão bibliográfica sobre o tema, com a apresentação de alguns estudos de caso. O Design, como área multidisciplinar e híbrida, está no cerne de algumas discussões sobre autoria de projetos, de imagens, como parte interessada nessa discussão que envolve várias áreas do conhecimento. O ensino de Comunicação e Semiótica pode auxiliar no entendimento desse contexto. O Design, enquanto linguagem, pode usufruir das ferramentas disponibilizadas pela IA, desde a elaboração do conceito até a divulgação do projeto final. Como resultado, verifica-se a contribuição da Semiótica como ciência da representação e capaz de identificar possibilidades de mediação e construção de conhecimento mediado pelos recursos da IA. A Semiótica possibilita a fundamentação teórica capaz de promover a investigação dos sistemas de significação aplicada no campo do Design. E, ainda, contribui como suporte para entendimento das relações entre os recursos disponibilizados pela IA e suas representações nos projetos.

Palavras-chave: Inteligência artificial; ensino de Comunicação e Semiótica; graduação em Design.

Referências

BOECHAT, Cid. Inteligência artificial, empatia e inclusão: um problema de design. **Ergodesign & HCI**, [S.l.], v. 7, n. Especial, p. 51-63, dec. 2019. ISSN 2317-8876. Disponível em: http://periodicos.puc-rio.br/index.php/revistaergodesign-hci/article/view/1306. Acesso em: 2 out. 2023. doi: http://dx.doi.org/10.22570/ergodesignhci.v7iEspecial.1306.

NIEMEYER, Lucy. **Elementos de semiótica aplicados ao design**. Rio de Janeiro: 2AB, 2010.

RUSSEL, S.; NORVIG, P. **Artificial intelligence**: a modern approach. Nova Jersey: Prentice Hall, 2003.

SANTAELLA, Lucia. **A inteligência artificial é inteligente?** São Paulo: Edições 70, 2023.

ANÁLISE SEMIÓTICA ORIENTADA PELA NOÇÃO PEIRCIANA DE DIAGRAMA: PROPOSTA APLICADA EM UM ESTUDO DE CASO SOBRE AS PRODUÇÕES DE ANDRÉ VALLIAS

Semiotic analysis guided by the peircian notion of diagram: a proposal applied to a case study of André Vallias' productions

OTAVIANO, Samuel
Mestre em Design; ESDI/Uerj-RJ
samuelotaviano@gmail.com

NIEMEYER, Lucy
Doutora em Comunicação e Semiótica; ESDI/Uerj-RJ
lucy.niemeyer@gmail.com

PONTE, Raquel
Doutora em Design; EBA/Ufrj
raquelponte@eba.ufrj.br

RESUMO

O trabalho aqui apresentado integra parte da pesquisa de doutorado em andamento sobre a produção do poeta, designer e produtor multimídia André Vallias à frente da produtora Refazenda. A pesquisa é baseada em um estudo de caso com a finalidade de compreender as particularidades da produção de design gráfico deste designer. Sendo assim, três procedimentos metodológicos foram adotados com este objetivo: levantamento documental, a partir de projetos publicados no site da produtora; entrevista com o designer; e análise semiótica dos trabalhos selecionados. Neste trabalho apresentamos as particularidades do processo de análise e o referencial teórico que dá suporte a este procedimento. Em função dos aspectos distintos não só da sua produção poética como

também de parte de suas produções de design, consideramos a análise semiótica um recurso metodológico adequado para compreensão do objeto desta pesquisa. Com a intenção de revelar a interseção entre poesia visual e design gráfico nos projetos da Refazenda, propomos aqui um estágio de análise preliminar em que iniciamos pelo que, na fenomenologia de Peirce, refere-se à primeiridade, cujas classificações do signo correlatas são as de Qualisigno e de ícone. Em especial, destacamos nesta pesquisa uma das classificações de ícone puro nomeada de diagrama por Peirce. Segundo Pignatari (2004, p. 52) o ícone puro é um "diagrama quando representa algo por relações diádicas análogas". André Vallias (WIESE, 2012) também chama de diagrama as relações entre códigos (verbais, visuais e sonoros) que constituem sua linguagem poética. São duas visões distintas, porém guardam semelhanças em suas definições, já que tanto para Peirce quanto para Vallias, diagrama representa relações. Partindo da convergência no sentido do conceito diagrama para ambos temos por objetivo, a partir das análises, evidenciar o 'pensamento diagramático' (PONTE, 2017, p. 147) presente nas produções do designer. Optamos por analisar as produções com foco inicial na sua dimensão sintática (BRAIDA, 2012), para posteriormente tratar das dimensões semântica e pragmática, por tanto trazemos aqui dois dos componentes que integram o procedimento proposto, a avaliação das relações cromáticas presentes no projeto, a partir do sistema de Albert Henry Munsell (1969), e a classificação da tipografia, a partir de um estudo anterior (OTAVIANO, 2015) pelo qual foi estabelecido um sistema de classificação baseado na visualidade das palavras em projetos de design. Foram empreendidas análises de dois projetos publicados no site da Refazenda, o site do projeto Música de São Paulo e a capa do disco "OK OK OK" de Gilberto Gil. Concluímos, preliminarmente, que a noção de diagrama, atrelada à natureza intrínseca do signo

icônico, é providencial para revelar como os diversos componentes de um artefato de design se relacionam constituindo mensagens onde a sintaxe constitui um elemento chave para sua expressão, seja através do esquema cromático ou de seus recursos tipográficos. Esta noção marca a produção poética de André Vallias e se manifesta em suas produções de design.

Palavras-chave: Análise semiótica; Design; Poesia visual; André Vallias.

Referências

BIRREN, Faber. **A grammar of color: a basic treatise on the color system of Albert H. Munsell**. New York: Van Nostrand Reinhold COmpany, 1969.

BRAIDA, Frederico. **A linguagem híbrida do design: um estudo sobre as manifestações contemporâneas**. 2012. 297 f. Tese (Doutorado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012.

OTAVIANO, Samuel Florensio Rodrigues. **Para além da dimensão verbal: as linguagens do signo tipográfico no design**. 2015. Dissertação (Mestrado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brazil, 2015. DOI 10.17771/PUCRio.acad.25599. Disponível em: http://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/Busca_etds.php?strSecao=resultado&nrSeq=25599@1. Acesso em: 16 dez. 2022.

PIGNATARI, Décio. **Semiótica & literatura**. 6. ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2004.

PONTE, Raquel Ferreira da. **Design sob uma perspectiva peirciana: o processo de criação de existências e suas con-**

sequências práticas. 2017. Tese (Doutorado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Escola Superior de Desenho Industrial, Rio de Janeiro, 2017. Disponível em: https://www.bdtd.uerj.br:8443/handle/1/16971. Acesso em: 29 jan. 2023.

WIESE, Maíra Borges. **A poesia digital de André vallias**. 2012. 115 f. Dissertação de Mestrado em Estudos Literários e Culturais, na área de especialização em Literatura Comparada – Universidade de Coimbra, Coimbra, 2012.

ARMYS AJUDEM O PLANETA: O PODER DA COMUNICAÇÃO EM MASSA DO EXÉRCITO DO BTS EM PROJETOS DE FINANCIAMENTO COLETIVO NO BRASIL[1]

Army Help The Planet: the mass communication power of BTS's Army in Crowdfunding projects in Brazil

SANTOS MACHADO, Samara
Bacharel; Universidade Federal de São João del Rei UFSJ
samara.santos.machado@gmail.com

RESUMO

Em meio a era digital, as comunicações de massa passam a ser cada vez mais instantâneas, além de terem maior alcance. Especialmente quando movidas por fortes afetos. É o caso do Army, fandom do BTS, septeto sul-coreano e embaixador do K-pop, a música pop coreana. Os fãs, apesar de espalhados pelo mundo, sempre demonstraram grande assertividade em sua capacidade de comunicação, e organização, em massa. A prova disso são as diversas votações populares bem sucedidas em benefício do BTS, projetos de stream, criação de conteúdo para fãs e dos projetos de financiamento coletivo. À última se dedica esta pesquisa, com foco na atuação do Army brasileiro em projetos socioambientais. No Brasil, as ações do grupo nesse âmbito se destacam pelos altos valores arrecadados para causas de bem coletivo. É o exemplo da campanha Army Help Manaus, que arrecadou cerca de R$50 mil para a compra de insumos hospitalares para Manaus durante a crise sanitária causada pela covid-19. A pesquisa se motiva pelas proporções do fenômeno e pela carência na área de estudos de fã no Brasil, principalmente em relação a produtos asiáticos. O campo tende a se restringir a mídias e audiências

[1] Pesquisa com base na monografia "Entre Afetos e Resistências: a atuação do Fandom Army em Projetos de Financiamento Coletivo".

ocidentais, afastando outros objetos à periferia da disciplina (McLaren & Jin, 2020), o que enviesa a pesquisa acadêmica. Dar destaque para objetos fora da lógica hegemônica é também uma oportunidade de decolonizar[2] nosso saber e construir outras narrativas na Academia. Além disso, o poder de alcance do público brasileiro em geral também é algo pouco estudado, ainda que reconhecido internacionalmente. A pesquisa começou com uma abordagem qualitativa *in loco*, para coletar informações sobre as bases de fãs envolvidas nos projetos, redes sociais usadas, resultados alcançados e suas repercussões. Em seguida, foi distribuído um formulário direcionado ao ARMY e indivíduos familiares ao K-pop, com o propósito de obter informações mais abrangentes sobre quem são, como se envolveram e interagiram com as iniciativas estudadas, além de explorar suas possíveis razões. A metodologia adotada foi a "Bola de Neve" (Vinuto, 2014), que se baseia na disseminação de documentos e identificação de informantes-chave nas redes sociais, a fim de estabelecer o primeiro contato com o grupo-alvo da pesquisa. A partir das descobertas obtidas, é possível concluir que o ARMY é uma comunidade altamente organizada que utiliza com sucesso o que Thompson (2018) descreve como interação "quase mediada". As redes sociais desempenham um papel central na organização e disseminação das atividades relacionadas ao ativismo dos fãs. Com destaque para o Twitter, o ARMY usa das redes sociais como centros de coordenação para campanhas, mobilizando recursos e alcançando um público mais amplo. Hashtags específicas também foram usadas para unir os fãs em torno de uma causa, criando um senso de comunidade e urgência. Também se notou que a solidez da relação

[2] De acordo com a pesquisadora Luciana Ballestrin, o conceito de decolonialidade "procura transcender a colonialidade, a face obscura da modernidade, que permanece operando ainda nos dias de hoje em um padrão mundial de poder" (BALLESTRIN, 2013).

parassocial construída com os artistas está entre as principais motivações, juntamente com um sentimento de orgulho não apenas em relação ao BTS, mas também em relação ao próprio ARMY, algo que se mostrou pela receptividade à pesquisa.

Palavras-chave: Comunicação digital de massa; Redes sociais; Ativismo midiático; BTS.

Referências

GALLAS, Luciano. **Para transcender a colonialidade**. Unisinos.br. Disponível em: <https://www.ihuonline.unisinos.br/artigo/5258-luciana-ballestrin>. Acesso em: 20 maio. 2022.

HILLS, Matt. **Fan Cultures.** Londres: Routledge, 2002.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. [S. l.]: Aleph, 2006. ISBN 978-85-7657- 149-0.

McLaren, C., & Jin, D. Y. (2020) "You Can't Help But Love Them": BTS, *Transcultural Fandom*, and Affective Identities. *The Academy Of Korean Studies*, 60 (1), 100-127. Vinuto, J. (2014). A Amostragem Em Bola De Neve Na Pesquisa Qualitativa: Um Debate Em Aberto. *Temáticas*, 22 (44), 203-220.

THOMPSON, J. B. **A interação mediada na era digital**. MATRIZes, vol. 12, n. 3, setembro/dezembro, 2018, 17-44. doi: 10.11606/issn.1982-8160.v12i3p17-44

VINUTO, Juliana. **A AMOSTRAGEM EM BOLA DE NEVE NA PESQUISA QUALITATIVA: UM DEBATE EM ABERTO**. Temáticas, Campinas, v. 22, n. 44, p. 203-220, agosto/dezembro. 2014.

A TRANSPARÊNCIA QUE OCULTA E/OU DISSOLVE: NOTAS SOBRE ALGUNS PENSAMENTOS DE BYUNG-CHUL HAN[1]

The transparency that hides and/or dissolves: notes on some thoughts by Byung-Chul Han

FEITOSA, Therence S. A.
Doutor; Universidade Paulista (UNIP)
thefeitosa.rock@gmail.com

RESUMO

O Universo telemático hoje se caracteriza pela sua assustadora velocidade de alcance e adesão. O "mundo" digital seduz no ritmo dos algoritmos, (BAUMAN, 2003). Ocorre uma imersão na tela de formas abruptas e cotidianas. Nesse passo, é perceptível certos deslocamentos cognitivos no que fere os modos de estar no mundo, bem como, nas formas/maneiras de experimentar as coisas da vida e a vida das coisas (aqui, pensando o que é digital e o que não é digital). Nesse sentido Han (2017), aponta que um dos traços latentes das sociedades atuais é a transparência, e como resultado dessa exposição, a necessidade do que o autor denomina como excesso de positividade. Partindo dessas reflexões, surgem as seguintes questões: essas relações intensas, excessivas, e viciosas possuem interferência no que tange quadros atrelados a ansiedade e uma pressa descomunal de viver tudo em simultâneo, e/ou de não viver nada potencialmente? O olhar do outro passou a ser o crivo que determina as alegrias ou decepções? Vive-se para o like, para os views? Para entender tais inquietações, o presente estudo se utiliza de uma abordagem qualitativa enquanto natureza, partindo de uma revisão bibliográfica, a

[1] Pesquisa que surgiu a partir de experiencias didáticas, bem como, da estadia/percepção no mundo.

partir da Filosofia, Semiótica e áreas afins, que tratam diretamente e indiretamente sobre o tema. Intui-se perceber/identificar a partir da performance dos dados, como as mídias digitais no que fere os imaginários/experiências (KAMPER, 2015), se tornaram espécies de próteses subjetivas em se tratando da relação sujeito/objeto/cultura/paisagem (LÒTMAN, 1981).

Palavras-chave: Transparência; Mídias Digitais; Semiótica.

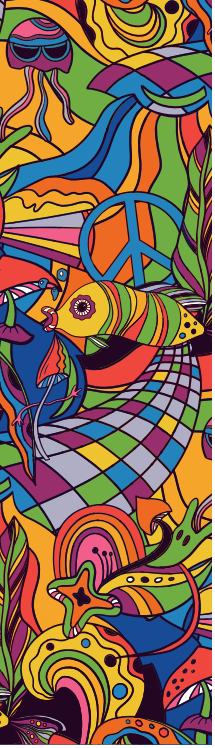
Referências

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003

HAN, Byung Chul. **A sociedade da transparência** – Petrópolis, RJ: Vozes, 2017. HAN, Byung Chul. **A sociedade do cansaço** – Petrópolis, RJ: Vozes, 2017.

KAMPER, D. **A estrutura temporal das imagens**. Disponível em: http://www.cisc.org.br/portal/index.php/pt/biblioteca/finish/3-kamper-dietmar/106- estrutura-temporal-das-imagens.html. Acesso em 15 de junho de 2015.

LÓTMAN, Iuri, USPENSKII, Boris, IVANÓV, V. **Ensaios de Semiótica Soviética.** Lisboa. Livros Horizonte, 1981.



"COM QUE ROUPA EU VOU?" OS TRAJES DAS SUPER-HEROÍNAS E A OBJETIFICAÇÃO FEMININA NO CINEMA: UM OLHAR SEMIÓTICO

"What clothes should I wear?" The costumes of superheroines and female objectification in cinema – a semiotic look

SANTOS, Julia Beatriz Magalhães dos
Graduanda do Curso de Tecnologia em Cinema e Animação; Universidade do Estado de Minas Gerais (Uemg) _ bolsista PAPq.
julia.2200116@discente.uemg.br

MACHADO, Carla Silva
Doutora em Educação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC/Rio); Professora da Universidade do Estado de Minas Gerais (Uemg)
carla.silva@uemg.br

RESUMO

A presente proposta faz parte do Projeto apresentado ao Programa Institucional de Apoio à Pesquisa (PAPq) da Universidade do Estado de Minas Gerais (Uemg), intitulado **Representações do gênero feminino nos filmes mais vistos nas salas de cinema do Brasil entre os anos de 2011 e 2020**, cujo objetivo geral é analisar a representação das personagens femininas nos filmes mais vistos pelo público brasileiro nos entre os anos de 2011 e 2020 a partir do teste Bechdel. No recorte para esta apresentação, debruçamo-nos nas super-heroínas que protagonizam alguns dos filmes mais vistos nas salas de cinema, no período do recorte da pesquisa (2011 e 2020). Ressaltamos que desde as primeiras aparições de super-heroínas em histórias em quadrinhos essas personagens foram criadas sob uma perspectiva masculina e heterossexual, o *male gaze*, como destrinchado na pesquisa analítica de Avery-Natale (2013). Reynolds (1992) afirma que, na linguagem de

Saussure, a estrutura de convenções dos trajes/vestimentas, as regras que ditam o tipo de traje que a personagem poderá usar é uma linguagem, um signo. Para a construção de um super-herói, o traje sugere o que aquele herói representa, as suas cores, formas e caimentos, se um personagem usa cores vivas e uma roupa justa esse significante traz o significado (Sausurre) de jovialidade, carisma e amizade, como exemplo, citamos o Homem-Aranha, mas se um personagem usa cores escuras, formatos pontiagudos e quadriculares, o significado é de alguém forte, misterioso, não amigável, como exemplo, temos o Batman. Logo, se para representar mulheres a norma é de roupas apertadas que chamam atenção para seus seios, bunda e coxas (partes do corpo feminino que são sexualizadas há décadas pelo *male gaze*) o que essas heroínas significam é sua sexualidade, sua atratividade e sedução para homens heterossexuais. Mesmo essa "tradição" tendo iniciado há muitas décadas com os primeiros quadrinhos, essa tradição acompanhou as personagens para as telas de cinema, nos filmes da Marvel, líderes de bilheterias, vemos heroínas diminuídas e apenas representadas pelos interesses amorosos com um tempo de tela absurdamente inferior de seus parceiros, mesmo quando quebramos a bolha do interesse amoroso e vemos uma heroína com propósito próprio como a personagem Viúva Negra, ela está em um papel que usa de sua sexualidade como moeda de troca e atributo equiparável a sua força física, além de seus trajes a representarem sempre na perspectiva do *male gaze* para a audiência, sempre tendo seu corpo e beleza realçados para o público. Neste sentido, fica evidente que, enquanto para os super-heróis masculinos o atributo físico está diretamente relacionado à força e ao poder, para as super-heroínas, ele está ligado à sexualização.

Palavras-chave: Super-heroínas; Objetificação da mulher no cinema; Figurino no cinema.

Referências

AVERY-NATALE, Edward. An Analysis of Embodiment among Six Superheroes in DC Comics. **Social Thought & Research**. V. 32, p. 71–106, 2013. Disponível em: http://www.jstor.org/stable/24642398. Acesso em 20 ago. 2023.

REYNOLD, Richard. **Super Heroes**: A Modern Mythology. London, England: B.T. Batsford, 1992.

CONSTRUINDO UM INTERPRETANTE EM SALA DE AULA: RELATO DE EXPERIÊNCIA[1]

Building an interpretant in the classroom: experience report

WAUKE, Ana Paula
Doutora em Psicologia; Instituto Federal do Paraná (IFPR)
Anapaula.wauke@gmail.com

RESUMO

Este resumo tem como proposta apresentar o relato de experiência pessoal, do uso da semiótica na didática em sala de aula. Neste sentido, atuar como docente de curso de informática é uma papel desafiador, considerando um conteúdo bastante abstrato, pois nem sempre é possível ver de modo visual e concreto o que o computador está fazendo. Passar de maneira clara esse conteúdo, considerando que muitos alunos nunca fizeram o curso de informática anteriomente ou trabalham na área, ou seja, na maioria dos casos é o primeiro contato deles com o conteúdo. Um exemplo disso foi com a disciplina de banco de dados. O armazenamento ocorre literalmente com sequências de 0 e 1 dentro do computador. Entretanto, uma parte importante envolve os modelos que posteriormente serão tabelas para armazenar os dados. Deste modo, como fazer com que o aluno compreenda o que acontece no computador? Como melhorar a compreensão dos modelos que são ao mesmo tempo representações da realidade e elementos que serão tabela? Foi pensando nesses desafios que percebi que o uso da semiótica melhora a didática, objetivando melhorar a aprendizagem dos alunos fui alterando os métodos da aula. Apresentar o conteúdo em diferentes formas de representação para que o aluno compreenda melhor o conteúdo e conectando o abstrato

[1] Relato de experiência como docente da disciplina de banco de dados no IFPR.

com o concreto. Um conceito importante em banco de dados são as tabelas. Entretanto, estas podem ser representadas de diversas formas diferentes. Apresenta-se aos alunos o mesmo conceito mas com representações a nível abstrato de ideias e conceitos, a nível de computador, a nível de cotidiano, fazendo analogias com a realidade, nível de código, etc.; de modo que compreendam a significação do conteúdo passado e tenham um efeito do interpretante na construção da tabelas com a estrutura mais otimizada. Desta forma, passa-se o conceito paralelamente construindo junto deles o que eles têm de base de conhecimento de realidade para contribuir para o conteúdo. De modo que, a sala inteira atua como um interpretante coletivo na construção desse conteúdo. Resultando em signos que se encontram em diferentes meios: computador apresentado pelo datashow, em diversas telas, além do quadro com os desenhos. O mesmo ocorre nas apresentações dos trabalhos, onde estes têm a contribuição de todos, sendo obtidos signos por meio de processamento cognitivo coletivo, o interpretante da sala de aula para cada trabalho. Muitos dos alunos são repetentes, que abandonaram nos anos anteriores pois não conseguiam compreender, estes têm relatado que estão compreendendo. Pelas próprias avaliações que têm ocorrido, os trabalhos têm tido resultados bons. Considerando, os resultados dos trabalhos apresentados e a devolutiva dos alunos, o método de ensino parece ter boa aceitação. Uma visão de processamento cognitivo coletivo da sala de aula, onde há a construção coletiva do conhecimento para todos e por todos. Quando necessário são inseridas perguntas que auxiliem na construção lógica do conteúdo, por meio de categorias e com a participação ativa de todos alunos. Cada turma apresenta um resultado diferente, visto que cada turma é única. Mas o método tem apresentado bons resultados em todas turmas até o momento.

Palavras-chave: Didática; Sala de aula; Interpretante coletivo.

Referências

CAMILLO, R. C. A significação nos processos de leitura e escrita: uma proposta elaborada a partir da experiência clínico-fonoaudiológica. **Dissertação de Mestrado não publicada.** Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo. 1997.

WAUKE, A. P. T. Desenvolvimento, Implementação e Avaliação de Intervenção em Dificuldades de Aprendizagem Matemática sob a Perspectiva Sociocultural, Semiótica e Bioecológica em Contexto de Pandemia. **Tese de doutorado não publicada.** Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Porto Alegre, 2022.

SANTAELLA, L. **Semiótica Aplicada (2a. ed.)**. São Paulo: CENGAGE, 2018.

CONTRAESPAÇOS DIGITAIS: O ÍNDICE FOTOGRÁFICO COMO MOVIMENTO DE RESISTÊNCIA

Digital counterspaces: the photographic index as a movement of resistance

FROTA, Rafael
Mestrando; Programa de Pós-Graduação em Design – EBA/UFRJ (PPGD EBA/UFRJ)
rafaelfrota@ufrj.br

SILVA, Jofre
Doutor; Escola de Belas Artes da UFRJ (EBA/UFRJ)
jofre@eba.ufrj.br

RESUMO

Michel Foucault (2013) define *heterotopia* como uma espécie de contraespaço — um lugar absolutamente diferente, que não só se opõe a todos os outros, mas que também tem por objetivo neutralizá-los ou purificá-los. Eles podem tanto ser reais, como os cemitérios, os asilos e as casas de prostituição, quanto ilusórios, como os espaços virtuais criados pela reflexão de um espelho, por uma conversa ao telefone ou, sobremodo, pela internet. A recente pandemia de COVID-19 mostrou mais uma vez ao mundo a capacidade que os indivíduos têm de construir heterotopias que os possibilitam existir. E dessa vez, a internet foi o sustentáculo desses movimentos de resistência. A fotografia *on-line*, realizada a distância por meio da internet, é um claro exemplo dessas heterotopias: um índice de contraespaços que tornou possível a criação de experiências visuais outras, mesmo em meio a uma rigorosa imposição de distanciamento social. É importante que se destaque que o uso da internet para esse fim não nasceu em meio à pandemia, mas foi ela que o legitimou. Dificilmente a fotografia *on-line* conseguiria esse feito se não fosse por um desastre em escala global que impediu a sociedade de conviver da maneira habitual.

Sendo assim, fotógrafos e modelos conseguiram transformar essa modalidade em um nicho especializado. Entretanto, seria ainda hoje justificada a existência da fotografia *on-line*? Ela foi apenas um exercício de criação em tempos de pandemia ou é, de fato, uma nova modalidade que veio para ficar? Seja qual for a resposta, um fato é certo: novos e importantes pontos de vista foram trazidos para o debate sobre a semiótica da fotografia, tanto a peirceana quanto a noção de *studium* de Barthes (2018), por exemplo.O presente trabalho aborda signos visuais como movimentos de resistência do corpo e do espaço a partir das possibilidades técnicas, estéticas, poéticas e conceituais da fotografia *on-line*. Para isso, foram desenvolvidos ensaios fotográficos a partir de sessões de videochamada. Capturadas por meio do processo de *refotografia*, as imagens foram trabalhadas de modo a buscar nas limitações de recursos do meio, tais como baixa definição, *moiré*, aberrações cromáticas e alta granulação, sua possível identidade plástica. Em conjunto com a imposição de efeitos de múltiplas exposições, baixas velocidades de captura e colorização por inteligência artificial, essas imagens, tal como um caleidoscópio, provocam uma sucessão de efeitos visuais que remetem ao movimento, à mudança constante e à beleza criada pela combinação de elementos singulares. Assim também são nossos processos de subjetivação no momento da interpretação da imagem: cada giro traz novos sentidos e experiências estéticas.

Palavras-chave: design; fotografia; contraespaços; índice; studium

Referências

BARTHES, R. **A câmara clara**. 7. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2018.

FOUCAULT, M. **O corpo utópico, as heterotopias**. São Paulo: n-1 Edições, 2013.

CRIANDO NOVOS SIGNIFICADOS PARA ARTE NO METAVERSO: COMO A RELAÇÃO COM A ARTE GENERATIVA PODE MUDAR TUDO[1]

Creating new Meanings for Art in the Metaverse: how the relationship with generative art can change everything

PACHECO, Frederico Reis
Doutorando em Mídia e Cotidiano; Universidade Federal Fluminense (UFF)
frpacheco@id.uff.br

RESUMO

Esta apresentação tem o objetivo de disseminação científica, a partir de um recorte temático específico sobre os impactos da adoção do Metaverso como um canal de comunicação no rearranjo da ecologia midiática atual, em particular no mercado de arte. Tentaremos fornecer um breve panorama da pesquisa realizada para levantar valiosas questões de discussão. O surgimento do Metaverso (ALMOQBEL *et al.*, 2022; BOELLSTORFF *et al.*, 2012), uma forma completamente nova de mídia, deve ter um impacto significativo no equilíbrio da ecologia das mídias (NYSTROM, 1973; INNIS, 1951). Todo o cenário artístico precisará se adaptar de acordo, e por isso o foco deste trabalho será em como o relacionamento com a Arte mudará no contexto deste ambiente único, considerando novas formas de interagir, comprar e possuir uma obra de arte. Para alcançar este objetivo, este estudo percorrerá uma genealogia do processo de evolução da ecologia midiática que levou ao surgimento do Metaverso. Além disso, este trabalho considerará o impacto potencial de tecnologias e conceitos inovadores como tokens não fungíveis (NFTs), blockchain e inteligência artificial (IA). A IA tem sido usada para criar novas

[1] Parte da pesquisa em andamento para elaboração da tese de doutoramento do autor.

formas de arte e tem o potencial de revolucionar os processos tradicionais de criação e autoria de arte, mudando processos, linguagens e apropriação. Os NFTs, um tipo de registro único para cada criação, tornar-se-ão mais comuns na indústria da Arte, fornecendo uma assinatura digital única que verifica a propriedade e autenticidade da arte digital. A tecnologia blockchain pode ser usada para criar um livro-razão descentralizado, confiável para registrar propriedade e transações relacionadas à arte sem um intermediário. Nossa pesquisa considera, por meio de uma abordagem socioconstrutivista, as mudanças que o Metaverso e a IA causarão no relacionamento com a arte, seu consumo e seu significado, bem como o rearranjo do equilíbrio no ecossistema midiático. Para fornecer uma base conceitual para toda essa jornada, são acionados autores fundamentais sobre Ecologia das Mídias e Midiatização (HJARVARD, 2008; BRAGA, 2017; HEPP, 2020; POELL *et al.*, 2020) e Cultura da Arte. Os insights apontados provêm de uma combinação de pesquisas primárias, netnografia e reflexões filosóficas, como metodologia de pesquisa. O pensamento filosófico é baseado em autores de referência, pesquisas foram realizadas para coletar dados sobre percepções acerca do metaverso, e a netnografia (KOZINETS, 2014) foi aplicada em comunidades online para analisar o comportamento de colecionadores de arte e membros de comunidades artísticas em relação à arte digital. O artigo final apresentará os autores base que serão usados para entender as mudanças no consumo de arte, avaliando as interações. Em seguida, abordará as mudanças aceleradas causadas pela digitalização e o surgimento de uma meta midiatização profunda, a partir do resultado das pesquisas. Em seguida, o texto tratará das relações com a arte digital, bem como da arte criada por IA, mostrando o impacto das tecnologias emergentes sobre este ecossistema artístico, a partir da observação de comunidades online ligadas à arte. Finalmente, algumas questões críticas

serão levantadas para promover a reflexão sobre alguns tópicos observados neste trabalho.

Palavras-chave: Metaverso; Criação de Arte; Propriedade Autoral; Circulação.

Referências

ALMOQBEL *et al.* The Metaverse: A Systematic Literature Review to Map Scholarly Definitions. *In:* **Companion Computer Supported Cooperative Work and Social Computing**, Novembro de 2022. p. 80-84.

BOELLSTORFF *et al.* **Ethnography and virtual worlds**: a handbook of method. Princeton: Princeton University Press, 2012.

BRAGA, J. L. Circuitos de Comunicação. *In:* BRAGA *et al.* **Matrizes interacionais**: a comunicação constrói a sociedade. Campina Grande: EDUEPB, 2017. p. 43-64.

HEPP, A. **Deep mediatization**. Londres: Routledge, 2020.

HJARVARD, S. The mediatization of society: A theory of the media as agents of social and cultural change. **Nordicom Review**, v. 29, n. 2, p. 105-134, 2008.

INNIS, H. A. **The bias of communication**. Toronto: University of Toronto Press, 1951.

KOZINETS, R. **Netnografia**: realizando pesquisa etnográfica online. Porto Alegre: Penso, 2014.

NYSTROM, C. Towards a science of Media Ecology: the formulation of integrated conceptual paradigms for the study of human communication systems. Tese (Doutorado) – New York University, 1973.

POELL *et al.* Plataformização. **Revista Fronteiras** – estudos midiáticos, v. 22, n. 1, p. 2- 10, 2020.

DESIGN COMO LINGUAGEM: EXPLORANDO A COMUNICAÇÃO CULTURAL E SUA INFLUÊNCIA CONTEMPORÂNEA[1]

"Design as Language: Exploring Cultural Communication and Its Contemporary Influence"

RAMALHO, Pedro
Mestrando em Design; Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio)
pedropauloramalho@yahoo.com.br

NOJIMA, Vera
Doutora em Design; Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio)
nojima@puc-rio.br

RESUMO

Em meio à crescente interconexão da sociedade contemporânea, o design emerge como uma linguagem rica e influente, abrangendo não apenas objetos utilitários, mas também todo um sistema de comunicação e uma variedade de serviços. O design transcende a mera estética, incorporando a criação de interfaces visuais, símbolos e elementos comunicativos que desempenham um papel crucial na forma como as pessoas interagem, compreendem e se relacionam com produtos, marcas e informações. Os estudos culturais têm ganhado destaque, especialmente nas modernas teorias de semiótica, linguística e comunicação. Nesse contexto, é fundamental destacar a influência de renomados teóricos, como Roman Jakobson, Charles Morris e Roland Barthes, cujas contribuições enriquecem nosso entendimento da intersecção entre

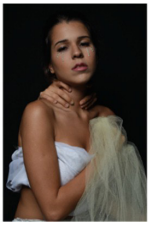
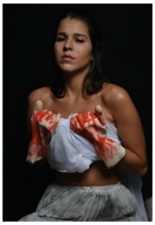
[1] Experiência didática abordada na disciplina de graduação ˜Design e Comunicação". Agradecimento especial à Professora Doutora Vera Lúcia Nojima que orientou este projeto.

design e linguagem. Uma questão de destaque nesse cenário é a investigação da linguagem para além dos signos verbalizados, considerando a linguagem como qualquer meio de interação e comunicação na sociedade. Neste contexto, o design emerge como uma faceta de extrema relevância, ao abranger elementos visuais e estéticos, desempenhando um papel vital na comunicação e na cultura contemporânea global. O design adota uma abordagem metodológica contemporânea, que se destina à investigação científica de seu próprio domínio, alinhando-se com um quadro teórico diversificado. Para ilustrar esse enfoque, podemos analisar os princípios fundamentais do design: forma, significado e função, demonstrados exemplarmente por meio de um ensaio fotográfico e uma revista. Um exemplo notável é o projeto autoral intitulado "A Moda Mata[2]", desenvolvido na disciplina de graduação "Design e Comunicação" que busca, por meio da fotografia e retratos circunstanciais, documentar os impactos prejudiciais que a indústria têxtil causa ao meio ambiente, utilizando sobras de tecidos após desfiles e intervenções em chamadas publicitárias. O projeto enfatiza as dimensões estéticas, simbólicas e pragmáticas do design, tendo como base a revista Vogue, reconhecida por suas capas e desfiles de moda, como fonte de inspiração para desenvolver uma abordagem pautada na semiótica das funções do design. Logo, tanto o projeto quanto a revista Vogue compartilham o propósito de conscientizar sobre as questões ambientais e culturais vinculadas à indústria da moda, utilizando a linguagem do design de forma impactante e significativa. As funções delineadas por esses projetos constituem uma perspectiva holística que aborda uma variedade de características únicas, incluindo acessórios, roupas, expressões faciais, corpos e maquiagem. Essas funções abrangem o domínio estético, onde se exploram a beleza do corpo humano, as cores, os movimentos e as texturas dos

[2] Série de fotografias que identificam o projeto.

materiais; a dimensão simbólica, que se direciona para significados subjacentes à realidade, como o contraste entre a concepção do belo e as implicações da morte; e, finalmente, a função pragmática, cujo propósito é sensibilizar os consumidores acerca dos impactos negativos da indústria da moda no meio ambiente, proporcionando simultaneamente satisfação estética ao espectador. Em síntese, o design é concebido como uma forma intrínseca de linguagem, comunicando, refletindo e influenciando a cultura, desencadeando debates e reflexões contínuas sobre sua relação com a sociedade e a cultura contemporânea.

Palavras-chave: Design; Linguagem; Cultura; Comunicação; Expressão.

Referências

NIEMEYER, L. **Elementos de semiótica aplicados ao design**. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.

NOJIMA, V; BRAIDA; F. **Por que Design é Linguagem?** Rio de Janeiro: Rio Books, 2014.

SANTAELLA, L; NÖTH, W. **Comunicação e semiótica**. São Paulo: Hacker Editores, 2004.

VIÉGAS, R. F. **Guia para estudos da linguagem**: comunicação e semiótica. São Paulo: Unimarco Editora, 2004.

DESIGN E CONVERGÊNCIA DAS MÍDIAS: O CASO DA VOGUE BRASIL[1]

Design and Media Converge: The Case of Vogue Brasil

MIRANDA, Bianca
Mestranda do Programa de Pós-graduação em Design da Escola de Belas Artes – EBA UFRJ; Grupo de Pesquisa Design e Processos de Sentido, Universidade Federal do Rio de Janeiro
biancamrvidal@gmail.com

PONTE, Raquel
Doutora em Design; Grupo de Pesquisa Design e Processos de Sentido Universidade Federal do Rio de Janeiro
raquelponte@eba.ufrj.br

RESUMO

O presente trabalho, que faz parte da pesquisa em Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Design EBA UFRJ, visa analisar semioticamente a Revista Vogue com o intuito de destrinchar cada elemento presente na revista, tanto na capa quanto no miolo, compreendendo as mudanças de linguagem, decorrentes do fenômeno de convergência das mídias. De acordo com Jenkins, a convergência das mídias refere-se ao "fluxo de conteúdos por diferentes plataformas de mídia, à participação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação" (JENKINS, 2009, p.31). Em outras palavras, a Cultura de Convergência é um conceito que relaciona a tendência de adaptação das mídias com a internet. Portanto, a pesquisa busca entender como o Design Editorial impresso se comporta frente às novas tecnologias, seja na redução do número de páginas, seja na maior valorização das fotografias

[1] Pesquisa de Mestrado do Programa de Pós-graduação em Design EBA UFRJ.

em detrimento dos textos, tendências observadas nos últimos anos. Para isso, foi feito um recorte, priorizando a análise das edições do mês de setembro da revista Vogue Brasil do período de 2010 a 2022. A escolha pelas edições deste mês deve-se ao fato de ela ser uma edição em que a quantidade de páginas e anúncios são maiores comparado as outras edições dos outros meses ao longo do ano. Além disso, a escolha deste recorte temporal coincide com o início da presença da Vogue nas mídias sociais e sua atuação até os dias de hoje. Os objetivos específicos desta pesquisa a ser apresentada no 4 semana de Semiótica do Projeto consiste em fazer o levantamento bibliográfico, selecionar as edições relevantes nos últimos 10 anos e analisar as edições impressas, categorizando seus elementos. O levantamento bibliográfico consistiu primeiramente em realizar a tabulação das edições da Vogue Brasil, ou seja, coletar todas as edições da revista do período de 2010 até 2022. Durante esse processo, a escolha para as edições de setembro foi definida e algumas mudanças já foram observadas, como por exemplo a diminuição do número de chamadas nas capas e elas se tornarem cada vez mais visuais. Neste estudo de caso (YIN, 2005), a semiótica do filósofo Charles Sanders Peirce servirá como embasamento metodológico para observar as diferenças das edições ao longo desta década. Espera-se que seja possível entender as mudanças de linguagem da revista e como o Design Editorial se comporta diante da Convergência das Mídias.

Palavras-chaves: Design Editorial; Vogue; Semiótica de Peirce.

Referências

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

NIEMEYER, Lucy. **Elementos de semiótica aplicados ao design**. Rio de Janeiro: 2AB, 2007.

NOTH; Santaella. **Introdução à Semiótica**, São Paulo: Editora Paulus, 2017.

PEIRCE, Charles Sanders. The fixation of belief. **Popular Science Monthly** 12, p.1-15, nov. 1877.

SANTAELLA, Lucia; NÖTH, Winfried. **Introdução à Semiótica**: passo a passo para compreender os signos e a significação. São Paulo: Paulus, 2017.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso Planejamento e Métodos**, Bookman, 3 edições, 2005.

Vogue Brasil. Disponivel em: link https://vogue.globo.com/ Acesso em: 23 de setembro de 2022.

ECOS DE SIGNOS: REVERBERAÇÕES DA SEMIÓTICA DE ECO E DE PEIRCE EM HISTÓRIAS EM QUADRINHOS[1]

Echoes of Signs: reverberations of Eco and Peirce's semiotics in Comics

ALVES, Thiago Henrique Gonçalves
Mestrando em Comunicação; Universidade Federal do Ceará (UFC)
thiagosenaufc@gmail.com

CALVET, Lya Brasil
Mestranda em Comunicação; Universidade Federal do Ceará (UFC)
lyabcalvet@gmail.com

RESUMO

A interpretação prevê continuidade. Para a semiótica peirceana, o destino natural do signo é se tornar um novo signo em uma mente intérprete. Há um viés cocriativo na interpretação: o signo cresce na interação com quem interpreta. Nos estudos de Umberto Eco, a liberdade interpretativa de quem lê alimenta a definição de leitor-modelo, um agente fruidor que coopera ativamente para completar as elipses da mensagem estética, o que caracteriza o texto como uma máquina preguiçosa (Eco, 1979). Além de prever o preenchimento das lacunas do texto, o leitor-modelo também vivencia e analisa a obra nas presentes condições sociais, culturais e históricas, "produz usos, exercícios imaginativos que conduzem a semiose para além do universo do discurso" (Lopes, 2010, p. 13). Diante dos diálogos que Eco estabelece com Peirce, como no livro *Os Limites da Interpretação* (2015), o trabalho aqui desenvolvido propõe evidenciar as relações entre os autores dentro do contexto das histórias em quadrinhos (HQs).

[1] Trabalho desenvolvido por integrantes do Grupo de Pesquisa Oficina Invisível de Investigação em Quadrinhos (OIIQ), vinculado ao Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal do Ceará (UFC).

Eco reconhece a importância dos estudos semióticos para as obras de arte, incluindo as HQs (2007), e defende uma análise triádica com base no código, no texto e no leitor (2009). Ao observar essa relação, Lucas (2017) utiliza a expressão do autor italiano para definir os quadrinhos como uma "máquina triplamente preguiçosa" (p. 288). Temos por objetivo elencar aproximações e distanciamentos dos autores em seus percursos teóricos e, posteriormente, aplicar esses conhecimentos à produção de uma história em quadrinhos original. O estudo de Lopes (2010) nos auxilia ao destacar a importância, para Eco, do conceito peirceano de abdução. Tipo de raciocínio que gera conjecturas, a abdução é compreendida por Eco como o mecanismo que media a interação do indivíduo com o mundo (Lopes, 2010). Como em uma história de detetive, a relação da pessoa leitora com o texto se dá por meio de uma investigação: quem lê procura pistas, no conjunto de signos postos diante de si, que validem suas interpretações como corretas ou coerentes. Na aplicação prática desta pesquisa, dentro da estrutura flexível dos quadrinhos, pretendemos inserir pistas produtivas que conduzirão a pessoa leitora na construção de múltiplas hipóteses imaginativas. Teremos como resultado uma narrativa curta, povoada por signos sugestivos, que promovam a continuidade do texto para além de si mesmo.

Palavras-chave: semiótica; interpretação; leitor-modelo; abdução.

Referências

ECO, Umberto. **A estrutura ausente**. São Paulo: Perspectiva, 2007.

ECO, Umberto. **Lector in fabula**. São Paulo: Perspectiva, 1979.

ECO, Umberto. **Os limites da interpretação**. São Paulo: Perspectiva, 2015.

ECO, Umberto. **Tratado geral de semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 2009.

LOPES, Marcos Carvalho. Umberto Eco: da "Obra Aberta" para "Os Limites da Interpretação". **Redescrições** – Revista on line do GT de Pragmatismo e Filosofia Norte- Americana. Rio de Janeiro, v. 1, n. 4, 2010.

LUCAS, Ricardo Jorge de Lucena. As contribuições e o legado de Umberto Eco ao campo dos quadrinhos. *In*: SILVA et al (Org.). **Umberto Eco e Narrativas**. Votorantim: Provocare, 2017.

PEIRCE, Charles Sanders in HARDWICK, C. S. (Ed.). **Semiotic and significs**: the correspondence between Charles S. Peirce and Victoria Lady Welby. Bloomington: Indiana University, 1977. p. 161-166.

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica**. 3a ed. São Paulo: Perspectiva, 2005.

ELEMENTOS DE SEMIÓTICA NA ANÁLISE GRÁFICA DE IDENTIDADES VISUAIS[1]

Elements of Semiotics in the Graphic Analysis of Visual Identities

SOUZA, André Antônio de
Mestre em Design; Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ)
asouza@esdi.uerj.br

RESUMO

A análise gráfica constitui uma ferramenta que pode proporcionar aos profissionais do design, domínio da produção vigente e enriquecimento do repertório criativo. Conforme Lima e Carvalho (2012), mostra-se útil incluir na atividade, um processo de decomposição sígnica, visando determinar de que forma as "qualidades visíveis, concretas" dos itens avaliados "sugerem [...] qualidades abstratas", ou seja, "as associações por semelhança que essas qualidades estão aptas a produzir", ainda que não se tratem "de previsões precisas", mas de hipóteses (2012, p. 11), estabelecendo uma análise auxiliada por elementos de semiótica. Nessas avaliações, a partir da tricotomia ao nível do objeto de Peirce (1839-1914), as estratégias empregadas são classificadas enquanto referências icônicas, indiciáticas e simbólicas, a fim de "responder às seguintes questões: a que o signo se refere? A que se aplica? O que ele denota? O que ele representa?" (LIMA & CARVALHO, 2012, p. 11). As estratégias são examinadas, adicionalmente, à luz das categorias universais primeiridade, secundidade e terceiridade[2], preconizadas pelo teórico. Lygia Pape (1927-

[1] A pesquisa apresentada neste resumo faz parte de uma tese de doutoramento em desenvolvimento no Programa de Pós-Graduação em Design da Escola Superior de Desenho Industrial, Universidade do Estado do Rio de Janeiro – PPDESDI/UERJ.

[2] Conforme Nöth (2008), Peirce (1839-1914) considerava os fenômenos a partir dessas três categorias.

2004) é reconhecida como artista. Entretanto, a sua atuação como programadora visual não recebe a mesma atenção. Esta pesquisa realizou uma análise da marca[3] que ela desenvolveu para a Piraquê, com base nos parâmetros supracitados, no âmbito de um estudo que visa ampliar a compreensão sobre o seu trabalho como designer. Para isso, traçou-se um panorama acerca de sua trajetória no campo, seguida da análise. O desenho possui um caráter racional, típico de um período em que as marcas mais destacadas se mostravam associadas à estética. A estrutura exibe um seguimento e duas circunferências, uma maior, e outra menor, posicionada no interior da maior e passando pelo seu centro. Segundo Name (2008), a composição alude à ideia de uma "linha vertical e uma esfera, envolvidas por uma esfera maior" (2008, p. 34), configurando uma tradicional referência icônica à letra "P", inicial do nome da corporação, presente em suas representações anteriores. No entanto, embora contenha outras peculiaridades de caráter icônico, que podem ser associadas às marcas precedentes, a conformação é diferente. Dado que o "interesse que uma mensagem desperta está associado à sua originalidade" (NIEMEYER, 2016, p. 33), ela "contém uma interrogação", algo "imprevisível" que induz os destinatários à reflexão, numa busca constante pela sua compreensão, evidenciando que o projeto procurou proporcionar aos destinatários, certa experiência sígnica de primeiridade, em harmonia com os princípios de atualização gráfica de identidades visuais difundidos por Strunck (2003). Na continuidade da pesquisa serão analisadas outras criações de Pape no campo. Espera-se que as informações geradas possam contribuir

[3] Alguns autores divergem quanto ao significado de determinados expressões utilizadas no campo do desenvolvimento de identidades visuais. Neste resumo a palavra marca deve ser compreendida na acepção de Consolo (2015), como um símbolo, logotipo ou a soma de ambos. Cabe destacar que o termo símbolo, quando considerado sob o ponto de vista da Semiótica possui um sentido mais amplo.

para conferir maior visibilidade à esta produção pouco explorada da artista.

Palavras-chave: Lygia Pape; análise gráfica; semiótica.

Referências

CONSOLO, Cecília. **Marcas:** design estratégico. Do símbolo à gestão da identidade corporativa. São Paulo: Blucher, 2015.

LIMA, Gustavo Barbieri; CARVALHO, Dirceu Tornavoi de. Análise semiótica aplicada às marcas. *In:* **Revista Eletrônica de Administração**. V. 11, n.2, edição 21, jul-dez, 2012.

NAME, Daniela. **Catálogo da Exposição Diálogo Concreto:** Design e Construtivismo no Brasil. Rio de Janeiro: Caixa Cultural, 2008. Disponível em: https://issuu.com/daniname/docs/catalogodialogo. Acesso em 23 set. 2023.

NIEMEYER, Lucy. **Elementos de Semiótica aplicados ao design**. Rio de Janeiro: 2AB, 2016.

NÖTH, Winfried. **Panorama da Semiótica:** de Platão a Peirce. São Paulo: Annamblume, 2008.

STRUNCK, Gilberto. **Como criar identidades visuais para marcas de sucesso:** um guia sobre o marketing das marcas e como representa graficamente seus valores. Rio de Janeiro: Rio Books, 2003.

GRAFFITI E FOTOGRAFIA: LINGUAGENS, EFEMERIDADE E MEMÓRIA

Graffiti and photography: language, ephemerality and memory.

SILVA, Thais Siqueira Santos
Graduanda; Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)
santos.thais@estudante.ufjf.br

BOTELHO, Luana Lage
Graduanda; Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)
luana.botelho@estudante.ufjf.br

CAMPOS, Fernanda de Façanha e
Doutoranda; Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)
fernanda.facanha@estudante.ufjf.br

BRAIDA, Frederico
Doutor; Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)
frederico.braida@arquitetura.ufjf.br

RESUMO
Esse artigo discute o tema da efemeridade da linguagem do *graffiti* suplementada pela fotografia como possibilidade de registro e memória. Por um lado, o *graffiti* possui, como característica, a efemeridade, por outro, a fotografia se trata de um registro memorável. É comum vermos circulando fotografias de *graffiti*, com a intenção de eternizar algo que possui alto grau de perecividade. As reflexões trazidas neste trabalho iniciam-se com a realização da exposição "Um olhar sobre o *graffiti* na UFJF", que teve como base uma oficina durante a "Semana do Calouro" no semestre de 2023.1 na Faculdade de Arquitetura e Urbanismo (FAU), da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). A exposição foi organizada em

setembro de 2023 e contou com 36 fotografias feitas em campo. As intervenções encontravam-se nos prédios Edifício Engenheiro Itamar Franco e no Instituto de Artes e Design (IAD). Um ponto crucial para as reflexões apresentadas foi o apagamento de algumas intervenções registradas na exposição. Questiona-se: de que forma a exposição fotográfica é capaz de representar a linguagem e memória dos *graffiti* realizados na UFJF? O objetivo deste artigo é evidenciar como o registro fotográfico se mostra relevante para a mitigação dos efeitos da efemeridade da linguagem do *graffiti*. A pesquisa apresentada possui caráter exploratório e como fonte de dados informações do campo, por meio das fotografias realizadas na UFJF, e pesquisa bibliográfica em literatura especializada. Lima, Santos e Zafalon (2022, p. 2) consideram o *graffiti* como uma manifestação artística elaborada em espaços urbanos, caracterizando-o como um veículo comunicativo que propõe uma mensagem e linguagem própria. Ferrara (1988, p. 13) afirma que as linguagens e signos expressos por grupos diversos formam as cidades e realizam sua transformação em espaço passível de ocupação e identificação. Campos (2016, p. 56 e 57) entende que apenas uma parcela da população possui o privilégio da visibilidade e da sensação de pertencimento à cidade. O *graffiti* expõe a realidade de grupos, que, a partir da sua invisibilização social, recorrem a essas intervenções urbanas como modo de resistência e autoafirmação. O apagamento ou depredação do *graffiti*, por sua vez, é condicionado ao seu suporte e público. Além de estarem sujeitos a ações climáticas, as cidades sujeitam-se a interferências de qualquer natureza, seja pelos próprios cidadãos ou por instituições, o que confere ao *graffiti* a característica de ser efêmero (Camargo; Vieira, 2015, p. 133). Camargo e Vieira (2015, p. 133) afirmam que o registro fotográfico transforma em documento uma intervenção que pode, porventura, ser apagada. Representando a memória do efêmero, exerce um

papel crucial na construção coletiva das recordações da cidade. No mundo contemporâneo, as redes sociais[1] possibilitam maior alcance de registros, incentivando trocas entre intervenções e o público. Os *graffiti* constituem a cidade como uma galeria de arte, um meio de comunicação "democrática" e "acessível" para "qualquer um" que transite pelo espaço urbano, seja presencialmente ou virtualmente (Prosser, 2005, p. 3 *apud* Camargo; Vieira, 2015, p.139). Verifica-se então, que as intervenções artísticas e os *graffiti*, ainda que apagados, tornam-se memoráveis para a UFJF.

Palavras-chave: Exposição fotográfica; *graffiti*; linguagem.

Referências

CAMARGO, Isaac Antonio; VIEIRA, Camila de Carvalho. A fotografia como registro do efêmero na arte urbana. *In*: **A fotografia na academia**: de formadora de imaginários coletivos a fonte de pesquisas. Paulo César Boni (Org.). Londrina: Midiograf, 2015. p.132-150.

CAMPOS, Ricardo. Visibilidades e Invisibilidades Urbanas. **Revista de Ciências Sociais**, Fortaleza, v. 47, n. 1, p. 49-76, jan./jun, 2016.

FERRARA, Lucrécia. **Ver a cidade:** cidade, imagem, leitura. São Paulo: Nobel, 1988.

LIMA, Fábio Rogério Batista; SANTOS, Plácida Leopoldina Ventura Amorim da Costa; ZAFALON, Zaira Regina. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 28, n. 3, p. 1 – 20, jul. – set. 2022.

[1] A exposição além de seu formato presencial durante o mês de setembro e outubro na FAU, também está disponível no perfil do Instagram "@graffiti.jf", referente ao projeto de Iniciação Científica.

IMAGINATA: A SEMIÓTICA DA ARQUITETURA EM RUÍNA[1]

Imaginata: the semiotics of ruined architecture

SOUZA, Rafael Ferreira de
Doutorando; Universidade Federal do Rio de Janeiro (PROARQ/FAU/UFRJ)
rafael.souza@fau.ufrj.br

RESUMO

A cultura das arquiteturas em ruínas vem passando por uma ruptura de significados nas últimas décadas. Se inicialmente nos séculos XVIII e XIX, seu caráter nostálgico esteve atrelado às imagens idílicas, sublimes e pitorescas, no decorrer dos séculos XX e XXI, as mudanças drásticas na conformação arquitetônica das cidades, juntamente à revolução das lentes ópticas de fotografia, impactaram de modo indelével a cultura visual das imagens de ruínas. Nesse contexto, a fotografia utilizada nos documentários do pós- guerra, já indicava uma nova trajetória da imagética das ruínas; seu aspecto realista desvelava novos signos e, destarte, uma tenra significação da semiótica da ruína (Kushinski, 2016). A fotografia de ruínas iria ainda, encontrar novas transversalidades figurativas com os registros do artista estadunidense Robert Smithson que, na década de 1960, produziu icônico trabalho nos monumentos de Passaic (2011), desvelando as imagens de ruínas, irrompendo em um distinto panorama urbano. Seriam as ruínas reversas, as ruínas industriais, de semblantes opacos, derivadas da engrenagem que sustenta a produção irrefreável das cidades e que encontram em seus extremos, lugares esquecidos, de intensa degradação ambiental e urbana,

[1] Esse texto é parte da pesquisa de tese de doutorado desenvolvida no Programa de Pós-graduação em Arquitetura da Universidade Federal do Rio de Janeiro (PROARQ/FAU/UFRJ) e conta com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

muitas vezes, insolúveis. De semblante soturno, as fotos de Smithson passam por uma mudança cromática e nitidez das imagens de ruínas, que se tornaram cada vez mais presentes em sua alegoria dos séculos XX e XXI. Elas traduzem novos signos e símbolos na imagem das ruínas contemporâneas e, portanto, da semiótica de sua estética. Parábola de um novo tipo de melancolia, fincada em plano oposto ao pitoresco e idílico de tempos passados, gerou o que a autora Nieszczerzewska (2015) chamou de: "a estética de um espaço inestético". No emblemático filme Stalker (1979), do diretor russo Andrei Tarkovski, a imagem de ruínas como cenário da película, traz uma textura e estética para a fotografia particular de seu tempo, em um tratamento onde a luz opaca, componente de sua imagética, comunica uma ambiência sufocante. Mais recentemente, em uma conjuntura de crescente difusão das mídias, no sentido concedido por Santaella (2003) e na explosão da comunicação no contexto digital, a ruína atinge um vórtice em seu espelho de significação. Esse fator se conduz principalmente por meio do ato investigativo em extremidades da cidade e de sua arquitetura, nos lugares desolados e fora dos limites (Garret, 2011, 2014). Com novos cantos, arestas e empenas alçadas pelo corpo na escrita urbana, instando registros inusitados da arquitetura, em uma espécie de *parkour* na exploração de ruínas, o movimento de exploração urbana *urbex* (urban exploration) vem captando imagens assombrosas e distópicas em suas ações de campo. Com fotografias digitais de alta resolução em ângulos singulares, a imagem das ruínas contemporâneas são publicizadas nas mídias e redes digitais, catapultando a histeria hiperbólica do consumo de imagens de ruínas para um novo panorama. Esse cenário, logo, é indicador de uma mudança de paradigma na cultura visual das ruínas. Sugerindo assim uma passagem da ruinologia (Andrade, Barros, Capela, 2016) para a ruinophilia (Boym, 2011) e, portanto, uma transmutação nos

sinais e nas acepções que desenham a semiótica das arquiteturas em ruínas.

Palavras-chave: Arquitetura; Ruína; Imagem.

Referências

ANDRADE, A. L.; BARROS, R. L. D.; CAPELA, C. E. S. (org.). **Ruinologias: ensaios sobre destroços do presente.** Florianópolis: EdUFSC, 2016.

BOYM, S. Ruinophilia: appreciation of ruins. *In:* **ATLAS OF TRANSFORMATION**. [S. l.]: [s. n.], 2011. Disponível em: http://monumenttotransformation.org/atlas-of-transformation/html/r/ruinophilia/ruinophilia-appreciation-of-ruins-s-vetlana-boym.html. Acesso em: 15 ago. 2023.

GARRET, B. L. Assaying history: creating temporal junctions through urban exploration. *In:* **Environment and Planning D: Society and Space**, Londres, v. 29, n. 6, p. 1048- 1067, 2011.

GARRET, B. L. Undertaking recreational trespass: urban exploration and infiltration. *In:* **Transactions of the Institute of British Geographers**. Nova York, v. 39, n. 1, p. 1-13, 2014.

KUSHINSKI, A. Light and the aesthetics of abandonment: HDR imaging and the illumination of ruins. *In:* **Transformations Journal of Media & Culture**, [S. l.], n. 28, p. 1-11, 2016.

NIESZCZERZEWSKA, M. Derelict architecture: Aesthetics of an unaesthetic space. *In:* **Argument – Biannual Philosophical Journal**. v. 5, p. 387-397, 2015.

SANTAELLA, L. **Culturas e artes do pós-humano:** da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

SMITHSON, R. Um passeio pelos monumentos de Passaic, Nova Jersey. *In:* **Arte & Ensaios**, Rio de Janeiro, v. 22, n. 22, p. 162-167, 2011.

STALKER. Direção de Andrei Tarkovski. URSS: Mosfilm, 1979. 1 vídeo (163 min). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=TGRDYpCmMcM . Acesso em: 15 ago. 2023.

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL APLICADA À PROCESSOS DE PROJETO EM ARQUITETURA E URBANISMO[1]

Artificial Intelligence applied to architecture and urbanism design processes

ALVES, Gilfranco
Doutor; Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS)
gilfranco.alves@ufms.br

RESUMO

Em 2023, a humanidade passou a acessar o potencial da Inteligência Artificial (IA) a partir de uma ampla gama de aplicativos e dispositivos digitais. O modo como se projeta em arquitetura está constantemente sendo atualizado, porém, mais do que ferramentas, é fundamental discutir processos de concepção e produção. A arquitetura digital, a qual é fruto de décadas de atualização, desde o advento da computação gráfica e do auxílio dos computadores em processos de projeto, ainda instiga debates no âmago dos meios acadêmicos mais tradicionais, sobre suas vantagens e potencialidades. Em meio a um mar de complexidades e demandas contemporâneas, os mais desavisados se deparam, agora, com o potencial da IA se colocando a serviço dos arquitetos e das arquitetas. Conforme apontado por Mario Carpo, as descrições de Vitrúvio no milenar *Tratado de Arquitetura,* continham instruções por meio de textos, que em muito se assemelham a programações computacionais. Essa noção representa uma importante atualização metodológica na qual a linguagem ocupa papel fundamental, e os significados gerados a partir desse processo resultam em imagens ou signos que também, em

[1] Experiência didática a partir das pesquisas realizadas no grupo de pesquisa **algo+ritmo** da UFMS, assim como nos experimentos realizados com o **Midjourney** e publicados no Instagram da conta gilfrancos_dream.

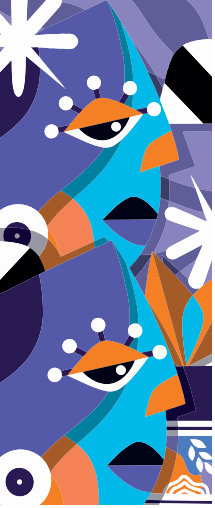
sua dimensão, representam um novo saber-fazer em relação aos projetos. Descrições, e não diagramas, passam a organizar a concepção mais inicial, os *insights* que geram representações das obras futuras que estariam por vir. Este artigo discute e analisa algumas características dos processos de concepção em arquitetura e urbanismo com o auxílio da IA, mais especificamente, do *Midjourney.* Pretende estabelecer relações entre os significados contidos nos textos inseridos no *prompt* do aplicativo e as imagens por ele geradas. Busca ainda analisar de que modo a Semiótica de Peirce e a Cibernética de Segunda Ordem nos fornecem perspectivas para a compreensão deste processo de projeto e passam a estruturar um método possível. Por fim, propõe algumas reflexões sobre como a tecnologia pode ajudar a criar um imaginário rico de informações e estratégias para um futuro mais integrado à natureza, abandonando o antropocentrismo e visando uma redução da velocidade da entropia, o que contribuiria para ampliar a permanência humana no planeta.

Palavras-chave: Inteligência Artificial, Projeto de Arquitetura, Semiótica Peirceana.

Referências

CARPO, Mario. **The Alphabet and the Algorithm**. Cambridge: MIT, 2011.

VITRÚVIO. **Tratado de Arquitetura**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.



INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL GENERATIVA E OS SABERES CIENTÍFICOS

Generative Artificial Intelligence and Scientific Knowledge

FREIRE, Wendel
Doutor em Educação, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ)

SANTOS, Edméa
Doutora em Educação, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ)

RESUMO
Inteligências artificiais generativas, especialmente aquelas baseadas em modelo de processamento de linguagem natural, que tentam emular a linguagem natural humana, são objeto deste artigo. Apresentam-se questões críticas e, sobretudo, estratégias para o desenvolvimento e a performance dos saberes científicos. Estão presentes a engenharia de *prompt*, como modo de utilizar a interface e de aumentar a produtividade do pesquisador a partir dos resultados mais assertivos obtidos com a técnica, e uma série de usos próprios da pesquisa científica possíveis na utilização da interface.

Palavras-chave: Inteligência Artificial Generativa. Engenharia de prompt. Saberes científicos.

Referências

ARIFIN, Yeasin. **GPT 4**: a 100 trillion parameter ChatGPT. Medium, 19 de fevereiro de 2023. Disponível em: <https://medium.com/@yeasinarifin/gpt-4-a-100-trillion-parameter--chatgpt-84cbb2110967>. Acesso em 13 de maio de 2023.

BENDER, Emily M.; GEPRU, Timnit; MCMILLAN-MAJOR, Angelina; SHMITCHELL, Shmargaret. (2021). **On the Dangers of**

Stochastic Parrots: Can Language Models Be Too Big? Disponível em: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/3442188.3445922>. Acesso: 02 de maio de 2023.

BOSTROM, Nick. **Superinteligência**: caminhos, perigos e estratégias para um novo mundo. Rio de Janeiro: DarkSide Books, 2018.

BOZKURT, Aras. (2023). Generative artificial intelligence (AI) powered conversational educational agents: the inevitable paradigm shft. **Asian Journal of Distance Education**. N° 18. P. 198-204. Disponível em: <https://doi.org/10.5281/zenodo.7716416>. Acesso em 19 de abril de 2023.

CORREIA, Ana-Paula. **Is ChatGPT the new buzz in Higher Education**. Ana-Paula Correia, 15 de março de 2023. Disponível em: <https://www.ana- paulacorreia.com/anapaula-correias-blog>. Acesso em 14 de maio de 2023.

CORREIA, Ana-Paula *et al.* **ChatGPT Webinar Series**. STC, LED & DELT, 8 de maio de 2023. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=vxmPyFvEiCo>. Acesso em 16 de maio de 2023.

CHOMSKY, Noam. **ChatGPT contra o pensamento crítico**. Entrevista cedida a NETO, Ivo; PEQUENINO, Karla. Outras Palavras, 2 de maio de 2023. Disponível em: <https://outraspalavras.net/tecnologiaemdisputa/chomsky-o-chatgpt-contra-o- pensamento-critico/>. Acesso em 04/05/2023.

CHOMSKY, Noam; ROBERTS, Ian; WATUMULL, Jeffrey. The **False Promise of ChatGPT**. The New York Times, 8 de maio 2023. Opinion. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2023/03/08/opinion/noam-chomsky-chatgpt-ai.html>. Acesso em 10 de maio.

SANTAELLA, Lucia. A onipresença invisível da inteligência artificial. *In:* SANTAELLA, Lucia (Org.). **Inteligência artificial & redes sociais**. São Paulo: EDUC, 2019.

VIRILIO, Paul. **O espaço crítico**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

XAVIER, Fabio. **Como utilizar o ChatGPT nas organizações**. MIT Technology Review Brasil, 21 de março de 2023. Inteligência Artificial. Disponível em: <https://mittechreview.com.br/como-utilizar-o-chatgpt-nas-organizacoes/ >. Acesso em 25 de março de 2023.

INTERAÇÃO SEMIÓTICA E ANTROPOSOFIA: UMA REFLEXÃO SOBRE AS MEDIAÇÕES DIDÁTICAS DO ENSINO DA ARTE

Semiotic and Anthroposophy interaction: a reflection on the didactic mediations of art teaching

BIANCHINI, Talitha
Doutoranda em Educação; Universidade Federal do Paraná
(UFPR talibianchini@hotmail.com

RESUMO

Reflexionar sobre as artes e suas potencialidades em ambientes educacionais, sempre fez parte de uma preocupação pessoal enquanto docente do ensino médio técnico e tecnológico federal do Brasil. Visto que muitas propostas educacionais revelam fazeres automatizados e sem fundamentação e restringem o fazer artístico, ao emprego de técnicas para execução de um projeto descontextualizado, sem qualquer relação com as possibilidades que as linguagens artísticas oportunizam no desenvolvimento do ser, inquietações e questionamentos surgem, ao pensar na arte como pilar dos processos de aprendizagem dos indivíduos. Mudanças nas estruturas econômicas, políticas, culturais, sociais e tecnológicas afetam e imprimem desafios que a humanidade vem experimentando. Transformações em um ritmo acelerado, com estruturas que não duram muito tempo e são incapazes de se solidificar, nos colocam à mercê de incertezas onde conteúdos prontos e massificados acabam tendo um papel na formação – ou (de) formação – do que de emancipação dos sujeitos. Na esperança de dar voz a esses pensamentos e ressignificar como atuar numa sociedade que exige pessoas sensíveis as novas linguagens e com maior consciência coletiva, consideramos a potência da arte enquanto meio de comunicação e expressão,

linguagem unificadora e sígnica. Desse modo, problematizar como o ensino da arte pode ser compreendido como proposta de desenvolvimento de conhecimento e autoconhecimento para a produção de sentido, através das perspectivas de pensadores que pautam suas filosofias na cognição e na compreensão dos fenômenos, que permeia contextos únicos e individualíssimos, nos levaram a Rudolf Steiner e Charles Sanders Peirce. Ambos, influentes propositores de áreas de interesse particulares, apresentam contribuições distintas e abordam questões filosóficas e epistemológicas acerca do pensamento em geral e a partir de fundamentos fenomenológicos, o que nos leva a buscar intersecções relacionadas à esta perspectiva de pesquisa. Reflexionar sobre o pensamento é premissa básica que compreende estes pensadores. Seja para categorizar as consignas relativas ao caminho cognitivo, seja sobre o intuir espiritual nem sempre explicito. Steiner e Peirce se debruçam sobre as complexidades do pensar humano e incitam reflexões sobre os processos elementares para a formação e a evolução dos indivíduos. Ambos com visões monísticas, eles corroboram em suas percepções de mundo e da realidade, mantendo em essência, pressupostos similares. Tomam a ciência real e condizente ao que sabiamente devemos compreender em sua totalidade, enquanto mantêm-se abertos as possibilidades de erro (falibilismo e falibilidade) que sustentam a aceitação das falhas humanas. Relacionam experiências e fenômenos de maneira ativa e dinâmica levando-os a uma compreensão macro sobre o conhecer dos seres humanos e a valiosa integração de saberes para o desenvolvimento dos sentidos mais profundos e singulares dos sujeitos. Todo esse breve trajeto ontológico e epistemológico perante ambos faz reflexionar e analisar suas contribuições para uma educação voltada ao conhecimento, ao autoconhecimento e à produção de sentido visando uma formação condizente ao momento em que vivemos onde o indivíduo encontra-se à

mercê de conteúdos prontos e massificados e que pouco contribuem para seu desenvolvimento pleno e abrangente.

Palavras-chave: Conhecimento; autoconhecimento; produção de sentido.

Referências

BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Tradução de: DENTZIEN, P. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

PEIRCE, C. S. **Semiótica e Filosofia**. São Paulo: Cultrix, Editora da Universidade de São Paulo, 1975.

PEIRCE, C. S. **Semiótica.** São Paulo: Perspectiva, 2015.

PEIRCE, C. S. **The Collected Papers *of Charles Sanders Peirce*.** reproducing Vols. I- VI ed. Charles Hartshorne and Paul Weiss (Cambridge, MA: Harvard University Press, 1931-1935), Vols. VII-VIII ed. Arthur W. Burks (same publisher, 1958), 1994.

SANTAELLA, L. **O que é semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 2007. SANTAELLA, L. **Semiótica aplicada**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

STEINER, R. **A filosofia da liberdade: f**undamentos para uma cosmovisão moderna resultados da observação interior segundo o método das ciências naturais. Curitiba: Juruá, 2022.

STEINER, R. **A filosofia da liberdade: fundamentos para uma filosofia moderna:** resultados com base na observação pensante, segundo o método das ciências naturais. São Paulo: Antroposófica, 2008.

STEINER, R. **A metodologia do Ensino:** e as condições de vida do educador. São Paulo: Antroposófica, 2014.

INTERVENÇÃO ONLINE APLICADA ÀS DIFICULDADES/ TRANSTORNOS DE APRENDIZAGEM MATEMÁTICA[1]

Online intervention applied to Mathematics Learning Difficulties/ Disabilities

WAUKE, Ana Paula Toome
Doutora em Psicologia; Instituto Federal do Paraná (IFPR)
anapaula.wauke@gmail.com

PIZZINATO, Adolfo
Doutor em Psicologia; Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)
adolfopizzinato@hotmail.com

RESUMO

Observando nossa cultura, percebe-se a necessidade de pensamento matemático e os processos cognitivos associados. Principalmente quando observa-se todas operações comerciais, além da própria escola. Não só se apresentando inserida na cultura, mas indo além, a matemática possui características específicas, sendo necessária a aprendizagem durante anos, tanto na escola quanto no cotidiano, indo além de algo apenas numérico. Entretanto, pelo próprio desempenho baixo que o Brasil tem apresentado em provas nacionais e internacionais de matemática, torna-se perceptível a necessidade de haver mais atuação em intervenções que atuem no desenvolvimento dessas habilidades, de modo a também incluir elementos socioemocionais. O presente trabalho se desenvolveu por meio de uma pesquisa de doutorado onde envolveu desenvolvimento, aplicação e avaliação de uma in-

[1] Pesquisa desenvolvida com base na experiência pessoal clínica, método da consciência sígnica e pesquisa de doutorado em Psicologia na UFRG. Agradecimento especial à Regina Camillo que trouxe a base do método da consciência sígnica, possibilitando o desenvolvimento desse trabalho. Agradecimento ao IFPR, que me proporcionou o afastamento.

tervenção que atuasse nas dificuldades ou transtornos específicos da aprendizagem em matemática (DSM-V) associado aos aspectos socioemocionais. A intervenção tem o embasamento teórico na semiótica peirceana, no modelo bioecológico de Bronfenbrenner e na perspectiva sócio-cultural de Vygotsky. No entanto, a pesquisa partiu da experiência clínica e docente da pesquisadora e do método da consciência sígnica proposto pela fonoaudióloga Regina Camillo. Camillo desenvolveu um método de intervenção para dificuldades e transtornos específicos da aprendizagem de leitura e escrita. Com base no método de Camillo foi feita a analogia para se trabalhar com a matemática enquanto linguagem. A pesquisa envolveu intervenção em seis estudos de caso selecionados por encaminhamento da clínica da UFRGS e da clínica Semear em Porto Alegre. O trabalho se iniciou após aprovação do Comitê de Ética, assinatura dos termos de consentimento e assentimento dos participantes, com avaliação pré-intervenção e anamnese. Ao final foi realizada o teste pós-intervenção. Os instrumentos utilizados foram testes para a análise da matemática enquanto linguagem, escalas de bem-estar e satisfação escolar, teste de habilidades sociais, questionário sócio-demográfico, Child Behavior Checklist (CBC). Ao longo do processo, foram coletadas informações para a análise processual de anotações em cadernos de campo, avaliações escolares, cadernos escolares e da intervenção, além das gravações em video e áudio. A intervenção envolveu atuação no participante e na família, e em alguns casos foi possível conversar com a professora. O trabalho foi realizado durante a pandemia, desta forma não foi possível o contato outros professores. A intervenção teve início de modo presencial, sendo adaptada para o on-line. A análise foi realizada por meio do método misto que faz uso da estratégia incorporada concomitante, onde dados quantitativos são utilizados dentro de dados qualitativos. A intervenção traz uma perspecti-

va da matemática enquanto linguagem e atua nas diversas formas de representação dos conceitos. Os encontros eram semanais com orientações esporádicas aos responsáveis, havendo também tarefas para casa. Os resultados foram promissores numa visão processual sistêmica, visto que ocorreu em meio a uma pandemia. Em síntese, os melhores casos se apresentaram quando houve melhor adesão dos pais e maior organização da família para que fossem realizadas as atividades complementares. Todos apresentaram melhora no raciocínio lógico. Há a necessidade de expansão da pesquisa para mais casos.

Palavras-chave: Intervenção matemática; linguagem matemática; semiótica.

Referências

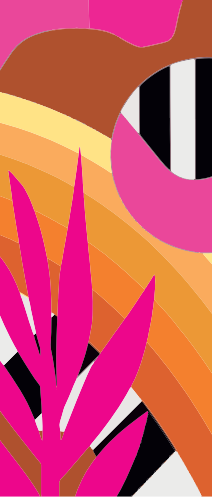
CAMILLO, R. C. A significação nos processos de leitura e escrita: uma proposta elaborada a partir da experiência clínico-fonoaudiológica. **Dissertação de Mestrado não publicada.** Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo. 1997.

WAUKE, A. P. T., BEDIN, L., & PIZZINATO, A. (2023). Online psycho-educational intervention in mathematical learning difficulties. **International Journal of Technology in Education and Science (IJTES)**, v.7, n. 1, p. 30-56. Jan. 2023.

WAUKE, A. P. T. Desenvolvimento, Implementação e Avaliação de Intervenção em Dificuldades de Aprendizagem Matemática sob a Perspectiva Sociocultural, Semiótica e Bioecológica em Contexto de Pandemia. **Tese de doutorado não publicada.** Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Porto Alegre, 2022.

CRESWELL, J. W. (2013). **Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods (4th ed.)**. New York: Sage, 2013.

SANTAELLA, L. **Semiótica Aplicada (2a. ed.)**. São Paulo: CENGAGE, 2018.



METAFICÇÃO E TRADUÇÃO INTERSEMIÓTICA NA MINISSÉRIE 'DICKINSON' (2019-2022)

Metafiction and Intersemiotic Translation in the miniseries 'Dickinson' (2019-2022)

SALES, Adriana dos S.
Dra.; Centro Federal de Educação Tecnológica (CEFET-MG)
drixsales@gmail.com

RESUMO

A minissérie "Dickinson" (2019-2022) exemplifica a tradução intersemiótica ao adaptar a obra literária da poeta do século XIX, Emily Dickinson, para o formato audiovisual. Nesse processo, os poemas e a vida da autora foram traduzidos do meio literário para o audiovisual, mantendo sua essência poética, enquanto exploravam recursos visuais e sonoros modernos. A série adota uma abordagem de metaficção, destacando sua natureza construída e a interação entre realidade e ficção. Isso ilustra que a tradução intersemiótica não é uma mera transposição, mas sim uma reinterpretação criativa que permite novas explorações da obra original. Essa forma de tradução reconhece a singularidade das linguagens visual e textual, incentivando a criatividade e troca entre elas por meio da conversão de signos. A definição de adaptação proposta por Linda Hutcheon também se encaixa nesse contexto, pois envolve a aquisição de significados através de uma reinterpretação criativa. A estética da minissérie não apenas reflete o período histórico de Emily Dickinson, mas também incorpora elementos contemporâneos para atrair o público atual. Essa fusão de elementos históricos e modernos ilustra como a tradução intersemiótica pode acompanhar a evolução das tecnologias e estéticas audiovisuais ao longo do tempo. Este estudo baseia-se em uma abordagem interdisci-

plinar que combina conceitos da teoria da tradução intersemiótica e da teoria da adaptação literária e audiovisual. A tradução intersemiótica, conforme descrita por autores como Roman Jakobson e Linda Hutcheon, refere-se ao processo de conversão de signos de um meio artístico ou linguístico para outro, permitindo a transferência de significados e a criação de novas interpretações. A adaptação, conforme Hutcheon, é uma forma de tradução intersemiótica que envolve a reinterpretação criativa de uma obra original em um novo contexto. Além disso, este estudo incorpora conceitos relacionados à metaficção, conforme definido por Linda Hutcheon, que se concentra na autorreflexividade e na exploração das fronteiras entre realidade e ficção em obras culturais. A série "Dickinson" utiliza essa abordagem metaficcional para destacar sua própria construção narrativa e a interação entre os elementos fictícios e os aspectos biográficos da vida da escritora.

Palavras-chave: Intersemiótica; Dickinson; Metaficção.

Referências

HUTCHEON, L. **Uma teoria da adaptação**. Trad. André Cechinel. Florianópolis: Ed. da UFSC. 2011.

JAKOBSON, R. **Linguística, Poética e Cinema**. São Paulo: Perspectiva. 2007. JAKOBSON, R. **Linguística e Comunicação**. São Paulo: Cultrix. 1976.

PLAZA, J. **Tradução Intersemiótica**. São Paulo: Perspectiva. 2003.

METAVERSO: POSSIBILIDADES SONORA E EM REALIDADE AUMENTADA[1]

Metaverse: sound and augmented reality possibilities

PERNISA JÚNIOR, Carlos
Doutor; Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)
carlos.pernisa@ufjf.br (Orientador)

SOUZA, Lucas Santos Silva de
Estudante de Graduação do Curso de Rádio, TV e Internet; Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)
lucassantos.silva@estudante.ufjf.br

MARRAZZO, Ana Clara Fernandes
Estudante de Graduação do Curso de Rádio, TV e Internet; Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)
ana.marrazzo@estudante.ufjf.br

SANTOS, Ana Beatriz Ferreira de Oliveira dos
Estudante de Graduação do Curso de Rádio, TV e Internet; Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)
anabeatriz.santos@estudante.ufjf.br

RESUMO

O conceito de Metaverso não é recente, visto a grande quantidade de modelos que representam a ideia de como ele poderia ser. Como exemplo, observa-se alguns simuladores de vida e jogos de mundo aberto, como *The Sims* ou *Minecraft*. Porém, após as investidas de Mark Zuckerberg e de sua empresa, que até passou a se chamar "Meta", criou-se uma ideia de que um metaverso ideal precisaria obedecer às ideias do dono da antiga Facebook. A ideia de criação de um metaver-

[1] Pesquisa de iniciação científica da Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-graduação (PROPP/UFJF).

so nos moldes de Zuckerberg – chamado pelo professor da Universidade de Nova York, Scott Galloway, de "Zuckerverse" – foi encontrando obstáculos, principalmente para desenvolver os equipamentos que seriam cruciais nessa empreitada. Como exemplo, os óculos de Realidade Virtual (VR) desenvolvidos pela empresa que, além de caros, poderiam causar danos à saúde, após longos turnos de uso. Com isso, fez-se necessário pensar tecnologias e ideias capazes de tornar uma proposta de metaverso mais acessível. Uma das alternativas para conceber um metaverso seria o que Scott Galloway chamou de "Appleverse", e que busca a criação de um espaço equivalente ao metaverso, utilizando dispositivos da Apple para a entrada e circulação no mesmo, com os aparelhos da marca – principalmente os fones de ouvido, *smartphones* e *smartwatches* – podendo ser conectados entre si. Ainda é possível imaginar um metaverso que tende majoritariamente para o aspecto sonoro, algo que vem sendo estudado pelo Laboratório de Mídia Digital (LMD) da Universidade Federal de Juiz de Fora, que visa a criação de um Metaverso Sonoro. Para isso, seria necessário o desenvolvimento de uma paisagem sonora, algo que seria mais barato do que criar um cenário tridimensional visual para óculos de Realidade Virtual, por exemplo. Ao baratear custos de desenvolvimento, o preço a ser passado ao usuário também seria menor, visto que um fone de ouvido que pode utilizar tecnologia binaural, para simular um ambiente em três dimensões, seria mais acessível economicamente. Falando ainda de acessibilidade, tanto em valores como em equipamentos, uma nova possibilidade que poderia pautar a criação de um metaverso seria a incorporação da Realidade Aumentada (AR), já difundida em jogos, como *Pokémon Go.* Pensar em algo assim seria abrir as portas para o grande público, pois para sua utilização só seria necessário um *smartphone* com uma câmera de qualidade mediana, algo que a maioria desses aparelhos já possui, não

sendo necessário um gasto para desenvolver um ambiente virtual e nem um novo dispositivo. Isso seria também mais sustentável, com menos prejuízos ao meio-ambiente, visto que não seriam necessários desenvolvimento de espaços tridimensionais, com alto consumo de energia, o que agride o planeta. A metodologia envolve pesquisa bibliográfica e documental, de caráter exploratório, visando encontrar possibilidades de se projetar um ambiente imersivo. Como resultados possíveis, pensar alternativas que sejam socioeconomicamente e sustentavelmente mais viáveis é parte fundamental do processo, buscando desenvolver um metaverso funcional, já que o ideal da Meta parece indicar, no momento, para um provável insucesso.

Palavras-chave: Comunicação; metaverso; imersão; som; realidade aumentada.

Referências

APPARENTLY, it's the next big thing. What is the metaverse? *In:* **BBC**, 2021. News. Disponível em: https://www.bbc.com/news/technology-58749529. Acesso em: 20 set. 2023.

FEITOSA JR., Alessandro. O que é o metaverso, apontado como o futuro do Facebook por Mark Zuckerberg. *In:* **G1, Tecnologia**, 2021. Disponível em: https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2021/10/28/o-que-e-o-metaverso-apontado-como-o-futuro-do-facebook-por-mark-zuckerberg.ghtml. Acesso em: 20 set. 2023.

KLEINA, Nilton. Metaverso: saiba tudo sobre a aposta futurista do Facebook. *In:* **Tecmundo**, 2021. Disponível em https://www.tecmundo.com.br/mercado/227248-metaverso-saiba-tudo-aposta-futurista-facebook.htm. Acesso em: 20 set. 2023.

METAVERSO: tudo sobre o mundo virtual que está chamando a atenção dos investidores. *In:* **Infomoney**, 2022. Disponível em https://www.infomoney.com.br/guias/metaverso/. Acesso em: 20 set. 2023.

META Quest 2, óculos de realidade virtual, recebeu um grande aumento em seu preço. *In:* **Hardware.com.br**, 2022. Disponível em https://www.hardware.com.br/noticias/2022-07/meta-quest-2-oculos-de-realidade- virtual-recebeu-um-grande-aumento-em-seu-preco.html. Acesso em: 20 set. 2023.

NADALE, Marcel. 5 problemas dos óculos de RV e o que a Meta está fazendo para resolvê-los. *In:* **Tilt, UOL**, 2022. Disponível em https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2022/06/20/5-problemas-dos-oculos-de-rv- e-as-inovacoes-da-meta-para-resolve-los.htm. Acesso em: 20 set. 2023.

NAÍSA, Letícia. Facebook muda nome para Meta e anuncia investimento em metaverso e RV. *In:* **Tilt, UOL**, 2021. Disponível em https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2021/10/28/facebook-lanca-o-metaverso- veja-as-novidades.htm. Acesso em: 20 set. 2023.

PALMEIRA, Carlos. Facebook: mudança de nome pode 'limpar a barra' da empresa? *In:* **Tecmundo**, 2021. Disponível em: https://www.tecmundo.com.br/mercado/227455- facebook--mudanca-nome-limpar-barra-empresa.htm. Acesso em: 20 set. 2023.

PONTUSCHKA, Maurício Nacib. Elementos de paisagens sonoras nos metaversos. **Teccogs**: revista digital de tecnologias cognitivas. Ano 1, v. 2, jul/dez 2009. Disponível em https://www4.pucsp.br/pos/tidd/teccogs/dossies/2009/edi-

cao_2/2_4- elementos_paisagens_sonoras_nos_metaversos-mauricio_nacib-pontuschka.pdf. Acesso em: 20 set. 2023.

YOUTUBE. **Provocative Predictions with Scott Galloway - SXSW 2022.** 2022. Disponível em https://youtu.be/zRcl77pnbgY. Acesso em: 20 set. 2023.

MÉTODO DA CONSCIÊNCIA SÍGNICA: UMA ABORDAGEM SEMIÓTICA PARA O TRATAMENTO DA DISLEXIA E OUTROS TRANSTORNOS DA LEITURA E ESCRITA

Sign Consciousness Method: A Semiotic approach for the treatment of Dyslexia and other Reading and Writing Disorders

CAMILLO, Regina Celia
Mestre em Psicologia da Educação; Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUCSP)
regina.camillo@uol.com.br

RESUMO

Em 1981, graduei-me em Fonoaudiologia pela UNIFESP. Dentre os objetos de estudo desta ciência temos a Linguagem Humana e a Comunicação. No ano seguinte à minha formação, iniciei pesquisa de investigação clínica junto aos pacientes que apresentavam quadro de Dislexia, Transtorno de Aprendizagem, de Leitura e Escrita, necessidades especiais, com queixa de dificuldades escolares, relacionadas aos processamentos da leitura, da escrita e alfabetização. Em 1987, partindo das análises sistemáticas dos procedimentos do dia a dia clínico e estudos dos resultados do banco de dados dos primeiros 6 anos da pesquisa, propus um procedimento sistemático metodológico, utilizando a Linguagem Gráfico-grafêmica para as abordagens clínicas junto a estes pacientes, tendo como base teórica a Semiótica Peirceana, a Fonoaudiologia, a Linguística e o Sócio-Interacionismo de Vygotsky. Nesta fase da pesquisa, iniciei a divulgação desse método na forma de cursos, apresentação em simpósios, congressos de Fonoaudiologia, Pedagogia, Educação Especial tanto no Brasil quanto em outros países, cujo intuito foi trazer interlocutores e debates para a ampliação do tema. Em 1997, esta proposta

metodológica e os resultados clínicos foram apresentados na forma de dissertação de Mestrado – *A Significação nos Processos de Leitura e Escrita: Uma Proposta Elaborada a Partir da Experiência Clínico-Fonoaudiológica*, na PUC, São Paulo. Esta dissertação descortinou 15 anos de pesquisa, tendo como parâmetro os resultados dos procedimentos terapêuticos em 100 pacientes, sendo escolhidos 7 casos clínicos para análise pormenorizada. Esta metodologia atualmente é denominada *Método da Consciência Sígnica* e trabalha os aspectos semióticos da cognição humana, através de técnicas que utilizam a linguagem gráfico-grafêmica a partir do código gráfico e léxico do português do Brasil. Dentre os aspectos que tem chamado atenção, destacam-se o quanto as terapias que utilizam a Linguagem Gráfico-grafêmica na forma manuscrita, cursiva exerce um papel fundamental nas relações de desenvolvimento e aprendizagem. E, o quanto as terapias que utilizam a leitura e a escrita tem contribuído no desenvolvimento, na transformação dos processamentos cognitivos dos pacientes, independente de apresentarem problemas de leitura e escrita. O signo é o mediador dos conteúdos, da significação, a matéria-prima do pensamento, da cognição, ao mesmo tempo, em que é o mediador das expressões ou dos diferentes tipos de linguagem, da comunicação. Compreender a cognição e a comunicação gráfica pressupõe interpretar sistemas específicos de signos que, em síntese, são os mediadores deste tipo particular de expressão. O signo gráfico é um tipo específico de signo em que a forma utilizada de interação, expressão e recepção é a Linguagem Gráfica. Desenhos, letras, números, gráficos, traçados, gravuras, notas musicais, esculturas, filmes, fotos, pinturas, entre tantas outras formas de sinais, são exemplos de signos que mediam tipos específicos de linguagem e comunicação gráfica. O signo gráfico-grafêmico é um tipo particular de signo gráfico mediado por traçados chamados grafemas, sendo eles as letras, os números, os sinais ma-

temáticos e de pontuação. O *Método da Consciência Sígnica* visa o desenvolvimento, compreensão, utilização, aprimoramento deste tipo específico de Linguagem na prática clínica e pedagógica, visando o aprimoramento da leitura e escrita, base de uma cidadania mais consciente.

Palavras-chave: Consciência Sígnica; sígno gráfico-grafêmico; Linguagem Gráfico-grafêmica

Referências

CAMILLO, R, C. A Significação nos Processos de Leitura e Escrita: Uma Proposta elaborada a partir da Experiência Clínico-Fonoaudiológica. **Tese de Dissertação de Mestrado**, São Paulo, PUC, 1997.

CAMILLO,R,C. La Significación de los Procesos de Lectura y Escritura: Una Propuesta elaborada a partir de una experiencia Clínica Fonoaudiológica. *In:* II Congreso Iberoamericano de Educación Especial e VI Conferência Científica Latinoamericana de Educación Especial**. Anais do II Congreso Iberoamericano de Educación Especial e VI Conferência Científica Latinoamericana de Educación Especial.** Havana, Cuba, 1997, p.109 – 126.

ECO, U. **Signo.** Barcelona: Labor S.A, 1980

LEMLE, M. **Guia Teórico do Alfabetizador.** São Paulo: Editora Ática, 1991. PEIRCE**,** C, S. **Semiótica.** São Paulo: Editora Perspectiva, 1995.

SANTAELLA**,** L. **O que é Semiótica.** São Paulo: Editora Brasiliense, Coleção Primeiros Passos: 103, 1983.

VYGOTSKY, L, S**; A Formação Social da Mente: O Desenvolvimento dos Processos Psicológicos Superiores.** São Paulo: Editora Martins Fontes, 1989.

NOVOS MODOS DE PRODUÇÃO E AUTORIA[1]

New modes of production and authorship

ALMEIDA, Christiane Camara de
Doutora em Design (PUC-Rio)
titanigridesigner@gmail.com

NOJIMA, Vera Lucia
Doutora em Arquitetura e Urbanismo; (PUC-Rio)
nojima@puc-rio.br

RESUMO

O design editorial narrativo caracteriza-se por projetos integrais que constroem as narrativas multissensoriais por diversas linguagens, desenvolvidos pelo escritor lado-a- lado com o designer, desde as fases iniciais. Esse processo gera grande envolvimento do designer e exige de ambos esforço intelectual, capacidade criativa e técnica, podendo ser considerado como coautoria. O tema – a coautoria entre designer e escritor na produção de livros de design editorial narrativo – suscita reflexões relevantes. Em sua trajetória, o Design tem passado continuamente por mudanças de paradigmas. Nas últimas décadas, a explosão do meio digital transformou profundamente a economia, a política e a paisagem social e cultural, trazendo novas questões para o designer editorial. O surgimento da internet e de diferentes tecnologias de informação e comunicação vieram facilitar o uso de ferramentas de criação e de produção, mudando o cenário unilateral de transmissão da mensagem para um ambiente descentralizado e interativo. Essas mutações alteram a maneira com a qual lidamos com os projetos, nos relacionamos com outros

[1] Conteúdo baseado na tese Design Editorial Narrativo – compartilhando novos modos de produção e autoria, de Christiane Camara de Almeida, com orientação de Vera Lucia Nojima.

profissionais, com clientes e com a população em geral. Nesse cenário, o designer passa a explorar as diferentes tecnologias e a participar ativamente na produção de artefatos multissensoriais, desde a concepção até a finalização – as narrativas construídas por todo esse processo têm importância distinta no discurso dos produtos editoriais. Consequentemente, o campo do Design vem agregando novas disciplinas e práticas, ampliando-se como área do conhecimento e colocando as questões sobre autoria no Design no âmbito dos grandes debates sobre o assunto. Portanto, o objetivo do artigo é fazer uma reflexão sobre a questão da autoria no design editorial diante das recentes mudanças tecnológicas. Por meio de uma revisão bibliográfica e entrevistas direcionadas, o artigo apresenta e comenta ideias de designers, teóricos e ilustradores relacionados a esse tema, para demonstrar que na era da inteligência artificial, torna-se ainda mais fundamental revisar os parâmetros que guiam as questões que possam promover a coautoria. É do interesse do Design posicionar-se proativamente diante dos cenários em constante evolução.

Palavras-chave: design editorial; narrativa não-verbal; autoria.

Referências

ALMEIDA, C. C. (2018). S. – O navio de Teseu, navegando pelo design das narrativas integradas. PUC-Rio.

ARMSTRONG, Helen (2009). Graphic Design Theory, Readings from the field, a design theory guide. Princeton Architectural Press

BARTHES, Roland (2004). Rumor da Língua. Editora Martins Fontes.

BEIRUT, Michael; DRENTTEL, Willian; HELLER, Steven (2006). Looking Closer 5. Allworth Press, New York.

BJØRNARD, K., & MUIR, L. M. (2011). In LUPTON. Indie publishing: A produção de um livro independente, um guia para autores, artistas e designers. (E. Lupton, Ed.) São Paulo: Rosari.

BRAIDA, Frederico; NOJIMA, Vera. (2014a). Por que Design é linguagem? Rio de Janeiro, Brasil: Rio Books; Faperj.

BRINGHURST, Robert (2018). Efeitos do estilo tipográfico, versão 4.0. Editora Ubu. BRUNER, Jerome (1997a). Atos de significação. Editora Artes Médicas.
_____. (1997b). Realidade mental, mundos possíveis. Editora Artes Médicas.

BURDICK, Anne (1993). What has writing got to do with design?. Eye Magazine, no 9, winter. Disponível em: http://www.eyemagazine.com/opinion/article/what-has-writing-got-to-do-with-design

CARDOSO, Rafael Denis (2008). Uma introdução à história do design. Editora Blucher.
_____, (1998). Design, Cultura Material e o fetichismo dos objetos. In Arcos Design Volume 1, número único, p.14-39

CAUDURO, F. V. (1998). Desconstrução e tipografia digital. In Arcos Design Volume 1, número único, p.77-101

CHARTIER, R. (2014). O que é um Autor?: Revisão de uma Genealogia. São Carlos: EdUFSCar. CHARTIER, R. (1998). A aventura do livro: do leitor ao navegador. São Paulo: Fundação Editora da INESP.

FERRARA, L. (2001). Leitura sem palavras. Editora Ática.

FORTY, Adrian. (2008). Objetos de desejo. Design e sociedade desde 1750. CosacNaify.

GANCHO, Cândida Vilares (2002). Como analisar narrativas. Série Princípios, Editora Ática.

HELLER, S. (2000). Reputations: Bruce Mau. Eye Magazine, no 38, winter,2000. Disponível em: http://www.eyemagazine.com/feature/article/reputations-bruce-mau, acessado em 05/10/2021.

HESKETT, J. (2008). Design. Ática.

KRIPPENDORFF, K. (2018). Projetando sociabilidades: o discurso do design e seus impactos. iDeia Design Magazine-book, 2 64-71. Retrieved from https://repository.upenn.edu/asc_papers/603

LINDEN, S. V. (2014). Para ler o livro ilustrado. Cosac Naify.

LUPTON, E.; MILLER A. (2011). Design, Escrita, Pesquisa: A Escrita no Design Gráfico. Editora Bookman.
_____. (1998). Designer as a producer. Disponível em: elupton.com/2010/10/the-designer-as-producer; Acessado em 10/04/2019.

McCOY, K.; FREJ, D. (1998). Typography as discourse. Disponível em: https://designopendata.wordpress.com/portfolio/typography-as-discourse-1988-katherine-mccoy-david-frej/

MARGOLIN, V. (2002). The designer as a producer. Acesso em 10 de setembro de 2017, disponível em http://kellyludwig.com/kcai-embeds/va3-designer_as_producer.pdf

MILLER, A. (1993). Quentin Fiore massaging the message. Eye Magazine, no8, Autumn. Acesso em 05 de outubro de 2019, disponível em eyemagazine.com: http://www.eyemagazine.com/feature/article/quentin-fiore-massaging-the--message

NORMAN, D.A. (2006). O design do dia-a-dia. Editora Rocco.

NOVOSEDLIK, W. (1994). The producer as author. Eye Magazine, v. 15, winter. Disponível em: http://www.eyemagazine.com/feature/article/the-producer-as-author

ORLANDI, E. P. (2007). Interpretação, autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico. Editora Pontes.

PAIVA, A. M. (2010). A aventura do livro experimental. Belo Horizonte; São Paulo: Autêntica; EDUSP.

POYNOR, R.. (2010) Abaixo as regras – Design gráfico e pós modernismo. Editora Bookman.

ROCK, M. (2005). Fuck Content, 2005. Disponível em: https://2x4.org/ideas/2009/fuck- content/ (1996). Designer as author. Disponível em 2x4.org: https://2x4.org/ideas/22/designer-as-author/

SANTAELLA, Lucia (2012). Leitura de imagens. Coleção Como eu ensino. Editora Melhoramentos.

SANTAELLA, Lucia. (2007). Linguagens líquidas na era da mobilidade. São Paulo: Paulus.

SARRYS, A. (1962). Notes on the auteur theory. Acessado em 20/06/2022. Disponível em: https://alexwinter.com/media/

pdfs/andrew_sarris_notes_on_the- auteur_theory_in_1962.pdf

WARD, Beatrice (1956). The Crystal Goblet, sixteen essays on typography. World Publishing Company, p. 11-17.

Entrevistas

LIMA, G. (2019). C. C. ALMEIDA, Entrevistadora LINS, G. (2019). C. C. ALMEIDA, Entrevistadora.

O DESIGN DE IDENTIDADE VISUAL COMO TRIBUTO À VALORIZAÇÃO DO TURISMO NA CIDADE DE CATAGUASES – MG

The Visual Identity Design as a Tribute to the Valorization of a Tourism in the City of Cataguases – MG

SOUZA, Fernanda do Carmo
Bacharela em Design. Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG)
carmnostudio@gmail.com

MENDES, Rodrigo Bicalho
Mestre em Arquitetura e Urbanismo. Universidade Federal de Viçosa (UFV)
rodrigo.mendes@uemg.br

ALVES, Taís
Doutoranda em Comunicação Social. Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)
taisalvesuba@gmail.com

RESUMO

Ao observar a escassez de materiais visuais no âmbito turístico sobre uma cidade considerada modernista e referência nacional, desenvolveu-se este estudo, com o intuito de promover a atuação do design gráfico na criação de uma identidade visual que contribua com a valorização da cidade e com o acesso as informações históricas e culturais locais, à título turístico. Para a fundamentação da proposta foi pesquisado a história do município brasileiro de Cataguases, situado no estado de Minas Gerais. O estudo objetivou o entendimento da origem da cidade desde a sua concepção até a chegada da era moderna em meados de 1940. Para a realização deste trabalho, fez-se necessário compreender todo o histórico, a criação das instalações modernas, a opinião pública a respeito do tema, o simbolismo por detrás de painéis localizados em fachadas

e as produções cultutrais ligadas ao meio; foi-se necessário viajar no tempo para redescobrir mais evidências sobre Cataguases, com um novo olhar sobre a mesma paisagem. Novas perspectivas trouxeram substâncias significativas para a geração de uma nova identidade visual, a qual irá permitir que os indivíduos obtenham uma nova proposta em perceber a cultural local. Após este embasamento, foi desenvolvido um símbolo, por meio da metodologia do design de identidade; optou-se pelo uso da imagem da pomba, pois semioticamente, tal imagem pode estar conectada com a percepção de liberdade através do ato de voar, subjetivamente pode representar algo próspero, associado a paz, e por fim, também pode significar ser um animal mensageiro, ligado a comunicação. Além destes fatos, há um outro símbolo implícito, fruto descoberto que originou todo o conceito deste projeto: para além de um olhar. Evidencia-se, assim, o propósito de, por meio do desenvolvimento de um produto visual, restituirem-se a valorização e o potencial turístico desta cidade moderna. A finalidade da presente pesquisa configura-se como parte do trabalho de conclusão de curso em Design pela Universidade do Estado de Minas Gerais, campus Ubá. Apresentado em 11 de março de 2021.

Palavras-chave: Design de Símbolo; Semiótica; Design Gráfico; Identidade Visual; Turismo.

Referências

BDMG'Cultural. **Modernismo Reinventado: História e Cultura em Cataguases**.Disponível em: <https://bdmgcultural.mg.gov.br/artigos/titulo-do-artigo- ou-ensaio-21/>. Acesso em: 17 de Julho de 2021.

BERGER, Arthur A. **Seeing is beliving: An introduction to visual communication**.Mountain View, CA: Mayfield, 1989.

BRIDGEWATER, PETER. **Introdução ao Design Gráfico**.1ª ed. Lisboa: Editorial Estampa, 1999.

BROWN, Tim. **Design Thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias**. Editora Elsevier, 2010.

COSTA, Joan. **Imagem corporativa em el siglo XXI**. Buenos Aires: La Crujía, 2006.

CRUZ, A. R. P. M. **Turismo e Criatividade no Algarve: Uma análise da oferta turística regional como elemento de atração da classe criativa**. Dissertação de Mestrado. Universidade do Algarve, Faro, 2010.

CSILLAG, Paula. **Comunicação com cores: uma abordagem científica pela percepção visual**. São Paulo: SENAI-SP Editora/ ESPM, 2015.

DONDIS, Donis. **A Sintaxe da Linguagem Visual**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

ECO, H. **Signo**. 2. ed. Trad. Francisco S. Cantarell. Barcelona: Editorial Labor, 1988

HELLER, Eva. **A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão**. São Paulo: Gustavo Gili, 2015.134

IAU.USP. **Fotomontagem, Política E Surrealismo: relações perceptivas em uma arte de transformação**.Disponível em:<https://www.iau.usp.br/pesquisa/grupos/nelac/wp content/uploads/2016/01/FOTOMON TAGEM-POL%C3%8D-TICA-SURREALISMO-1.pdf>. Acesso em: 12 de Fevereiro de 2022.

JUNG, C. G. **O homem e seus símbolos**. 6ªEd. Trad. Maria Lúcia Pinho. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 2002.

JOLY, Martine (1994). **Introdução à Análise da Imagem**, Lisboa, Ed. 70, 2007 — Digitalizado por SOUZA, R.

LANZIERI, C.; FRADE, I. **Muitas Cataguases: novos olhares acerca da história regional**. Juiz de Fora-MG: Editar Editora, 2006.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é semiótica?** 19ª Ed. São Paulo: Brasiliense, 2003.

SARTRE, J. P. **A imaginação**. Trad. Paulo Neves. Porto Alegre: L&M, 2009. STRUNCK, G. **Identidade visual: A direção do olhar**. Rio de Janeiro:1989.

"O ENFERMEIRO": ADAPTAÇÃO E TRADUÇÃO INTERSEMIÓTICA – DO CONTO PARA A TELA

"The Attendant's Conffesion": intersemiotic adaptation and translation – from short story to screen

RUELA, Bernardo
Graduando em Cinema e Animação; Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG)
bernardopr98@gmail.com

RESUMO

O estudo analisa o processo de adaptação intersemiótica do conto "O Enfermeiro", de Machado de Assis, para a linguagem audiovisual, a partir do curta-metragem de mesmo nome. De acordo com teorias narrativas atuais, a adaptação de uma obra literária para o cinema é uma questão complexa que requer criatividade e respeito pelas diferenças entre as formas de arte. O propósito deste estudo foi definir as escolhas formais estabelecidas no processo de adaptação a partir da comparação entre a obra original de Machado de Assis, com o roteiro de Melanie Dimantas junto da direção de Mauro Farias. O curta- metragem zela pela manutenção da estrutura narrativa e das sequências de ação da obra original. Contudo, em momentos específicos, incorpora elementos à *mise-en-scène* visando a imersão e a preservação de informações caras à narrativa, já que o leitor/espectador é posicionado de forma passiva a ela. Com a finalidade de evitar falas e diálogos expositivos, a roteirista opta pela sublimação de certas narrações presentes no texto original e pela preservação do antagonismo e do protagonismo dos personagens. Além disso, em momentos específicos, é possível notar a mistura da narração do personagem do Enfermeiro – no presente e em um *voice-over* – com diálogos e momentos que vivencia no passado – em *flashback*. Tal recurso inibe uma redundân-

cia de informações e transforma o momento em um reforço àquela informação. O diretor explora a caracterização dos personagens construindo cenas a partir de um forte subtexto, movimentação dos personagens, construção de cenários, fotografias e trilhas sonoras. Devido ao impacto visual da linguagem audiovisual, a característica anti-heróica do protagonista foi intensificada com o objetivo de garantir a redenção estabelecida no texto original. Melanie Dimantas e Mauro Farias demonstraram um apego ao texto de Machado de Assis, mas manifestam um esforço criativo ao estabelecer uma referência sensorial ao formato literário original, dada a partir de uma construção mais teatral de cenas e personagens, permitindo que o público experimente a história de uma maneira mais envolvente e emocional. O produto audiovisual gerado a partir da adaptação, utiliza de novas ferramentas de linguagem para contar a mesma história de forma diferente.

Palavras-chave: semiótica; cinema; literatura.

Referências

MCKEE, Robert. Story: substância, estrutura, estilo e os princípios da escrita de roteiro. Trad. De Chico Marés – Ed. Curitiba: Arte & Letra, 2006. Cap 15, p. 315-317

BORDWELL, David; THOMPSON, Kristin. Film Art: as introduction. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc., 2010. Cap 3, p. 152

ASSIS, Machado de. O Enfermeiro. Editora Itapuca; 1ª edição, 2020.

CARDOSO, Joel. Cinema e literatura: contrapontos intersemióticos. Revista Literatura em Debate, v. 5, n. 8, p. 1 a 15, jan. – jul., 2011.

SANTAELLA, Lucia. O que é semiótica. São Paulo: Brasiliense, 1983.

O MITO DO DUPLO EM PERSONAGENS CRIADOS POR INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: MEMÓRIAS, TEMPORALIDADES E REPRESENTAÇÕES[1]

"The Myth of Double in AI- generated Characters: Memories, Temporalities, and Representations."

CAMPIGLIA, Lucila M.
Mestranda em Comunicação e Práticas do Consumo PPGCOM; Escola Superior de Propaganda e Marketing; ESPM-SP
lucila.campiglia@acad.espm.br

RESUMO

A Inteligência Artificial Generativa vem trazendo novos modelos na maneira de como as imagens são geradas e modeladas. Modelos multimodais produzem imagens através de comandos verbais pelos usuários (Santaella, 2023). Baseados em técnicas de aprendizagem profunda (*Deep Learning*), particularmente eficazes na representação de informações complexas, tais modelos podem ser usados na geração de Imagens com GANs (Redes Generativas Adversariais). As GANs, introduzidas por Goodfellow (2014), uma classe de algoritmos de aprendizado de máquina, revolucionaram a capacidade de gerar imagens sintéticas de alta qualidade. Podemos modelar, agregar imagens e voz à personagens de qualquer natureza, do passado ou presente. Tal natureza nos remete à fotografia com a figura mítica do "duplo", para invocar a ausência e personificar o mito de origem. Ela captura um momento específico no tempo, ou seja, fornece uma

[1] O conteúdo apresentado no resumo é resultado de experiência didática como Mestranda de Comunicação e Práticas do Consumo, PPGCOM, da Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM-SP, bolsa Capes/PROSUP TAXA. Bacharel em Arquitetura e Urbanismo na FAU-USP (1990), Pós-Graduada em Negócios da Moda no Senac-SP (2009), Integrante pesquisadora do MNEMON – Grupo de Pesquisa em Memória, Comunicação e Consumo (ESPM/CNPq).

representação fiel do "o que é" naquele momento ao mesmo tempo que atua como um meio de preservação da memória registrando eventos, pessoas e lugares que podem não estar mais disponíveis na realidade atual. As imagens que nos olham (Didi-Huberman, 2010), preenchem um espaço vazio atuando diretamente com o inconsciente, com o desejo, conduzindo para um futuro sempre curto e limitado a partir do que sustenta de uma imagem do passado (Lacan, 2008). A imagem fotográfica é um signo emanado diretamente de seu referente, testemunhando a presença real no passado ao corpo a que se refere. Ao reter o que se desvanece, a memória entra como guardiã do passado para ir além do futuro, marcando uma existência que tenha sentido (Barthes, 1984). O artigo pretende analisar, através da semiótica da cultura de Lotman, alguns casos de uso de Inteligência Artificial com Redes Generativas Adversariais (GAN´s) para criação e modelagem de personagens. O objetivo é mostrar como a memória pancrônica converge temporalidades sem perder de vista que essa presença não é o passado enquanto realidade passiva, mas se insere na dinâmica da memória que gera novos textos culturais. Estamos preparados para aceitar novas tecnologias com diferentes temporalidades onde o duplo se corporifica na memória do outro que já não está?

Palavras-chave: Duplo; Temporalidades; Redes Generativas Adversariais.

Referências

BARTHES, Roland. **A Câmara Clara. Nota sobre a fotografia.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984

BENJAMIN, Walter. **Pequena História da Fotografia**. *In:* Magia e técnica, arte e política: Obras Escolhidas I. 3. ed. Trad.

Sérgio Paulo Rouanet; prefácio: Jeanne Marie Gagnebin. São Paulo: Brasiliense, 1987 p.94

DIDI-HUBERMAN, Georges. **O que vemos, o que nos olha**. São Paulo: Editora 34, 2010

GOODFELLOW, Ian, BENGIO, Yoshua, COURVILLE, Aaron. **Deep Learning Adaptive Computation and Machine Learning**. Cambridge: MIT Press, 2016

LACAN, J. **Seminário, livro 11: os quatro conceitos fundamentais da psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008

LOTMAN, Iuri. **El texto y el poliglotismo de la cultura.** *In:* La semiosfera I. Semiótica dela cultura y del texto. Trad. Desiderio Navarro. Madrid: Ediciones Cátedra, 1996

LOTMAN, Iuri. **Cerebro, texto, cultura, inteligencia artificial**. *In:* La semiosfera II. Semiótica de la cultura, del texto, de la conducta y del espacio. Trad. Desiderio Navarro. Madrid: Ediciones Cátedra, 1998a

LOTMAN, Iuri. **Sobre el metalenguaje de las descripciones tipológicas de la cultura**. *In:* La semiosfera II. Semiótica de la cultura, del texto, de la conducta y del espacio. Trad. Desiderio Navarro. Madrid: Ediciones Cátedra, 1998b

MUSSE, C. F., VARGAS, H., NICOLAU, M. **Comunicação, mídias e temporalidades**. Salvador, Edufba, 2017.

NUNES, M. R. F., **A memória da cultura e a memória na mídia em produtos audiovisuais infanto juvenis**. *In:* Semiótica da Cultura e Semiosfera. Machado, Irene de Araújo (Organizador). São Paulo: Annablume, 2007

OVÍDIO. **Metamorfoses** – Edição bilíngue. Tradução, introdução e notas Domingos Lucas Dias; apresentação João Angelo Oliva Neto. São Paulo: Editora 34, 2017.

SANTAELLA, L. **A inteligência artificial é inteligente?** São Paulo: Almedina, 2023a.
_____. **Há como deter a invasão do ChatGPT?** Barueri: Estação das Letras e Cores, 2023b

STUART, R., NORVIG, P. **Inteligência Artificial**. Rio de Janeiro: Elsevier Editora, 2013.

OOÓ DO VOVÔ: ASPECTOS DE TRADUÇÃO INTERSEMIÓTICA NOS DESENHOS DE JOÃO GUIMARÃES ROSA[1]

Ooó do vovô: Aspectos of intersemiotic translations in João Guimarães Rosa's drawings

FURTADO, Victor
Mestrando; Universidade Federal do Ceará (UFC)
victorsmfurtado@gmail.com

PARODE, Fabio
Doutor; Universidade Federal do Ceará (UFC)
fparode@gmail.com

RESUMO

Desde que se percebe no mundo, a humanidade se orienta por meio de imagens. O desenho, ato que conecta a ação de imaginar ao movimento do corpo em produzir grafismos, acompanha-nos há séculos, sendo um meio pelo qual as imagens se fazem existentes. O gesto de desenhar foi uma técnica presente na escrita de João Guimarães Rosa como forma de rememoramento e inspiração literária. É vasto o número de trabalhos acadêmicos que versam acerca dos desenhos roseanos como parte fundamental para a compreensão da gênese de suas obras textuais. No entanto, uma correspondência ainda pouco estudada pela Fortuna crítica roseana nos apresenta uma face singular de Rosa. Em *Ooó do vovô: Correspondência de João Guimarães Rosa, vovô Joãozinho, com Vera e Beatriz Helena Tess,* livro de 2003, o/a leitor/a

[1] Este trabalho, situado no campo da Comunicação, é fragmento de uma pesquisa de mestrado na linha 1 (Fotografia e Audiovisual) do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFC (PPGCOM-UFC). Agradecemos ao fomento de bolsas fornecido pela Fundação Cearense de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico (FUNCAP) ao longo da realização desta pesquisa.

tem acesso à reprodução de desenhos roseanos feitos em uma série de cartões-postais destinados às netas de sua então esposa Aracy Moebius de Carvalho Guimarães Rosa, que, por serem ainda muito infantes, não sabiam ler. Se antes as palavras eram a tela branca em que Rosa pintava a imagem de significados, se eram antes a argila amorfa sobre a qual ela esculpia oralidade, agora o mesmo acontece aos moldes do ato de desenhar. Ainda que as marcas de oralidade transcritas permitam uma gênese dos cartões-postais, análise clássica e já familiar aos manuscritos de Rosa, pretendemos aqui instigar um olhar sobre o ato da escrita por meio de desenhos como uma montagem fronteiriça entre palavra e imagem, resultado de um exercício de tradução intersemiótica. Tratamos de uma noção tradutória pois observamos que oralidade e desenho configuram-se como duas linguagens, pois são conjuntos de significações estabelecidos em meios comunicativos diferentes (Santaella, 1983, p.2). Dessa forma, abandona-se o dogma de que o ato de traduzir textos, constitui uma relação dura e conservadora de fidelidade para com a obra traduzida. Em vez disso, propõe-se a tradução como um fluxo de tramas criador de sua própria verdade existente, inscrita num tempo e espaço próprio (Plaza, 1987, p.1). Os diversos desenhos roseanos presentes nos cartões-postais tratam-se de um processo único de representação da relação entre o escritor-tradutor ao vivenciar e representar sua relação com as duas crianças. Por conta disso, os postais atestam a existência de uma leitura própria estabelecida por meio dos aspectos transcriativos do desenho que escreve, bem como da escrita que desenha. Além de nosso objetivo em propor relações entre o texto literário roseano e as imagens desenhadas, também está o anseio em ressaltar a materialidade da produção livresca e alvidrar interpretações acerca de sua construção, sob o aspecto do Design gráfico, baseando-se na produção gráfica de *Ooó do vovô.* Nossas análises são nor-

teadas com base nos preceitos da tradução intersemiótica, e da concepção de escrita e imagem de acordo com os filósofos Vilém Flusser e Hans Belting respectivamente.

Palavras-chave: João Guimarães Rosa; Desenhos; Tradução intersemiótica.

Referências

PLAZA, Julio; CNPQ. **Tradução intersemiótica.** São Paulo, SP: Perspectiva; [Brasília, D.F.]: CNPq; 1987. vii, 217 p. (Estudos; 94). ISBN (broch.).

ROSA, João Guimarães. **Ooó do Vovô:** correspondência de João Guimarães Rosa, o vovô Joãozinho, com Vera e Beatriz Helena Tess. São Paulo: Edusp; Imprensa oficial do Estado de São Paulo; Belo Horizonte: Editora PUC/Minas, 2003.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é Semiótica.** São Paulo: Ed. Brasiliense, 1983.

PODE A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL CAUSAR DEPENDÊNCIA CRIATIVA?[1]

Can Artificial Intelligence Cause Creative Addiction?

SILVA, Vanessa Godoy Lopes da
Universidade Estácio de Sá/RJ

PEDROSA, Stella Maria Peixoto de Azevedo
Universidade Estácio de Sá/RJ

RESUMO

O presente trabalho, fruto de um estudo bibliográfico exploratório, apresenta uma reflexão sobre o uso da Inteligência Artificial como possível desencadeadora de uma dependência criativa. É amplamente reconhecido que a criatividade pode ser desenvolvida e aprimorada, possibilitando que uma pessoa seja mais criativa do que outra. Portanto, surge a questão: uma pessoa que faz uso frequente da Inteligência Artificial poderia tornar-se um "dependente criativo", resultando na redução de sua própria criatividade pelo não estímulo da mesma, devido ao uso excessivo da Inteligência Artificial? De acordo com as conclusões apresentadas no trabalho de Wechsler (2001), a criatividade desempenha um papel importante não apenas no desenvolvimento de pensamentos e atitudes criativas, como também na motivação para estudos, aprimoramento profissional e aumento da satisfação com a qualidade de vida. Com essas observações, argumenta-se que o uso rotineiro e excessivo da Inteligência Artificial poderia ter um amplo impacto nas pessoas, uma vez que ao depender de respostas prontas, o sujeito é privado de utilizar seu próprio pensamento para a resolução de suas indagações agora terceirizadas para a Inteligência Artificial.

[1] A origem do conteúdo apresentado é estudo bibliográfico exploratório.

No entanto, ao mesmo tempo em que a dependência criativa é consequentemente desenvolvida, é preciso o uso de certa criatividade para direcionar os comandos adequados para obter-se as respostas fornecidas pela Inteligência Artificial de forma a atender as necessidades do usuário. Sendo assim, como possível conclusão, o uso da Inteligência Artificial poderia, de fato, gerar uma dependência em relação à criatividade, pois não seria necessário pensar sobre vários aspectos, uma vez que a Inteligência Artificial faria isso por ele. Contudo, a necessidade de fornecer comandos adequados e com foco preciso faz com que esse mesmo usuário seja criativo ao apresentar direcionamentos de forma a alcançar seus objetivos de maneira satisfatória. Portanto, podemos concluir que a dependência criativa pode existir, mas o usuário precisará buscar incentivos frequentes para sua própria criatividade, pois caso isso ocorra, seu uso da Inteligência Artificial poderá ser afetado por uma dependência, desenvolvendo um ciclo em que o resultado final pode afetar o indivíduo em diversos aspectos. Conforme afirma Henriques (2023), a dependência é, de fato, uma possibilidade, porém, caso a Inteligência Artificial seja utilizada como uma aliada e complementar às nossas atividades e pensamentos, e se estivermos conscientes dos riscos e vantagens associados a essa "terceirização", a criatividade humana pode, inclusive, ser desenvolvida e até mesmo favorecida e ampliada.

Palavras-chave: Inteligência Artificial; Dependência Criativa; Criatividade.

Referências

HENRIQUES, T. Tecnologia como aliada ou inimiga da criatividade humana: a discussão em torno do ChatGPT. **The Trends Hub**, n. 3, 2023.

NACHMANOVITCH, S. **Ser criativo**. Summus Editorial, 1993.

NAKANO, T. de C. A criatividade pode ser medida?: Reflexões sobre métodos utilizados e questões envolvidas. **Arquivos brasileiros de psicologia**, v. 70, n. 1, p. 128-145, 2018.

VENANCIO JÚNIOR, S. J. Arte e inteligências artificiais: Implicações para a criatividade. **ARS (São Paulo)**, v. 17, p. 183-201, 2019.

WECHSLER, S. M. Criatividade na cultura brasileira: Uma década de estudos. **Revista portuguesa de Psicologia:** teoria, investigação e prática, n. 6(1), p. 215-227, 2001.

PROCESSOS DE CRIAÇÃO DE IMAGEM: REFLEXÕES SOBRE A ICONICIDADE E A ARBITRARIEDADE EM AMBIENTES I.A.

Image Creation processes: reflections on iconicity and arbitrariness in A.I. environments

CAMPANHOLE, Sidney Gomes
Doutor; PUC-SP/ SEE-SP
sidneycampanhole@gmail.com

RESUMO

Atualmente as reflexões sobre a aplicação da I.A. (Inteligência Artificial) na qualificação da vida contemporânea despertam projeções assertivas ou falaciosas. A indagação desse estudo é compreender os possíveis engendramentos da IA na produção da linguagem visual. Neste cenário, duas vertentes parecem claras: (1) a visualidade construída pelo disparo da linguagem natural e a (2) associação visual por semelhança entre imagens praticada com intuitos identificadores. Dada a perspectiva do presente focar no processo de criação de linguagem visual, a primeira vertente foi o território da análise. A visualidade é uma forma de linguagem que varia da apreensão do mundo natural ao mundo real em decorrência dos filtros cognitivos e culturais que são construídos ao longo das experiências do sujeito. A evolução da imagem criada decorre da destreza viso motora, depois flui pelos diversos eventos técnicos e tecnológicos que a humanidade desenvolve, porém, é nessa condição última que a percepção visual está sujeita a regeneração do simbólico, as possíveis arbitrariedades das representações e o encurtamento leitor do mundo natural que alimenta processos criativos. Em tempos de alargamento da I.A. para dentro da práxis educacional, movido pelo interesse político educacional de contemporizar as pro-

postas curriculares com a tecnologia, se justifica a seleção da autoria produtiva. No âmbito da educação formal e institucional, o signo visual cada vez mais assume o papel secundário em prol da forma verbal. Os educandos que escapam a essa sentença foram designados como talentos naturais e os demais têm os desejos postergados ou a conformidade do desinteresse. Diante dessas elocubrações, quais são as categorias de semioses visuais provocadas pela interação verbal com a I.A.? Para subsidiar as bases da discussão foram realizadas vivencias produtivas de imagem: viso-motora e em ambiente de I.A. Tais produtos, na qualidade de portadores de representações indicias de semioses criativas, subsidiam análise qualitativas da relação percepção, associação e fixação em suportes da visualidade. As práticas produtivas executadas por educandos em âmbito escolar utilizou o "desenho a mão livre" e o *CRAYON- Artificial Intelligence.* As instruções temáticas foram através de *briefings.* Mesmo com as devidas variações causadas pela destreza viso motora peculiar de cada sujeito e a simplificação da ferramenta escolhida pelo fato da acessibilidade gratuita, os projetos como suportes de semioses apresentaram signos indiciais capazes de enunciar limites na criação em ambos os casos. Foram reveladas categorias de limitação. No aspecto viso motor (mão livre) a captação visual apontou para apreensões simbólicas e no aspecto da ferramenta tecnológica, apesar da imensa miríade de imagens criadas pelo disparo do signo verbal, também enunciou limites de recortes visuais.

Palavras-chave: Semioses; visualidade; Inteligência Artificial.

Referências

CATALÁ DOMENECH, J. M. **A forma do real: introdução aos estudos visuais**. São Paulo: Summus. 2011.

GIBSON, J. J. ***La percepción del mundo visual***. Buenos Aires: Infinito, 1974.

MARR, D. ***Vision: A Computational Investigation into the Human Representation and Processing of Visual Information***. *San Francisco: W H Freeman*, 1982.

PEIRCE, C S. **Collected papers of Charles Sanders Peirce**. Vols. 1 e 2. Cambridge: Harvard University,1974.
_____. **Collected papers of Charles Sanders Peirce.** Vols. 5 e 6. Cambridge: Harvard University,1978.
_____ **Semiótíca e Filosofia**, trad. de Octanny S.da Mota e Leônidas Hegenberg. São Paulo: Cultrix, 1972.

SANTAELLA, L. **A Percepção** (2 ed). São Paulo: Experimento, 1998.
_____. **Matrizes da linguagem e pensamento: sonora, visual e verbal**. São Paulo: Iluminuras, 2001.
_____. **A teoria geral dos signos: como as linguagens significam as coisas**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.
_____. **Percepção: fenomenologia, ecologia e semiótica**. São Paulo: Cengage Learning, 2004.

SANTAELLA, L., & NOTH, W. **Imagem: cognição, semiótica, mídia**. São Paulo: Iluminuras, 1998.

TAULLI, Tom. **Introdução à Inteligência Artificial: uma abordagem não técnica**. São Paulo: Novatec, 2000;

VENANCIO JR., S. J. **Arte e inteligências artificiais: implicações para a criatividade**. ARS (São Paulo), [S. l.], v. 17, n. 35, p. 183 – 201, 2019. DOI: 10.11606/issn.2178-0447.ars.2019.152262. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/ars/article/view/152262>. Acesso em: 21 jul. 2023.

REPRESENTAÇÕES DE PESSOAS NEGRAS/ PRETAS EM CAPAS DA REVISTA DE MODA VOGUE ESTADUNIDENSE[1]

Representations of black people of the American fashion magazine Vogue

BATISTA, Fabiano Eloy Atílio
Doutorando em Artes, Cultura e Linguagens (PPGACL – UFJF); Professor no curso de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais – Ubá (UEMG)
fabiano.batista@uemg.br

ALVES, Davi Neiva
Mestre em Design (UEMG – BH); Professor no curso de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais – Ubá (UEMG)
davi.neiva@uemg.br

RESUMO

Os meios de comunicação, como o rádio, jornais, televisão, internet e, em particular, as revistas, foco deste estudo, desempenham um significativo papel na sociedade, trazendo transformações expressivas em diversos aspectos da interação e comunicação humana. Esses canais de comunicação, cada um com suas características próprias, introduziram mudanças substanciais na maneira como percebemos e vivenciamos a realidade. Além disso, em conexão com várias mudanças sociais e avanços científico-tecnológicos, esses meios de comunicação contribuíram para transformações sociais de extrema importância, exercendo influência sobre esferas pública e privada, alteraram culturas e moldando pensamentos (Silverstone, 2002; Thompson, 2009; Batista, 2021). Nesse sentido, este estudo buscou refletir, de forma qualitativa-descritiva, por meio de uma "Análise da Imagem" (Joly, 2012) sobre as representações simbólicas de pessoas negras/pretas

[1] Pesquisa autônoma desenvolvida pelos autores.

na revista de moda *'Vogue'* em sua versão Estadunidense. A escolha da revista se dá por ser entendida como uma das principais e mais importantes veiculações de moda do mundo, e sua versão Estadunidense por ser uma das mais respeitáveis, sobretudo por ser neste espaço seu pioneirismo. Assim sendo, optou-se, dado a um grande quantitativo de capas da revista, por segmentar em quatro momentos distinto para sistematização das análises, sendo eles: 1º momento – *'Capas com apelo visual da subversão racial'*; 2º momento – '*Capas com apelo visual da sexualização'*; 3º momento – *'Capas com apelo visual da valorização da beleza'*, e por fim, o 4º momento – *'Capas com apelo visual da "diversidade"'*. Nas análises, foram considerados os códigos não verbais presentes nas construções imagéticas dessas capas, levando em consideração, sempre que necessário, seu contexto histórico-social de produção, uma vez que estas capas são consideradas como uma "ferramenta de expressão e de comunicação" (Joly, 2012, p. 55) que reflete valores culturais específicos. Em linhas gerais, os resultados apontam que, embora se tenha percebido uma mudança dos valores veiculados pela revista, até mesmo por questões éticas e culturais, ela ainda funciona como um conjunto imagético que define aspectos estéticos e simbólicos no contexto visual de uma sociedade, influenciando, em seu subconsciente, preconcepções que posteriormente se refletirão nas interações interpessoais cotidianas.

Palavras-chave: Representações; Mídia; Pessoas negras/pretas.

Referências

BATISTA, F. E. A. Discursos que nos arrumam. **R@U: Revista de Antropologia Social dos alunos do PPGAS-UFSCAR**, v. 13, p. 101-119, 2021. Disponível em: https://www.rau2.ufscar.br/index.php/rau/article/view/367. Acesso em 15 set. 2023.

JOLY, M. **Introdução à análise da imagem** / Martine Joly; tradução Marina Appenzeller; revisão técnica Rolf de Luna Fonseca. – 14ª ed. – Campinas, SP: Papirus, 2012.

SILVERSTONE, R. **Por que estudar a mídia?** São Paulo, Loyola. 2002. THOMPSON, J. B. **Mídia e modernidade**. São Paulo: Vozes, 2009.

SEMIÓTICA, CRIATIVIDADE E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL EM PROJETOS DE DESIGN

ROMANINI, Vinicius
Universidade de São Paulo

RESUMO

O trabalho explora a relação entre a inferência ativa e a semiose em sistemas dinâmicos, com foco na criatividade dos projetos de design. A inferência ativa (Friston) explica como seres inteligentes criam modelos representativos da realidade e buscam minimizar a diferença entre as expectativas geradas por esses modelos e a informação colhida da realidade. Redes neurais de inteligência artificial usam estratégias de minimização semelhantes, por meio de *backpropagation* e *gradient descent*, em que o erro entre o resultado esperado (oferecido pelo *dataset* usado no treinamento da rede) e o output efetivo alcançado pelos usuários é continuamente reduzido por inferência bayesiana. O propósito final da inferência ativa seria a criação de uma zona de conforto dinâmica e em contínua transformação, capaz de garantir estabilidade e permanência dos seres inteligentes diante dos desafios da experiência. Toda atividade de planejamento futuro e ação propositada pode ser explicada como uma tentativa de minimização da diferença entre nossas hipóteses e os choque da realidade. O projeto de design seria, nessa perspectiva, uma instanciação da inferência ativa no âmbito da produção material ou de rotinas para a ação inteligente. Redes neurais são capazes de realizar projetos criativos de design porque operam na mesma lógic., Estabelecendo paralelos com a semiótica de Peirce, em que símbolos evoluem ao internalizar e transmitir informações através de ícones e índices, este trabalho busca entrelaçar a inferência ativa e o conceito de semiose, especialmente a inferência abdutiva. A objetivo é

lançar luzes sobre os elementos cognitivos e lógicos da criação projetual.

Referências

BENI, Majid D.; Pietarinen, Ahti. "Active Inference and Abduction". Biosemiotics. DOI: 10.1007/s12304-021-09432-0, 2021.

BERGMAN, Mats. "Reflections on the Role of the Communicative Sign in Semeiotic". *In:* Transactions of the Charles S. Peirce Society (Vol. 36, No. 2), 2000, pp. 225-254. Disponível em:http://www.commens.org/sites/default/files/biblio_attachments/reflections_on_the_role_of_the_communicative_sign_in_semeiotic.pdf

_____. Peirce's Philosophy of Communication. Londres e Nova York: Continuum, 2009.

CHIASSON, Phyllis. "Abduction as an aspect of retroduction". Acesso: http://www.commens.org/encyclopedia/article/chiasson-phyllis-abduction-aspect- retroduction.

COLOMBO, Matteo; WRIGHT, Cory. "First principles in the life sciences: The free- energy principle, organicism, and mechanism". Synthese, 2018. Acesso: https://doi.org/10.1007/s11229-018-01932-w.

FRISTON, Karl J. "The Free-energy principle: a unified brain theory?" Nature Reviews. Neuroscience, 11(2), 2010, 127-138. Acesso: https://doi.org/10.1038/nrn2787.

LISZKA, J.J. A General Introduction to the Semeiotic of Charles Sanders Peirce . Bloomington and Indianapolis: Indiana Univ. Press, 1996.

NOEH, Winfried. “Charles S. Peirce’s theory of information: a theory of the growth of symbols and of knowledge”. Cybernetics & Human Knowing, v. 19, n. 1-2, p. 137-161, 2012.

PARR, Thomas; PEZZULO, Giovanni; FRISTON, Karl J. Active Inference: The Free Energy Principle in Mind, Brain, and Behavior. MIT Press, 2022.

PEIRCE, Charles. S. Collected Papers (Vols. I a VIII). Bristol: Thoemmes Press, 1998.
_____. Antologia Filosófica, PEREIRA, A.M (Ed. e trad.). Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda, 1998.
_____. Semiótica. São Paulo: Perspectiva, 1995.
_____. The Essential Peirce (2 vols.). HOUSER, N. et al (Eds.) Bloomington: Indiana Univ. Press, 1992 e 1998.
_____. Reasoning and the Logic of Things. The 1898 Cambridge Conference Lectures. In K. L. Ketner, H. Putnam (Eds.) Harvard University Press, 1992.

RAMSTEAD, Maxwell J.D.; FRISTON, Karl J.;HIPÓLITO, Inês. “Is the Free-Energy Principle a Formal Theory of Semantics? From Variational Density Dynamics to Neural and Phenotypic Representations”. Entropy 22, no. 8: 889, 2020. Acesso: https://doi.org/10.3390/e22080889
_____. “Semeiosis as a Living Process”. *In:* Biosemiotics. *In:* Romanini, Vinicius; Fernandez, Eliseu. Peirce and Biosemiotics – a guess at the riddle of life ed 1. Vol. 1, 215-239. Dordrecht: Springer Netherlands, 2014.
_____. “Prolegomena to a semeiotic theory of self-organization”. *In:* Alfredo Pereira Jr.; William A. Pickering; Ricardo Gudwin Systems, Self-organization and Information. ed 1. Vol. 1, 175-191. Londres: Routledge, 2018.
_____. “How Information Gets Its Meaning”. *In:* Biosemiotics and Evolutio: The Natural Foundations of Mea-

ning and Symbolism.134 ed.Dordrecht: Springer, 2022, v.1, p. 117-117.

_____. Semiótica minuta: especulações sobre a gramática dos signos a partir da obra de Charles S. Peirce. ECA/USP. Tese de doutorado (2006). Disponível em: poseca.incubadora.fapesp.br/.../2006-do-romanini_anderson.pdf.

VASIL, Jared; BADCOCK, Paul B.; CONSTANT, Axel; FRISTON, Karl; RAMSTEAD,

Maxwell J. D.A "World Unto Itself: Human Communication as Active Inference". *In:* Frontiers in Psychology, V. 11,2020.Acesso: https://www.frontiersin.org/article/10.3389/fpsyg.2020.00417

SEMIÓTICA DA CULTURA E INDAGAÇÕES SOBRE MEMÓRIA COLETIVA NA ERA DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL[1]

Semiotics of culture and questions about collective memory in the artificial intelligence era

SALVO, Fernanda
Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)
fernanda.salvo@ufjf.br

RESUMO

Se o real é hoje tema recorrente nas reflexões críticas da cultura, é porque vivemos num mundo onde a mídia não cessa de nos oferecer imagens, designando-as como *reais*. Nesse cenário, fortemente dominado pela cultura visual, estabeleceu-se uma cruzada contra o artifício. As correntes teóricas contemporâneas tendem a considerar que a função da imagem já não é imitar, mas substituir o próprio mundo real (FIGUEIREDO, 2008). Consequentemente, a ficção foi colocada sob suspeita. Sendo assim, nos perguntamos como encarar as questões provocadas pelas imagens criadas via plataformas de inteligência artificial, que embora sendo falsas, são consideradas mais reais que o real. Partindo dessa problemática inicial, buscaremos retomar, metodologicamente, as prerrogativas da Semiótica da Cultura, que a partir dos anos 1960 se desenvolveu no eixo da Escola de Tartú-Moscou. Conhecida também como semiótica sistêmica, essa corrente teórica se concentrou em estudar as mediações ocorridas entre fenômenos diversificados ou sistemas distintos de signos no interior da cultura, afim de identificar os processos

[1] Experiência didática fruto do ensino da disciplina de Semiótica da Comunicação, ministrada nos cursos de Jornalismo e RTVI da Faculdade de Comunicação da UFJF.

de transmissão de informações, geradores da memória coletiva. Segundo tal perspectiva, do encontro e hibridização de sistemas presentes na cultura nasceriam, via mecanismos de tradução, novos códigos culturais que funcionariam como programa para desenvolvimentos posteriores. "Nesse caso, os códigos culturais são fontes de gestação da memória não-hereditária, tal como entendeu Lótman, que se encarrega de formatar os sistemas semióticos da cultura" (MACHADO, 2003, p. 30). Para melhor compreensão dessa perspectiva, é fundamenta destacar a noção de cultura adotada pela Escola de Tartú-Moscou, conforme elucida Irene Machado:

> Cultura significa o processamento de informação e, consequentemente, organização em algum sistema de signos, ou de códigos culturais. Nesse sentido, a semiótica da cultura trabalha com um intervalo: a transformação da não-cultura em cultura. O que está na pauta de estudo é uma dinâmica transformadora (MACHADO, 2003, p. 33).

Desse modo, somente se pode falar em cultura como um campo de manifestações interligadas que, articuladas, constroem o texto da cultura, fortemente ligado à noção de memória. Entretanto, Irene Machado sublinha: "Antes de entrar na discussão da cultura como texto é preciso estabelecer as bases da cultura como informação, onde o elemento chave é a memória – a memória não-hereditária que garante o mecanismo de transmissão e conservação" (MACHADO, 2003, p. 38). Com efeito, pode-se supor que a cultura pressupõe sistemas de signos modulados por formas de organização que configuram comportamentos adversos daqueles considerados naturais e que passarão a ser "culturalizados". Não por acaso, a pesquisa semiótica da Escola de Tartú-Moscou teve como intuito compreender os sistemas da cultura como linguagem e os sistemas de signos como transmissores de informação. "Trata-se de uma abordagem em que todo e qualquer sistema da cultura

jamais poderá ser entendido como um sistema isolado e rigorosamente acabado. Por conseguinte, um texto da cultura só pode existir como uma organização solidária de outros textos" (MACHADO, 2003, p. 51). No interior da cultura, portanto, "as semioses transformam a informação em texto e este em estrutura pensante, em memória" (MACHADO, 2003, p. 53). A partir de tais contribuições, buscaremos considerar o modo como plataformas de inteligência artificial têm introduzido na esfera midiática imagens falsas, mas absurdamente realistas, que circulam com rapidez alucinante pelas redes. Estamos nos referindo, por exemplo, às imagens do Papa Francisco trajando um casaco branco de inverno, geradas pela plataforma de inteligência artificial Midjourney. Tais imagens, falsas, não foram realizadas por um humano. De qualquer modo, elas foram apropriadas por públicos distintos ao redor do mundo e tornaram-se memes nas diversas mídias, integrando as muitas conversações sociais naquele momento de sua realização. Partindo do pressuposto de que o fenômeno da criação de imagens pela inteligência artificial esfumaça as fronteiras entre a realidade e a ficção, o que nos interessa é indagar de que modo tais sistemas de signos (as imagens artificialmente criadas) encontram e se confrontam com outros sistemas de signos presentes na cultura contemporânea, interferindo na criação da informação e dos textos da cultura, pensandos como propulsores da memória coletiva — conforme apregoaram os estudiosos ligados à Semiótica da Cultura.

Palavras-chave: Semiótica da Cultura; Memória; Inteligência Artificial.

Referências

BEIGUELMAN, Giselle. **Políticas da imagem. Vigilância e resistência na dadosfera**. SP: Ubu Editora, 2021.

FIGUEIREDO, Vera L. Follain. Realismo e ilusão: a cruzada contra o artifício. **Revista Líbero**. Ano XI, nº 21, p. 61-68, jun. 2008.

MACHADO, Irene. **Escola de Semiótica. A experiência de Tártu-Moscou para o Estudo da Cultura**. SP: Ateliê Editorial, 2003.

SEMIÓTICA E CAPAS DE PRÓTESES: LEVANTAMENTO DE EMPRESAS PRODUTORAS E SUAS RESPECTIVAS SEMIÓTICAS PROJETUAIS[1]

Semiotics and prosthetic covers: survey of producing companies and their respective design semiotics

NEIVA ALVES, Davi
Mestre em Design (UEMG – BH); Professor no curso de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais – Ubá (UEMG)
davi.alves@uemg.br

BATISTA, Fabiano Eloy Atílio
Doutorando em Artes, Cultura e Linguagens (PPGACL – UFJF); Professor no curso de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais – Ubá (UEMG)
fabiano.batista@uemg.br

RESUMO

A amputação de membros é um processo traumático, que faz com que a pessoa amputada tenha que lidar durante o pós-operatório ou após ao acidente, com: dores fantasmas, riscos de infecção, problemas de mobilidade urbana, problemas com a autoimagem, além do estigma social ligado a essa condição, onde a sociedade vê o amputado como uma pessoa que não possui a capacidade de realizar tarefas consideradas habituais para uma pessoa não amputada (Goffman, 2004). Após a amputação de membros, o paciente precisa de um tratamento multidisciplinar, que deve incluir: psicólogos, médicos ortopedistas, protesistas, além de uma rede de apoio formada por familiares e amigos. Porém, tal cenário raramente se estrutura de forma adequada. Uma das partes do processo de recuperação pode incluir o uso de próteses. Em algumas ocasiões, as próteses recebem uma capa, oferecendo carac-

[1] Pesquisa independente.

terísticas diferentes do membro que foi amputado, permitindo com essa nova abordagem projetual, que seu usuário tenha a opção de demonstrar um pouco de sua identidade por meio das características das suas capas de próteses (Sudjic, 2010). Essas características podem ser, por exemplo: cores do time para o qual a pessoa torce, formas que remetam ao seu herói ou ídolo, uma estética que mostre ao observadores das capas que seu dono gosta de determinada marca automobilística, entre outras inúmeras e até mesmo inexploradas oportunidades. Empresas que produzem essas capas de próteses, surgiram no século XXI e tiveram um crescimento considerável desde então, estando pulverizadas atualmente em todos os continentes. O presente estudo pretende fazer uma ampla busca na internet e em redes sociais, pelas empresas que produzem as capas de próteses no intuito de tentar compreender a semiótica projetual de cada uma delas. Os produtos em pauta, quando projetados por meio de um processo de design focado nas expectativas de seus usuários, podem ter papel crucial em sua autoestima, melhorando sua qualidade de vida e permitindo a reinserção social.

Palavras-chave: Design; capas de próteses; semiótica.

Referências

GOFFMAN, Erving. **Estigma**: Notas sobre a manipulação da identidade. 2004.

SUDJIC, Deyan. **A linguagem das coisas**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2010.

SEMIÓTICA PEIRCEANA APLICADA A PROJETO E DESENVOLVIMENTO DE OBJETO DE DESIGN: EMBALAGEM EXPERIMENTAL[1]

Peircean semiotics applied to design and development of design objects: experimental packaging

VALENTE, Telma
Doutora; Universidade Federal do Espírito Santo (UFES)
telma.valente@ufes.br

RESUMO

Trata-se de um relato de experiência didática realizada com estudantes de Design, da Universidade Federal do Espírito Santo, na disciplina Semiótica da Imagem, da Profª Telma Valente. Refere-se à aplicação da Semiótica a projeto e desenvolvimento de embalagem experimental. Esta foi produzida com base na metodologia projetual para construção da mesma e nas categorias fenomenológicas de Peirce. Isto posto, as especificações para a criação da embalagem consideraram o contexto do crescimento exponencial do *e-commerce.* Disso resultou outra maneira de projetá-la, diferente da lógica empregada para a loja física. Sendo assim, a proposição deveria adequar-se à entrega "pelo correio". Para tornar a proposta mais próxima da realidade, pares de estudantes foram formados livremente. Estes deveriam criar e "enviar", reciprocamente, embalagens com objetos de uso, de acordo com os perfis de cada destinatário. Além disso, os produtos deveriam ser de baixo custo, dadas as sugestões da professora, ou até confeccionados pelos pares de remetentes/destinatários. O resultado deveria proporcionar uma experiência ao usuário. Para evitar a logística e os custos de um envio real,

[1] Trata-se de um relato de experiência didática realizada com estudantes do curso de Design da Universidade Federal do Espírito Santo, em 2018.

o núcleo de pesquisa da professora foi adotado como caixa postal. Um cronograma de entregas e retiradas foi acordado entre os pares. Após isso, os usuários deveriam fazer um vídeo para registrar o momento da abertura das suas embalagens (mínimo 1 e máximo 5 minutos) para ser postado no *youtube*, ou seja, uma apropriação do fenômeno do *unboxing video* – conteúdos de Internet produzidos pelos usuários das redes sociais digitais – que registram o momento da abertura de suas encomendas (SATO, 2016). As reações dos usuários ao abrirem as embalagens validariam (ou não) a experiência fenomenológica projetada pelos designers. Estes tiveram total liberdade de escolha de materiais e demais elementos da linguagem gráfico-visual. Atenção à dimensão semântica era a única obrigatoriedade do projeto. No processo de criação, esperava-se que o designer-autor experimentasse impressões próximas as da primeiridade – momento da fruição das qualidades sem nos darmos conta disso (SANTAELLA, 1983) – ao entrar em contato com a diversidade de materiais disponíveis para a confecção, através do tato, audição, visão, olfato ou paladar, imbricados entre si, como elementos de projetos (BRAIDA; NOJIMA, 2008). No momento da escolha dos materiais e demais decisões projetuais, o estudante poderia experimentar as sensações, conflitos, indecisões, reações típicas da secundidade – percepção das impressões que incidem sobre nós e posterior reação aos estímulos (SANTAELLA, 1983) – na construção da embalagem. Por fim, esperava-se que o autor atingisse a terceiridade – compreensão da experiência vivida (SANTAELLA, 1983) – ao concluir a sua construção. Da mesma forma, o usuário da embalagem também deveria vivenciar a experiência fenomenológica ao entrar em contato com a mesma. Ou seja, deveria ser impressionado pelos materiais constituintes da embalagem (primeiridade), interagir com ela e experimentar as suas funcionalidades (secundidade) e, finalmente, entender as significações contidas na mes-

ma, dado o seu caráter de representação (terceiridade). Resta dizer, que os resultados foram avaliados por uma banca formada pela professora proponente do trabalho, professora de projeto de embalagem e de experimentações gráficas.

Palavras-chave: Semiótica; Design; Projeto.

Referências

SANTAELLA, Lucia. **O que é Semiótica**. SP, Ed. Brasiliense, 1983.

SATO, Silvio Koiti. Abrindo a embalagem na rede: reflexões sobre consumo e cultura digital a partir dos *unboxing videos*. *In:* 6º Encontro de GTs de Pós-Graduação (PPGCOM – ESPM – SP) – **Comunicon (Congresso Internacional Comunicação e Consumo),** 14 e 15 de outubro, de 2016.

BRAIDA Frederico; NOJIMA, Vera. Design para os sentidos e o insólito mundo da sinestesia. **VII_PAINEL_II_ENC_NAC_SIMPOSIO_**. Disponível em: https://www2.ufjf.br/frederico_braida//files/2011/02/2010_FREDERICO-BRAIDA-VII_PAINEL_II_ENC_NAC_SIMPOSIO.pdf

SER JOVEM NOS ARTEFATOS DE DESIGN CONTEMPORÂNEO: UM PROCESSO SEMIÓTICO

Being young in contemporary design artifacts: a semiotical process

ZARUR, Ana Paula
Doutora; UVA
ana.zarur@uva.br

NIEMEYER, Lucy
Doutora; ESDI-UERJ
lucy.niemeyer@gmail.com

RESUMO

Na contemporaneidade, a juventude tem como característica precípua o processo de constante modificação, com periódica superação de padrões, de produtos, costumes. Esta condição se ajusta à espiral de consumo implementada por setores produtivos atuais. Juventude adquiriu estatuto social e seus atributos passaram estar expressos em bens de consumo. O reconhecimento social dos indivíduos é cada vez mais dependente de atributos que associados à mocidade (como capacidade de modificação, flexibilidade, beleza, saúde...). Nas sociedades de consumo, a reificação desse ideal estético tornou-se um modelo para o que seja desejável, atuando no mercado como um modo de distinção e de pertencimento. Não mais adstrita à mocidade, com a desesperada adesão de setores com idade avançada, a juventude tornou-se um patrimônio a ser conquistado e mantido, em qualquer idade, por meio do consumo de bens e serviços tidos como apropriados. Inserido neste contexto, com frequência o design assume abordagem que favoreça a aceleração da obsolescência programada, por meio de soluções que reifiquem as sucessivas expressões de estética jovem. Embasado nos conceitos da semiótica de extração peirceana, o presente tra-

balho propôs a examinar organização interna destes "artefatos joviais", com suas características estruturais, padrões e relações. Concentrando esforços para compreender como objetos de uso cotidiano podem expressar a juventude, o processo de análise se estruturou, tendo por base conceitos da semiótica de extração peirceana. Para explorar o potencial comunicativo deste sistema de signos, a gramática especulativa de Peirce forneceu três pontos de vista: a significação, a objetivação e a interpretação. Isso porque o signo peirceano possui uma natureza triádica, podendo assim ser examinado: em si mesmo no seu fundamento, seu poder de significar; em sua referência ao objeto, ou seja, àquilo que representa; e nas interpretações que ele tem potencial de despertar, ou seja, nos interpretantes que é capaz de promover. A partir desta tríade, foi possível proceder a uma análise dos artefatos em três níveis: no sintático, que se refere à dimensão material, estrutura e funcionamento técnico do produto; no semântico, que se refere às suas qualidades expressivas e representativas; no pragmático, que se refere à sua dimensão de uso. Os aportes oferecidos pela gramática especulativa de Peirce permitiram avaliar e descrever, com acuidade, os signos que compunham a mensagem presente na configuração dos produtos (cores, formas texturas, símbolos etc.) viabilizando a oportunidade de apreender os procedimentos e os recursos presentes em sua construção. Deste modo, foram identificadas as estratégias comunicativas empregadas para expressar a juventude no meio objeto: a adoção de um design provocativo, irreverente, que abarca com humor temas polêmicos como o erotismo e a crítica a comportamentos e costumes; a estruturação de uma aparência de brinquedo que fornece um caráter lúdico a objetos utilitários; e a apropriação de estilos e práticas inerentes à cultura jovem. Todas estas estratégias se baseiam no que Niemeyer (2009) qualifica como uma "transgressão semiótica", uma dinâmica que implica a

violação de regras e convenções, para promover uma quebra de expectativa no processo da semiose.

Palavras-chave: Design Industrial; Juventude; Semiótica.

Referências

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 2011 (original de 1970).

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001 (original de 1999).

BOURDIEU, Pierre. A juventude é apenas uma palavra. *In:* BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983, p. 112-121 (original: Entrevista a Anne- Marie Métailié, publicada em Les jeunes et le premier emploi. Paris: Associatíon de Ages, 1978).

DEBERT, Guita G. A dissolução da vida e a juventude como valor. **Horizontes Antropológicos**, vol. 16, n. 34, Porto Alegre, jul./dec. 2010. Internet. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ha/v16n34/03.pdf>. Acesso em: 07 set. 2016.

FUREDI, Frank. The children who won´t grow up. *In:* **Spiked-online**, 29 de julho de 2003. Internet. Disponível em: < http://www.spiked-online.com/newsite/article/2775#.WjlO-zd- nHIU>. Acesso em: 10/12/2007.

LIPOVETSKY, Gilles, SERROY, Jean. **A estetização do mundo**: viver na era do capitalismo artista. São Paulo: Companhia das letras, 2015 (original de 2013).

LÖBACH, Bernd. **Design industrial**: bases para a configuração de produtos industriais. São Paulo: Edgard Blucher, 2000 (original de 1976).

MARGULIS, Mario; URRESTI, Marcelo. La construcción social de la condición de juventud. *In:* MARGULIS, Mario *et al.* **Viviendo a toda**: jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades. Bogotá: Siglo del Hombre/DIUC, 1998, p. 3-22.

MORRIS, Charles W. **Fundamentos da teoria dos signos**. Rio de Janeiro: Eldorado Tijuca, 1976 (original de 1938).

NIEMEYER, Lucy. O insólito presente no design espirituoso. *In:* **O insólito em questão**. Anais do V Painel Reflexões sobre o insólito na narrativa ficcional/ I Encontro Nacional Insólito como Questão na Narrativa Ficcional – Mesa redonda. Rio de Janeiro: Dialogarts, 2009, p. 117-124.

_____. **Elementos de semiótica aplicados ao design**. Rio de Janeiro: 2AB, 2010 (original de 2003).

PEIRCE, Charles S. **Semiótica**. Tradução José Teixeira Coelho Neto. 4ª ed. São Paulo: Perspectiva, 2015.

ROCHA, Everardo; PEREIRA, Cláudia. **Juventude e consumo**: um estudo sobre a comunicação na cultura contemporânea. Rio de Janeiro: Mauad, 2009.

SALZ, Ana Paula Zarur de Andrade Silva. **Juventude como um valor para o design contemporâneo**. 2018. 192 f. Tese (Doutorado em Design) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Escola Superior de Desenho Industrial, Rio de Janeiro, 2018.

SANTAELLA, Lucia. **O que é semiótica?** São Paulo: Brasiliense, 1994. (primeira edição, 1983).

SANTAELLA, Lucia. **Semiótica aplicada**. São Paulo: Cengage Learning, 2008 (original de 2002).

ZARUR, Ana Paula. NIEMEYER, Lucy. A juventude como um valor para o design contemporâneo: uma análise dos produtos de design do catálogo da Tok&Stok. *In:* SPDG 2015 – 1º Simpósio de Pós-Graduação em Design da ESDI, 2015, Rio de Janeiro. **Anais do 1º Simpósio de Pós- Graduação em Design da ESDI**. Rio de Janeiro: ESDI, 2015.
p. 347-354.

SIGNOS VERBAIS E NÃO VERBAIS: A CONTRIBUIÇÃO DA SEMIÓTICA PARA A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE VISUAL DE UMA MARCA

Verbal and non-verbal signs: the contribution of semiotics to the construction of a brand's visual identity

MENDES, Rodrigo Bicalho
Doutorando; Universidade Federal de Viçosa (UFV))
rodrigobicalhomendes@gmail.com

ALVES, Taís
Doutoranda; Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)
taisalvesuba@gmail.com

BRAIDA, Frederico
Doutor; Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)
frederico.braida@ufjf.br

CAMPOS, Fernanda de Façanha e
Doutoranda; Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)
fernanda.facanha@estudante.ufjf.br

LAURIA, Laura
Graduanda; Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG-Ubá)
laurialaura2@gmail.com

RESUMO

Este estudo versa sobre a contribuição das teorias semióticas para a criação da identidade visual de uma marca por meio da criação de representações simbólicas. A questão central do estudo foi: como os signos verbais e não verbais podem ser empregados de forma eficaz na construção da identidade de uma marca? Para responder a essa pergunta, foi realizado um estudo bibliográfico sobre a aplicação de recursos da semiótica aplicados ao design gráfico e sobre os conceitos de identidade visual. O objetivo foi identificar como o design

gráfico pode utilizar os recursos simbólicos para criar uma identidade visual. Como referencial teórico foram utilizados autores da Semiótica francesa como Saussure e Roland Barthes para o estudo dos signos verbais e da semiótica Peirceana para a criação dos signos visuais, incluindo logotipos, cores, tipografia e elementos visuais planejados e projetados para criar uma imagem que permita a comunicação da marca com seu público-alvo. Foram utilizados autores que pesquisam o conceito de identidade visual das marcas como sendo composta pelo conjunto de elementos visuais e gráficos que representam a essência, os valores e a personalidade de uma marca (Peón, 2003). Como recurso metodológico, foi realizado um estudo qualitativo, com análise descritiva dos signos verbais e não verbais de uma marca. Como resultado, foi elaborado um projeto de identidade visual para o 4º Encontro de Semiótica do Projeto, evento dedicado às reflexões acadêmicas que teve como tema "Comunicação, linguagens e processos criativos na era da inteligência artificial", ocorrido de forma on-line, nos dias 23 e 24 de outubro de 2023. A análise de Saussure destacou os aspectos linguísticos, como a escolha de palavras e mensagens verbais. Por sua vez, a abordagem de Peirce se concentrou nos signos não verbais, como cores, formas, ícones e imagens. Foram utilizadas técnicas do design gráfico para criar a identidade visual do evento. Através da análise semiótica, os signos verbais e não verbais foram integrados ao contexto da marca, proporcionando uma experiência visual. Isso forneceu uma base para a criação da identidade visual, identificando os principais conceitos que seriam comunicados. Espera-se esse estudo possa servir como um modelo para a criação de identidades visuais em outros contextos organizacionais, demonstrando a aplicabilidade da semiótica no campo do design gráfico.

Palavras-chave: Semiótica; identidade visual; marca.

Referências

BARTHES, Roland. **Elementos de semiologia.** São Paulo: Cultrix, 1964.

CARDOSO, Helder Antonio Teixeira Gomes. **Design gráfico na construção da identidade visual da marca turística em city branding**. Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão, Programa de Pós-Graduação em Design e Expressão Gráfica, Florianópolis, 2013. Disponível em: https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/107301. Acesso em 15 set. 2023.

FARIAS, Priscila Lena. Estudos sobre tipografia: letras, memórias gráficas e paisagens tipográfica. 2016. **Tese de livre docência** (Faculdade de Arquitetura e Urbanismo) – Universidade de São Paulo, 2016.

FIALHO, F. A. P.; Schulenburg, H. R. W. Interface gráfica, interatividade e suas contribuições através de uma abordagem semiótica. **Travessias**, Cascavel, v. 6, n. 1, p. e6407, 2012. Disponível em: https://saber.unioeste.br/index.php/travessias/article/view/6407. Acesso em: 15 set. 2023.

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica e filosofia**. 9 Ed. São Paulo: Cultrix, 1993. PEÓN, Maria Luísa. **Sistemas de identidade visual.** 3. Ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2003. PINHO, José Benedito. **O poder das marcas**. São Paulo: Summus, 1996.

PORTAL DO MARKETING. **O significado das formas nas logomarcas, símbolos e logotipos.** Disponível em: http://www.portaldomarketing.net.br/o-significado-dasformas-em-publicidade-e-propaganda-as-formas-nas-logomarcas-simbolos- elogotipos. Acesso em 15 set. 2023.

SAUSSURE, Ferdinand de. **Curso de linguística geral**. Organizad por C. Bally e A. Sechehaye, colab. de A. Riedlinger. São Paulo: Cultrix, 1974.

WHEELER, Alina. **Design de identidade de marca**. 5 Ed.. Porto Alegre: Bookman Grupo, 2019.

SOFÁ RESIDENCIAL: ANÁLISE SEMIÓTICA DE PROPOSTA DE SOLUÇÃO POR MEIO DE IA, CONSIDERADOS OS ELEMENTOS CONSTANTES DO BRIEFING[1]

Residential sofa – semiotic analysis of a solution proposal using AI, considering the elements contained in the briefing

NIEMEYER, Lucy
Doutor em Comunicação e Semiótica; ESDI-UERJ
lucy.niemeyer@gmail.com

MONAT, André
Doutor em Engenharia de Sistemas e Computação; ESDI-UERJ
andresmonat@yahoo.com.br

RESUMO

Foi realizado um experimento com objetivo de fazer uma análise crítica de soluções de projeto de design com o uso de Inteligência Artificial. Para tal foi elaborado um briefing de um projeto de assento múltiplo (sofá) para sala de residência de família formada por casal jovem com dois filhos com idades entre 6 e 10 anos. Foram listados requisitos do móvel referentes a estrutura, montagem, manutenção, dimensões, utilização. A partir dessas especificações, o texto foi submetido ao chatbot online de inteligência artificial desenvolvido pela OpenAI – ChatGPT. As descrições obtidas por este meio foram submetidas ao Midjourney. Este é um serviço de inteligência artificial desenvolvido pelo Midjourney, Inc., um laboratório de pesquisa independente baseado em São Francisco. O Midjourney gera imagens a partir de descrições em linguagem natural, chamadas de *prompts*. Ao serem confrontadas a requisitos alinhados no briefing, as propostas construídas digitalmente satisfaziam vários desses itens. A partir da análise

[1] Experiência didática.

semiótica da imagem a partir de categorias da Semiótica de Charles Sanders Peirce, a solução pode ser entendida como um assento múltiplo, como lugar para sentar, deitar, conversar, relaxar, dormir. As formas e cores aplicadas conferem ao móvel representado características de juventude, informalidade, originalidade e ludicidade. No entanto, na solução apresentada não há indicativos de que seriam atendidas as demandas relativas à facilidade de montagem desmontagem, assim como a de simplicidade de substituição e limpeza da forração. Também foram omitidas informações quanto especificações estruturais, materiais e produtivas. Concluindo, a imagem construída com os recursos do ChatCPT e o Midjourney atendeu parcialmente os requisitos listados, tendo havido concentração em peculiaridades referentes a primeiras impressões e soluções que se aproximam mais da obviedade que da criatividade. Criatividade e inovação não foram identificadas na proposta criada por IA.

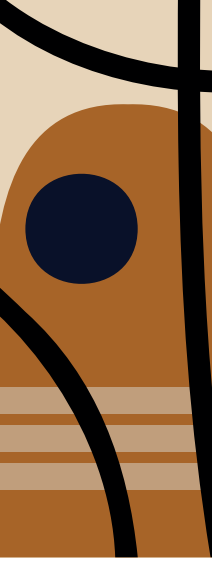
Palavras-chave: Análise Semiótica; Inteligência Artificial; Projeto de Design.

Referências

NIEMEYER, Lucy. **Elementos de Semiótica Aplicados ao Design**. 2. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2007.

SANTAELLA, Lucia. **Teoria Geral dos Signos: Como as Linguagens Significam as Coisas**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

SANTAELLA, Lúcia. **A Percepção: uma Teoria Semiótica**. 2. ed. São Paulo: Experimento, 1998.



SUSPENSÃO: O REGISTRO DE ESPAÇOS E COISAS

Suspension: the register of places and things

KOIKY, Vanessa
Mestranda; Programa de Pós-Graduação em Design – EBA/UFRJ (PPGD EBA/UFRJ)
vanessakoiky@gmail.com

SILVA, Jofre
Doutor; Escola de Belas Artes da UFRJ (EBA/UFRJ)
jofre@eba.ufrj.br

RESUMO

A presente proposta discute o papel da imagem fotográfica no âmbito de uma investigação de mestrado, junto ao Programa de Pós-graduação em Design, da Escola de Belas Artes da UFRJ. Num primeiro momento, dimensão teórica da pesquisa, adota a semiótica Barthesiana quando define a fotografia como uma "evidência intensificada" (1984, p. 96), um dos pontos de partida para a construção de novos espaços do existir. Para o autor, "toda fotografia é um certificado de presença. Este certificado é o gene novo que sua invenção introduziu na família das imagens" (Ibid., p. 73). A apropriação desse gene por meio do uso da tecnologia fotográfica, certifica a existência de espaços registrados pela câmera. Tem a capacidade de atestar a existência do referente por meio de sua presença na imagem. Para Barthes, é a tecnologia fotográfica que registra estes novos mundos em espaços visuais, definidos como "studium". Ela afirma que "isto foi" (p. 68) e, assim, valida a existência de mundos outros. Portanto, no plano prático da investigação, registros fotográficos já existentes são reunidos como elementos de uma nova experiência estética, estabelecendo uma relação diversa entre as coisas. Preservando o atestado da presença que ela carrega inicialmente. Desta forma, são construídos estes espaços de vida e de pensamen-

to: que permitem existências que não seriam possíveis no mundo que nos é apresentado no momento do registro fotográfico. Por exemplo, o ensaio intitulado *Suspensão* busca justapor em um único lugar diferentes espaços que, normalmente, seriam — ou deveriam ser — incompatíveis. Aponta para diversas inquietações do pensamento e do corpo: um emaranhado de regras, constrangimentos, opressões e repressões que se reorganizam, descolam-se e deslocam- se em direção a uma possível reinvenção. Por este motivo, a materialização desses espaços de suspensão, destes "lugares reais fora de todos os lugares" (FOUCAULT, 2013, p. 20) se dá por meio da junção de distintos signos visuais, cada qual carregado de seus próprios sentidos. *Suspensão* torna-se uma nova dimensão destes contraespaços: universos outros que estimulam modos outros de existência (FOUCAULT, 2011). As imagens propõem um vislumbre de maneiras outras de existir em meio às forças que nos conduzem. Fomenta e registra, movimentos de existência pautados pela resistência (que não é uma escolha) ao que já estava instituído quando chegamos ao mundo. Trata-se da conquista de espaços que nos são ou nos foram negados fora das heterotopias. Por meio da fotografia, e seu caráter indicial, as imagens em Suspensão criam outros mundos, possibilitando formular propostas de um modo outro de viver. A partir de hibridizações entre produção analógica — fotogramas produzidos em ampliador — e manipulação digital, o trabalho busca explorar como a combinação de diferentes registros fotográficos, com seus mais diversos significados, podem dar origem a esses novos espaços. Permitem conhecer na prática as inquietações do plano teórico da pesquisa, ampliando a compreensão da singularidade dessa experiência estética.

Palavras-chave: design; fotografia; tecnologia; contraespaços; processos criadores

Referências

BARTHES, R. **A câmara clara**. 7. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2018.

FOUCAULT, M. **A coragem da verdade**. 1. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

FOUCAULT, M. **O corpo utópico, as heterotopias**. São Paulo: n-1 Edições, 2013.

SUSTENTABILIDADE COMUNICACIONAL E CULTURA POPULAR: PESQUISA, ANÁLISE E REPRESENTAÇÃO DO FESTEJO DOS BATE-BOLAS[1]

Communicational sustainability and popular culture: research, analysis and representation of the bate-bolas celebration

MORAIS, Fernanda
Doutoranda; Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio)
fernandamoraismachado@gmail.com

GAMBA JR, Nilton G.
Doutor; Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio)
gambajunior@gmail.com

RESUMO

Este trabalho é um recorte da pesquisa que vem sendo desenvolvida no doutoramento em Design em que investiga como um ilustrador, alteritário a um determinado contexto, pode pesquisá-lo, analisá-lo e comunicá-lo expressivamente fomentando a reflexão sobre um ato responsável ao articular questões éticas e políticas por meio da análise da imagem. A tese tem como campo de pesquisa grupos de Bate-Bolas (mascarados do carnaval) da periferia do Rio de Janeiro. Representar um contexto cultural é um desafio de responsabilidade social e que nos faz perguntar se um ato de representação pode "poluir, intoxicar, falir e prejudicar processos ou sociedades" (GAMBA; SARMENTO, 2019) – uma das questões basilares do que denominamos de sustentabilidade comunicacional. O festejo dos Bate-Bolas encontra-se em um lugar de disputa entre dois discursos: por um lado uma imagem contaminada pelos preconceitos e pelo estigma da violência, constantemente reiterado pela mídia hegemônica, que

[1] Pesquisa de doutoramento em Design.

chamamos "olhar de fora"; por outro, o "olhar de dentro", dos brincantes, reconhece a cultura bate-bola essencialmente por sua expressão artística, pela intensa produção estética e esforço empenhado na criação das fantasias. Portanto, consideramos que elaborar um "olhar híbrido" sobre a cultura bate-bola, ou seja, investigar e assimilar as significações relativas ao festejo atribuídas pelos brincantes seria uma premissa para a construção de uma comunicação socialmente responsável sobre a manifestação. Visando esse objetivo, propomos um estudo particular com o recorte de observação na casaca da fantasia e a elaboração de uma análise semiológica sobre esse artefato. Nos pautamos nos conceitos da semiologia da realidade e da linguagem pedagógica das coisas de Pier Paolo Pasolini (1981) (1990), que favorece a análise crítica sobre contextos culturais articulando aspectos estéticos, sociais e políticos, para investigar as expressões estéticas de culturas locais. As casacas, peça central da indumentária, são confeccionadas a cada ano pelas turmas em processos artesanais ou industriais e sintetizam em imagens o enredo escolhido. Por isso, são consideradas o "coração" da fantasia. Como metodologia, propomos um estudo sobre o processo produtivo das casacas envolvendo a realização de um documentário com o passo a passo da criação. Os registros foram feitos nos barracões dos artistas enquanto eles trabalhavam, e o roteiro e a direção pensado com eles em uma relação horizontal entre pesquisadores e agentes do campo. Assim, estratégias de design em parceria com dimensão colaborativa foram aplicadas como metodologia de pesquisa intervenção. Como resultado, foi produzido um documentário que atende às premissas da sustentabilidade comunicacional. O processo de produção possibilitou mapear as etapas envolvidas na criação das casacas e uma melhor compreensão sobre materiais, técnicas e métodos envolvidos no processo. Com isso prospectamos a elaboração de uma análise híbrida sobre o

artefato, que conjugue diversas camadas de leitura para articular uma leitura semiológica, e sobre o contexto cultural no qual ele se insere. O artigo encerra descrevendo os resultados dessa etapa, sua função e os desdobramentos de seu uso na pesquisa.

Palavras-chave: Cultura popular; Design; sustentabilidade; comunicação; bate-bola

Referências

FARBIARZ, J.; RIPPER, J. L. In COELHO, L.; WESTIN, D. **Estudo e Prática de Metodologia em design nos cursos de pós-graduação**. 1. ed. Rio de Janeiro: Ed. Novas Idéias, 2011.

GAMBA JR, Nilton; SARMENTO, Pedro. Sustentabilidade comunicacional: a realidade pós-editada. **Estudos em Design** | Revista (online), v.27, n. 1, p. 66-90, 2019.

GAMBA JR, Nilton; BASTOS, Desireé; SODRÉ, Ana Claudia; SANTOS, Jocineia; MORAIS, Fernanda. Métodos de Parceria no Design. (Artigo no prelo)

MANZINI, E. **Design para a inovação social e sustentabilidade**: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. Rio de Janeiro: E-papers, 2018. (Cadernos do Grupo de Altos Estudos : v.1). 104 p.

PASOLINI, P. P. **Empirismo Hereje**. Assirio e Alvim Editores. Lisboa, 1981.

PASOLINI, P.P. **Os jovens infelizes, antologia de ensaios corsários**. Editora Brasiliense. São Paulo, 1990.

TECNODISCURSO, POLÊMICA E PERSUASÃO: UMA ANÁLISE DA PRODUÇÃO DIGITAL DA EXTREMA DIREITA BRASILEIRA AO LONGO DOS ÚLTIMOS ANOS[1]

Technodiscourse, polemic and persuasion: an analysis of the digital production of the Brazilian far right over the last few years

GOMES DE OLIVEIRA, Jéssica
Mestre e Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens; Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG)
jessicagomes.mtz@gmail.com

RESUMO

O presente estudo concentra-se na análise da produção digital realizada pela extrema direita brasileira, levando-se em consideração o uso da polêmica como dimensão argumentativa e persuasiva do tecnodiscurso. Para tal, serão utilizadas oito publicações realizadas no perfil oficial do ex-presidente Jair Bolsonaro no *Twitter*[2], observando-se as características discursivas dos enunciados apresentados e expressas pela extrema-direita no Brasil. O embasamento teórico-metodológico do trabalho se funda na Análise do Discurso (AD) de linha francesa, em especial, na Teoria Semiolinguística. Serão utilizados, para o debate proposto, estudos de Amossy (2017, 2020) e Charaudeau (2018, 2020) sobre a polêmica e a argumentação no discurso político, além da natureza dialógica do discurso argumentativo veiculado no ambiente *on-line*. Abordaremos, ainda, a noção de tecnodiscurso proposta por Paveau (2017) e as proposições de Maingueneau (2021) sobre os chamados cibergêneros. Também serão incluídas discussões sobre as metamorfoses do discurso político para sua veiculação em novos espaços comunicacionais, incluindo

[1] Pesquisa desenvolvida no Doutorado em Estudos de Linguagem do CEFET-MG.
[2] Rede social digital recentemente renomeada para 'X'.

as redes sociais digitais, especialmente com base em Courtine (2006), Piovezani (2009), Recuero (2016, 2020) e Emediato (2015). Sabemos que a produção do discurso no ambiente digital tem constituído nova materialidade nos estudos da AD, afinal, neste espaço práticas discursivas são ressignificadas e características do ciberespaço são incorporadas ao discurso. Como pontua Paveau (2017), na análise de discursos produzidos no *Twitter* a noção de ambiente ganha ainda mais relevância, já que dá conta dos aspectos compósitos (tecnolinguísticos e tecnodiscursivos) das mensagens. Emediato (2015), por sua vez, nos lembra que as redes socais podem ser definidas, essencialmente, como rede de discursos ou espaço que é retórico por natureza, sendo capazes de abrigar um universo de discursos, comportando variada cadeia enunciativa que abriga desde orientações políticas e ideológicas até a *self*-exposição. Entretanto, redes como o *Facebook* e o *Twitter*, por exemplo, ainda não possuem altos níveis de controle normativo, o que possibilita a exposição de opiniões numa espontaneidade semelhante à do espaço doméstico, em que a ética pessoal pode ser considerada um dos únicos limites de censura. Ainda segundo o autor supracitado, as opiniões circulantes no *Facebook* e, para nós, também no *Twitter*, estão no limite entre o *doxal* – obedecem a critérios de razoabilidade – e o *adoxal* – ultrapassam o aceitável, o dizível e o razoável. Através da pesquisa proposta, é possível observar o uso de elementos patêmicos e da polêmica como estratégia argumentativa persuasiva no ambiente *on-line*, estruturada a partir da dicotomização com forte potencial agonístico. Um livre espaço de entrecruzamento de discursos é formado, em que valores, imagens e imaginários são (re) construídos e difundidos ao longo do tempo.

Palavras-chave: Tecnodiscurso; Discurso Digital; Discurso Político.

Referências

AMOSSY, R. (Org.). **Apologia da polêmica**. São Paulo: Editora Contexto, 2017.
_____. **A argumentação no discurso**. São Paulo: Contexto, 2020.

CHARAUDEAU, P. **Discurso político**; tradução Fabiana Komesu e Dilson Ferreira da Cruz. 2. ed., 4ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2018.
_____. **A conquista da opinião pública**: como o discurso manipula as escolhas políticas. São Paulo: Contexto, 2020.

COURTINE, J-J. **Metamorfoses do discurso político:** derivas da fala pública. São Carlos: Claraluz. 160 p. 2006.

EMEDIATO, W. Discurso e web: as múltiplas faces do Facebook. **Revista da ABRALIN**, [S. l.], v. 14, n. 2, 2015. Disponível em: https://revista.abralin.org/index.php/abralin/article/view/1262. Acesso em: 18 maio. 2023.

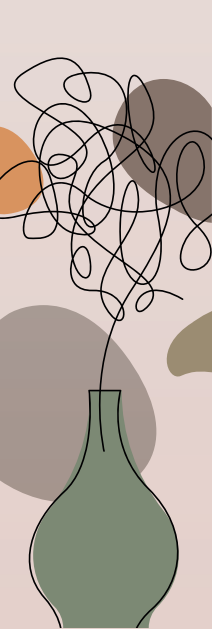
MAINGUENEAU, Dominique. Prefácio. Das razões para ler Ressignificação em contexto digital. *In:* **Ressignificação em contexto digital**. São Carlos: EdUFSCar, 2021.

PAVEAU, Marie-Anne. **L'Analyse du discours numérique. Dictionnaire des formes et des pratiques.** Paris: Hermann. 2017. Análise do discurso digital: dicionário das formas e das práticas. Organizador/a da tradução: Julia Lourenço e Roberto L. Baronas, Campinas: Pontes, 2021.

PIOVEZANI, C. F. 2009. **Verbo, Corpo e Voz:** dispositivos de fala pública e produção da verdade no discurso político. 1. ed. São Paulo: Editora UNESP, 2009. v. 500. 367p.

RECUERO, R. Discurso mediado por computador nas redes sociais. *In:* ARAÚJO, J.; LEFFA, V. (org.). **Redes Sociais e Ensino de Línguas:** O que temos a aprender? São Paulo: Parábola, 2016. p. 17-32, v. 1.

_____. #FraudenasUrnas: estratégias discursivas de desinformação no *Twitter* nas eleições 2018. **Rev. bras. linguist. apl**., v. 20, n. 3, 2020. Disponível em: https://www.scielo.br/j/rbla/a/vKnghPRMJxbypBVRLYN3YTB/?lang=pt Acesso em: 16 maio. 2023.



TECNOLOGIAS DIGITAIS E OS SENTIDOS DA IMAGEM FOTOJORNALÍSTICA CONTEMPORÂNEA[1]

Digital technologies and the meanings of contemporary photojournalistic images

CAMPOS, Monique
Doutoranda; Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)
monique.campos@ufjf.br

PERNISA JÚNIOR, Carlos
Doutor; Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)
carlos.pernisa@ufjf.br

RESUMO

O presente trabalho discute a condição atual da fotografia de notícia e traça perspectivas sobre as interações contemporâneas com o fotojornalismo pelas vias teóricas da midiatização profunda (COULDRY; HEPP, 2016; HEPP, 2020; CARLÓN, 2020) e da ubiquidade (LEMOS, 2021; SANTAELLA, 2007, 2013). A fotografia jornalística se inscreveu no contexto das condições e repercussões das visualidades na sociedade moderna enquanto relevante construtora de sentidos sobre os acontecimentos do mundo. Na sociedade da informação, altera-se o paradigma imagético: a desterritorialização e a extensão da fotografia para direções inéditas marcam o contexto atual, incluindo as ligações renovadas com a arte, afirmação da individualidade do fotógrafo e do dialogismo, o que ressalta o seu regime de expressão (ROUILLÉ, 2009).

[1] Este resumo aborda discussões teóricas propostas na tese de doutorado em desenvolvimento com o título provisório "Jovens, visualidades e redes de notícias: um estudo sobre leituras e circulação da fotografia jornalística nos ambientes virtuais", na linha de pesquisa Mídias e Processos Sociais do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora.

A digitalização inaugurou processos transformados de usos e interações com a fotografia jornalística, a qual passa a não ter uma existência física e sim simulada, a partir de dados binários. Assim, toda uma lógica de institucionalização e legitimação do fotojornalismo é abalada, de modo que elementos tradicionais – o testemunho, o instantâneo e o modelo pautado pela objetividade – cedem lugar para o que caracteriza a fotografia expandida (AVANCINI, 2017). Nesse conceito estão incluídas dimensões complexas, como a entrada da realidade virtual, aumentada e mista (SANTAELLA, 2021). Os fluxos das notícias se dão sob novas estruturas, assim como modificam-se os elementos de reconhecimento dos papéis sociais e valores jornalísticos. No que diz respeito às sociabilidades, cada vez mais artefatos se tornam dispositivos de mídia interconectados e, dessa maneira, há uma intensificação da dependência das infraestruturas e conteúdos midiáticos por parte dos atores sociais. A lógica está baseada na programação do consumo e geração de dados – a mediação automatizada. Nesse contexto comunicacional, entram em cena os dispositivos móveis e a institucionalização de uma gama de plataformas digitais que passam a compor os processos interacionais, remodelando, entre outros valores públicos, os das notícias (VAN DIJCK; POELL; WALL, 2018). A ideia de plataforma se baseia na conectividade e no intercâmbio de dados, já que tecnologia e atividade interativa constituem suas lógicas e infraestruturas (D´ANDRÉA, 2020). De forma intrínseca à plataformização, o fotojornalismo para dispositivos móveis traduz uma série de implicações da convergência entre mobilidade física e informacional (SILVA, 2015), incluindo os aspectos tecnológicos como câmeras de alta qualidade nos *smatphones*, facilidade de acesso e uso de aplicativos de edição fotográfica, além dos sistemas de geolocalização. Assim, o fotojornalismo pensado para os dispositivos móveis ganha amplitude pela sua configuração voltada aos entrecruzamen-

tos dos espaços de fluxos e dos de lugar, enquanto elemento da comunicação ubíqua (SANTAELLA, 2003). As fotografias jornalísticas compõem diversos ecossistemas comunicacionais e redes interativas, integrando a vida *online* e *offline* em seus modos de proliferação, apropriação e manipulação. Nesse sentido, mobilizamos teorias e pesquisas com o intuito de compreendermos as inter-relações entre processos sociais e fenômenos tecnológicos no que diz respeito às imagens fotojornalísticas. Como resultado, delineamos aspectos relevantes a serem observados em uma pesquisa empírica, de caráter qualitativo, que busca os sentidos redirecionados ao fotojornalismo na experiência noticiosa e enquanto fenômeno cultural.

Palavras-chave: Fotojornalismo; Midiatização profunda; Dispositivos móveis.

Referências

AVANCINI, Atílio José. A expansão do fotojornalismo. **Revista Extraprensa**. São Paulo, v. 11, n. 1, p. 241-255, 2017.

CARLÓN, Mário. Entre el poder de los enunciadores y el poder de los discursos. La circulación hipermediática de las imágenes contemporáneas. *In:* FERREIRA, Jairo et al (org). **Redes, sociedade e *pólis***: recortes epistemológicos na midiatização. Santa Maria, RS: FACOS-UFSM, 2020.

COULDRY, Nick; HEPP, Andreas. **The Mediated Construction of Reality:** Society, Culture, Mediatization. Cambridge: Polity Press, 2016.

D´ANDRÉA, Carlos. **Pesquisando plataformas online**: conceitos e métodos. Salvador: EDUFBA, 2020.

HEPP, Andreas. Da midiatização à midiatização profunda. *In:* FERREIRA, Jairo; FAUSTO NETO, Antonio; GOMES, Pedro Gilberto; BRAGA, J. L.; ROSA, A. P. (Org.). **Midiatização, polarização e intolerância:** entre ambientes, meios e circulações. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2020, v. 1, p. 23-38. Disponível em: https://midiaticom.org/files/midiatizacao-polarizacao--intolerancia/22/.

LEMOS, A. Dataficação da vida. **Civitas: revista de Ciências Sociais**, *[S. l.]*, v. 21, n. 2, p. 193–202, 2021. DOI: 10.15448/1984-7289.2021.2.39638. Disponível em: https://revistaseletronicas.pucrs.br/index.php/civitas/article/view/39638. Acesso em: 4 ago. 2023.

ROUILLÉ, André. **A fotografia**: entre documento e arte contemporânea. São Paulo: Senac, 2009.

SANTAELLA, Lucia. Espaços líquidos da mobilidade. *In:* SANTAELLA, Lucia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007. p. 155-187.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação ubíqua**: repercussões na cultura e na educação. São Paulo: Paulus, 2013.

SANTAELLA, L. A NATUREZA METAMÓRFICA DA FOTOGRAFIA. **Projeto História : Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados de História**, *[S. l.]*, v. 70, 2021. DOI: 10.23925/2176-2767.2021v70p65-91. Disponível em: https://revistas.pucsp.br/index.php/revph/article/view/51894. Acesso em: 1 ago. 2023. SILVA, Fernando Firmino da. **Jornalismo móvel**. Salvador : EDUFBA, 2015.

VAN DIJCK, J.; POELL, T.; WALL, M. **The Platform Society**: public values in a connective world. Londres: Oxford Press, 2018.

#TERRADOSPRESIDENTES: UMA NARRATIVA CRIATIVA SOBRE A CIDADE DE SÃO BORJA/RS NO INSTAGRAM[1]

#TERRADOSPRESIDENTES: A creative narrative about the city of São Borja, RS, on Instagram.

PUJOL, Francine da Silva
Mestranda em Comunicação e Indústria Criativa; Universidade Federal do Pampa (Unipampa)
franpujol@gmail.com

RENATA, Patrícia Corrêa Coutinho
Doutora; Universidade Federal do Pampa (Unipampa)
renatacoutinho@unipampa.edu.br

RESUMO

A presente pesquisa explorou a cidade de São Borja, localizada na fronteira oeste do estado do Rio Grande do Sul, considerada uma das mais antigas do estado e berço de importantes eventos históricos e culturais. A facilidade de publicação e compartilhamento de conteúdo e o desenvolvimento de novas tecnologias têm afetado a maneira de contar histórias, fazendo com que narrativas que antes eram contadas através de textos e imagens, hoje sejam contadas nas redes sociais, principalmente no *Instagram*, através de recursos audiovisuais como fotos e vídeos. A partir disso, partimos do pressuposto de que a utilização de postagens publicadas em perfis pessoais ou empresariais públicos, no *Instagram*, poderia se apresentar como uma forma para compreendermos como a cidade de São Borja tem sua história contada. Nessa perspectiva, considerou-se que narrativas podiam ser desenvolvidas sobre a cidade de São Borja/RS a partir da análise de

[1] Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação stricto sensu em Comunicação e Indústria Criativa da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para obtenção do Título de Mestre em Comunicação e Indústria Criativa.

postagens públicas disponíveis no *Instagram*. A partir disso, chegamos à questão norteadora desta pesquisa: quais os sentidos em circulação sobre São Borja "terra dos presidentes" nos perfis públicos do *Instagram* na criação de uma narrativa criativa sobre a cidade? O objetivo geral do estudo foi o de conhecer os sentidos em circulação sobre a cidade na criação de uma narrativa criativa, enquanto os objetivos específicos incluíram a discussão do conceito de narrativa criativa, o mapeamento dos sentidos presentes nas publicações disponíveis em perfis públicos com a hashtag #terradospresidentes e a identificação das potencialidades oferecidas pelo *Instagram* para essa construção narrativa. A produção desse trabalho se justifica pela relevância de contribuir para o campo científico-teórico, enriquecendo os estudos de comunicação e indústria criativa. Além disso, oferece uma abordagem prática ao analisar postagens no *Instagram*, promovendo a compreensão das potencialidades das mídias sociais. No âmbito social, destaca a importância de valorizar o espaço geográfico da cidade e a perspectiva dos atores sociais que nela habitam. O estudo é uma pesquisa qualitativa, que não busca obter quantificação de valores ou trocas simbólicas, desenvolvido a partir de uma pesquisa básica, bibliográfica e documental, onde os documentos considerados são as postagens retiradas de perfis públicos no *Instagram*. Além disso, o trabalho seguiu uma metodologia que incluiu a análise de conteúdo de Bardin (2011), com foco na análise de 100 postagens públicas com a *hashtag* #terradospresidentes no Instagram. Os resultados revelaram que a narrativa criativa de São Borja transcende o título oficial da cidade e abrange uma série de sentidos e significados, proporcionando uma compreensão mais profunda do seu espaço. Para além disso, também mostraram refletir a presença e a contribuição das Indústrias Criativas na cidade, impulsionando o desenvolvimento econômico e cultural local. Afinal, embora não fosse

nosso objetivo, a análise dos dados nos conduziu a perceber uma identificação entre os sentidos em circulação nas postagens e os setores criativos vinculados à Indústria Criativa, conforme a UNCTAD, 2010. Por fim, entendemos que as publicações analisadas eram fragmentos que, interconectados pela *hashtag*, podem ser lidos como uma narrativa sobre a cidade, promovendo uma leitura que destaca atributos aos setores criativos.

Palavras-chave: Narrativa Criativa; São Borja; Instagram.

Referências

ALMEIDA, A. Ariadne Domingues. Como posso te achar no Facebook? você me acha como... questões sobre metonímia, modernidade líquida e emoção na antroponímia. **Linguística, Montevideo**, v. 36, n. 1, p. 81-101, 2020. Disponível em: http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?.Acesso em: 19 maio 2023.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2011.

BARTHES, R. **O óbvio e o obtuso:** ensaios críticos III. Rio de Janeiro: Nova Fronteira,1982.

BAUMAN, Zygmunt. **44 cartas do mundo líquido moderno**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2011.

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

BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade**: a busca por segurança no mundo atual. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. 1.ed. Rio de Janeiro: J. Zahar Ed., 2001.

BBC NEWS BRASIL. Época Negócios. **Brasil é 2º em ranking de países que passam mais tempo em redes sociais**. 2020. Disponível em: https://epocanegocios.globo.com/Tecnologia/noticia/2019/09/brasil-e-2-em-rankingde-paises-que-passam--mais-tempo-em-redes-sociais.html.Acesso em: 23 maio 2023.

BENÉVOLO, Leonardo. **História da Cidade** . São Paulo: Perspectiva, 1999.

BOENI, Ramon. **O podcast como voz da diversidade**: uma análise da produção LGBTQIA+ na podosfera a partir do programa Poc de Cultura. 90 p.

CAMPANELLA, Bruno. **Os olhos do grande irmão**:uma etnografia dos fãs do Big Brother Brasil. Porto Alegre: Editora Sulina, 2012.

CLANDININ, D. J.; CONELLY, F. M. **Pesquisa narrativa**: experiências e história na pesquisa qualitativa. Tradução: Grupo de Pesquisa Narrativa e Educação de Professores ILEEL/UFU. Uberlândia: EDUFU, 2011.

CORREIA, G. B.; CORREIA, J. B. S. São Borja, a Capital do Fandango na visão da indústria criativa: potencialidades e a geração de desenvolvimento socioeconômico sustentável. *In:* **Anais [...]**3o EMiCult – Encontro Missioneiro de Estudos Interdisciplinares em Cultura, v.3, agosto. 2017. ISSN 2447-8865. Santo Ângelo/RS.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil platôs.** Rio de Janeiro: Editora 34, 1995.

DI SANTI, Romina Noelia Fernández. Eva Stories:elnuevo modelo de falso documental para redes sociales. *In:*CAMINOS, Alfredo; MÉDOLA, Ana Sílvia; SUING, Abel (orgs.). **A nova televisão**: do Youtube ao Netflix. Ria Editoral, 2019.

DURKHEIM, Émile. Representações Individuais e Representações Coletivas. *In:* **Sociologia e Filosofia**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

DUARTE, Talita Aparecida da Costa; SILVA, Valdir. **REDES SOCIAIS E CONSTRUÇÕES NARRATIVAS NO CONTEXTO VIRTUAL**. Revista de Estudos Acadêmicos de Letras, [S. l.], v. 8, n. 2, 2016. DOI: 10.30681/real.v8i2.917. Disponível em: https://periodicos.unemat.br/index.php/reacl/article/view/917. Acesso em: 9 set. 2023.

FEIL, Gabriel Sausen. **Comunicação e indústria criativa:** modos de usar. Animus, Santa Maria, v. 16, n. 32, 2017.

FRIDMAN, Luis Carlos. **Pós-modernidade:** sociedade da imagem e sociedade do conhecimento'. História, Ciências, Saúde Manguinhos, VI(2), 353-75, jul.-out. 1999. Disponível em https://doi.org/10.1590/S0104-59701999000300007. Acesso em: 03 de setembro de 2023.

FLUSSER, V. **Filosofia da caixa preta**: ensaios para uma futura filosofia da fotografia.São Paulo: Hucitec, 1985.

FRANÇA, Vera; GUIMARÃES, César. **Na mídia, na rua**: narrativas do cotidiano. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

GANCHO, Cândida Vilares. **Como analisar narrativas**. São Paulo: Ática, 1991.

GLADWELL, Malcolm. **O ponto da virada:** the tipping point. Rio de Janeiro: Sextante, 2013.

G1. **Primeira foto publicada no Instagram faz quatro anos.** Publicado em 16 de jul. de 2014. Disponível em: http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/07/prime ira-foto- publicada-no-instagram-faz-quatro-anos.html. Acesso em: 14 maio 2023.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana.** Petrópolis: Editora Vozes, 2014.

GOVERNO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL. **Decreto n. 35.580**, de 11 de outubro de 1994. Declara São Borja "Cidade Histórica" e dá outras providências. Porto Alegre, 11 out. 1994. Disponível em: http://www.al.rs.gov.br/legis/M010/M0100 099.ASP?Hid_Tipo=TEXTO&Hid_TodasNormas=12649&hTexto=&Hid_IDNorma=1 2649. Acesso em: 01 jun. 2023.

GOVERNO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL. **Lei 15.093**, de 3 de janeiro de 2018. Declara o Município de São Borja Capital Gaúcha do Fandango. Porto Alegre, 11 out. 1994. Disponível em: http://www.al.rs.gov.br/legis/M010/M0100099.ASP?Hid_ Tipo=TEXTO&Hid_TodasNormas=64334&hTexto=&Hid_IDNorma=64334. Acesso em: 01 jun. 2023.

GOVERNO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL. **Lei n. 13.041**, de 25 de setembro de 2008. Declara a Cidade de São Borja, Terra dos Presidentes. Porto Alegre, 25 set. 2008. Disponível em: http://www.al.rs.gov.br/filerepository/repLegis/arquivos/13.041.pdf. Acesso em: 01 jun. 2023.

JAMBEIRO, O.; FERREIRA, F. Compreendendo as indústrias criativas de mídia: contribuições da economia política da comunicação.**Revista Comunicação Midiática**, v.7, n.3, p.178-194. Salvador/BA, dez./2012.

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

JODELET, Denise. Representações sociais: um domínio em expansão.*In:*JODELET, D. (Org.). **As representações sociais**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001.

JOHNSON, S. **Emergência**: a dinâmica de rede em formigas, cérebros, cidades e softwares. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

JOLY, Martine (1994) — **Introdução à Análise da Imagem**, Lisboa, Ed. 70, 2007.

LEAL, Bruno. Saber das narrativas: narrar**.** *In:*FRANÇA, Vera; GUIMARÃES, Cesar (orgs.). **Na mídia na rua**: narrativas do cotidiano. Belo Horizonte: Autêntica, 2006. pp. 19-27.

LEFEBVRE, H. **O direito à cidade**. São Paulo: Centauro Editora, 2011.

LEMOS, André; LÉVY, Pierre. O **Futuro da internet:** em direção a uma ciberdemocria. São Paulo: Paulus, 2010.

LÉVY, P. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: ed. 34, 1999. LYNCH, Kevin. **The image of the city**. Cambridge: The M.I.T. Press, 1960.

LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. **A tela global**: mídias culturais e cinema na era hipermoderna. Tradução Paulo Neves. Porto Alegre: Sulina, 2009.

LOPES, H. E. N. **Web City Marketing**: análise aos websites das cidades médias portuguesas. Covilha: Universidade da Beira

Interior, 2012. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Dissertação de Mestrado. Disponível em: https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/3106/1/Disserta%c3%a7%c3%a3o_City%2 0Marketing.pdf. Acesso em: 01 jun. 2023.

MAUAD, Ana Maria de S. A. **Fotografia e história: possibilidades de análise.** *In:* CIAVATTA, M.; ALVES, Nilda (Org.). A leitura de imagens na pesquisa social: história, comunicação e educação. São Paulo: Cortez, 2004. p. 19-36.

MANOVICH, Lev. **Instagram and Contemporary Image.** 2016. Disponível em:http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporaryimage.Acesso em 01 jun. 2023.

MENDES, F.; RODRIGUES, F. P.; M. RETAMOZO, A. S.A dimensão imaterial dos bens culturais de São Borja.*In:* PINTO, M.; SILVA, J. (Org.) **História, memória e as paisagens culturais da cidade histórica de São Borja**. 1. ed. Erechim: Editora Erechim, 2015

MOSCOVICI, Serge. Onsocial representations.*In:* FORGAS, J. P. (org**.) Social Cognition**: perspectives oneverdayunderstanding. Londres: Academic Press, 1981.

MONTARDO, Sandra. **Selfies no Instagram: implicações de uma plataforma na configuração de um objeto de pesquisa**. Galáxia (São Paulo), São Paulo, n. 41, p. 169- 182, ago. 2019. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1982-25532019000200169&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 18 mai. 2023.

MOREIRA, P.H.V.M. **Gestão de Marcas Cidade**: o caso da marca Porto Turismo. Porto: Universidade do Porto, 2010. Facul-

dade de Economia, Dissertação de Mestrado. Disponível em: https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/56172/2/Gesto%20de%20%20marcas%20cidade.pdf . Acesso em: 14 de mai. 2023.

MUSSE, Ferraz Mariana. **Narrativas fotográficas no Instagram**: autorrepresentação, identidades e novas sociabilidades. Florianópolis: Insular, 2017.

MUSSO, Pierre. A filosofia da rede. *In:*PARENTE,André (org.), **Tramas da rede**: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação. Porto Alegre: Sulina, 17-38, 2010.

OLIVEIRA, Fernando. **Instagram UI UX**: Avaliando Interface e Experiência no Instagram. 9 de junho de 2023. Disponível em: https://awari.com.br/instagram-ui-ux – avaliando-interface-e-experiencia-no-instagram/?utm_source=blog. Acesso em: 03 de setembro de 2023.

OPINION BOX. **Pesquisa Instagram no Brasil** – Janeiro/2023. Disponível em: https://blog.opinionbox.com/pesquisa-instagram/. Acesso em: 03 de setembro de 2023.

PARENTE, André (org.). **Tramas da rede**:novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2010.

PEREIRA, Ariel Romualdo. **O Instagram como nova plataforma de narrativas audiovisuais: o caso @eva.Stories**. Juiz de Fora: Universidade Federal de Juiz de Fora, 2019. Instituto de Artes e Cinema. Trabalho de conclusão de curso. Disponível em: https://repositorio.ufjf.br/jspui/bitstream/ufjf/11535/1/arielromualdopereira.pdf. Acesso em: 14 de maio de 2023.

PINHEIRO, DJF; SILVA, MA. **Visões imaginárias da cidade da Bahia**: diálogos entre a geografia e a literatura [on-line]. Salvador: EDUFBA, 2004. 184 p.

PINTO, A. P. G. M.; MENESES, C. M. R. **O marketing de lugares e suas implicações na revitalização de áreas urbanas**: estudos de casos nas cidades de Belém, Brasil e Arequipa, Peru. SEGeT-Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 2010.

PINTO, M. "**Primeiro dos Sete Povos das Missões" a "Terra dos Presidentes":** uma análise das políticas e das representações do patrimônio na cidade natal de Getúlio Vargas. Patrimônio e Memória (UNESP) , v. 6, p. 261-286, 2010.

PINTO, M.; SILVA, J. V. (Org.) **História, memória e as paisagens culturais da cidade histórica de São Borja**. 1. ed. Erechim: Editora Erechim, 2015

PREFEITURA DE SÃO BORJA. **História.** São Borja, 2019. Disponível em: https://www.saoborja.rs.gov.br/index.php/historia. Acesso em: 01 jun. 2023.

RBS NOTÍCIAS, Globoplay. **São Borja vira a capital do fandango durante a Semana Farroupilha**. Exibição em 17 de set. de 2015. Disponível em: https://globoplay.globo.com/v/4475349/. Acesso em: 01 jun. 2023.

RECUERO, Raquel. **A Conversação em Rede.** Porto Alegre: Sulina, 2012. RECUERO, Raquel. **As redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RECUERO, Raquel. **Atos de Ameaça a Face e a Conversação em Redes Sociais na Internet**. *In:* PRIMO, Alex (Org.). Interações em rede. Porto Alegre: Sulina, 2013.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na Internet.** Porto Alegre: Editora Meridional, 2011.

RELATÓRIO de Economia Criativa 2010. **Economia criativa**: uma opção de desenvolvimento viável. Brasília: Secretaria da Economia Criativa/Minc; São Paulo: Itaú Cultural, 2012.

RODRIGUES, F. **A cidade de São Borja parece anular a suas representações identitárias do período reducional missioneiro** [..]. São Borja, 07 mai. 2019. Facebook: Fernando Rodrigues @fernando.rodrigues.12914. Disponível em: https://www.facebook.com/fernando.rodrigues.12914/posts/10206407119812241. Acesso em 01 de jun. de 2023.

ROSÁRIO, Nísia M.; AGUIAR, Lisiane M. **Pluralidade metodológica**: a cartografia aplicada às pesquisas de audiovisual. *In:* **Revista Comunicación**, n.10, v.1, 2012, p.1262-1275.

SANTAELLA, L. **Comunicação e pesquisa**: projetos para mestrado e doutorado. São Paulo: Hacker Editores, 2001.

SANTAELLA, L. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

SANTAELLA, L. **Comunicação ubíqua**:repercussões na cultura e na educação. São Paulo: Paulus, 2013.

SASTRE, A. O city marketing e a experiência transmídia da Prefeitura de Curitiba. *In:* BERETTA, R. C. S.; SASTRE, A. (Org.) **Olhares para o território**: perspectivas e experiências. Bebedouro: Instituto Municipal de Ensino Superior: Clube dos autores, 2016. Disponível em: https://www.academia.edu/37044818/O_city_marketing_e_a_experiencia_transmidia_da_Prefeitura_de_Curitiba. Acesso em: 01 jun. 2023.

SCHONS, C. H. O volume de informações na internet e sua desorganização: reflexões e perspectivas. **Informação & Informação**, v. 12, n. 1, p. 1-16, 2007.

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

SÉRVIO, P. Birdman. **Educação da cultura visual e diferença cultural.** Dissertação (Mestrado em Cultura Visual) – Universidade Federal de Goiás: Goiânia, 2011.

SILVEIRA, D. T; CÓRDOVA, F. P. A pesquisa científica.*In:* **Método de Pesquisa.** 1.ed. editora UFRGS. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2009.

SIMON, Herbert A. **Designingorganizations for aninformation-rich world**:computers, communication, andthepublicinterest. Baltimore, 1971. p. 40-41.

SOUZA, Joyce; AVELINO, Rodolfo; SILVEIRA, Sérgio (Orgs). **A sociedade de controle**: manipulação e modulação nas redes digitais. São Paulo: Hedra, 2018.

SQUIRE, C. **O que é narrativa?**. Civitas: revista de Ciências Sociais, [S. l.], v. 14, n. 2, p. 272–284, 2014. DOI: 10.15448/1984-7289.2014.2.17148. Disponível em: https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/civitas/article/view/17148. Acesso em: 4 set. 2023.

STATISTA. **Número de usuários do Facebook no Brasil de 2017 a 2025.** 2020. Disponível em: https://www.statista.com/statistics/244936/number-offacebook-users-in-brazil/. Acesso em: 23 maio 2023.

TAVARES, Leandro Anselmo Todesqui. **A depressão como mal-estar contemporâneo:** medicalização e (ex)-sistência do sujeito depressivo. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010. (Coleção PROPG Digital – UNESP). Disponível em: http://hdl.handle.net/11449/109146. Acesso em: 16 maio 2023.

TOMAEL, Maria; MARTELETO, Regina. Redes sociais: posições dos atores no fluxo da informação. **Revista Eletrônica Biblioteconomia Ciência da Informação**, v. especial, 2006. Disponível em: http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/342/387. Acesso em: 16 maio 2023.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2004.

TRINDADE, F. de M. Análise da paisagem urbana edificada de São Borja – RS: potencial turístico não explorado. *In:* 7° Seminário de Pesquisa em Turismo doMERCOSUL – SeminTUR, 2012, Caxias do Sul. **Anais**... VII Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL, 2012.

WEISS, C. S; TAFNER, E. P; LORENZI, E. M. B; EWALD, L. **Comunicação e linguagem.** Indaial: UNIASSELVI, 2018.

WERRES, Joyce. **Jung e os desafios contemporâneos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

WOLF, Maryanne. **O cérebro no mundo digital**: os desafios da leitura na nossa era. Editora Contexto, 2019.

TEXTURAS DO OLHAR DIGITAL: UM ESTUDO SEMIÓTICO SOBRE A PADRONIZAÇÃO FOTOGRÁFICA EM SÉRIES DE *STREAMING*[1]

Textures in digital visual reception: a semiotic study of photographic sameness in series from a streaming service

RIBEIRO, Vinicius Cabral
Mestre; Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG)
viniciuscabralribeiro@gmail.com

FRANCO, Juliana Rocha
Doutor; Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG)
juliana.franco@uemg.br

RESUMO

O termo "textura", em sua etimologia, está ligado aos conceitos de tecido, encadeamento e ligação. Nas artes visuais, a textura tem sido historicamente associada às características materiais e táteis presentes em uma imagem, representando as propriedades intrínsecas e gerais de uma superfície, como uma tela ou uma gravura. Este estudo tem como objetivo explorar como a produção audiovisual contemporânea de filmes e séries, apoiada por tecnologias digitais tanto na captura quanto na reprodução, manifesta características específicas em relação a elementos visuais, notadamente a textura, e sua interação com outros elementos, como cor e composição. A hipótese central deste estudo é a de que, por meio da textura, ocorre um processo de homogeneização da percepção visual. Observa- se, por exemplo, que em um mesmo serviço de streaming, como a Netflix, diferentes conteúdos frequentemente apresentam propriedades qualitativas muito similares. Para analisar essa questão, recorremos à te-

[1] Experiência didática.

oria de Charles Sanders Peirce, especialmente às categorias de signos e às definições específicas de Qualisigno, Ícone e Rema. Utilizando essas bases teóricas, este estudo realizou uma análise de quadros (frames) de diferentes séries disponíveis na Netflix, demonstrando profundas similaridades relacionadas à textura entre elas. Este trabalho se apoia nas semioses de primeiridade, destacando o Qualisigno como um elemento fundamental para a decomposição das propriedades qualitativas das imagens de séries capturadas em locais geograficamente distintos, com enredos e conceitos extremamente diversos, mas que compartilham similaridades notáveis na perspectiva das talidades. O objetivo principal é evidenciar como a semiótica pode ser uma ferramenta valiosa para a compreensão das experiências sensoriais ao interagir com a fotografia digital de diversos produtos dentro de uma mesma plataforma de streaming.

Palavras-chave: Audiovisual; Semiótica; Digital.

Referências

DONDIS, Donis A. **A sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins fontes, 2015. CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Ubu Editora, 2022.

MACHADO, Arlindo. **Ilusão Especular**. São Paulo: Editora Brasiliense, 2023. EISENSTEIN, Sergei. **A forma do filme.** São Paulo: Editora Zahar, 236 p, 1990.

SONTAG, Susan. **Sobre fotografia.** São Paulo: Editora Companhia das Letras, 224 p, 2004.

PEIRCE, Charles S. **Collected papers of Charles Sander Peirce,** v. I-VIII, Harvard University Press, 1931-58.

PEIRCE, C.S. **The Essential Peirce, I,** Bloomington: Indiana University Press, 1992. PEIRCE, C.S. **The Essential Peirce, II,** Bloomington: Indiana University Press, 1998.

SANTAELLA, Lúcia *et al.* **Por uma semiótica não tergiversante: análise do site Conductor-MTA.me.** LÍBERO, n.28, p 37-76, 2011.

TRADUZINDO UMA INTERPRETAÇÃO DA SEMIÓTICA NO DIREITO[1]

Translating an interpretation of semiotics in Law.

MELLO, Patrícia Sosa
Doutoranda, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP)
psosamello@hotmail.com

HOSS, Rafael Alfredo Weber
Doutorando, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP)
rafa_hoss@hotmail.com

HESSEL, Ana Maria Di Grado
Doutora, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP)

RESUMO

Este ensaio examina a intersecção entre semiótica e o direito, aplicando os princípios semióticos à interpretação das normas jurídicas. Usando a teoria dos signos de Peirce, discutimos como a realidade se manifesta de maneira diferente na literatura e na escrita científica, delineando três categorias de realidade – Primeiridade, Secundidade, e Terceiridade. Este ensaio também é fortemente embasado nos trabalhos de Winfried Nöth (2004, 2016) e Lucia Santaella (2004, 2009). Peirce (2005, p. 46), define o signo como "[...] aquilo que, sob certo aspecto ou modo, representa algo para alguém. Dirige-se a alguém, isto é, cria na mente dessa pessoa, um signo equivalente, ou talvez um signo mais desenvolvido. Ao signo assim criado denomino interpretante do primeiro signo. O signo representa alguma coisa, seu objeto. Representa esse objeto não em todos os seus aspectos, mas com referência a um tipo de ideia que eu, por vezes, denominei fundamento do

[1] Resultado de estudo desenvolvido durante disciplina de doutorado.

signo". Santaella (2004, p. 8), ao caracterizar signo, afirma que "signo é qualquer coisa de qualquer espécie [...] que representa outra coisa, chamada de objeto do signo, e que produz um efeito interpretativo em uma mente real ou potencial". Fundamentada na obra de teóricos como Ferdinand de Saussure e Charles Sanders Peirce, a semiótica, por sua vez, examina todos os fenômenos culturais como sistemas de signos. O objetivo deste estudo então é analisar os processos de interpretação e significação no direito a partir de uma perspectiva semiótica, oferecendo novas possibilidades de compreensão das normas jurídicas. A reflexão segue duas principais linhas de discussão. A primeira parte dedica- se à análise do discurso, com base na teoria geral dos signos e em uma teoria semiótica mais abrangente da interpretação. A segunda parte foca na tradução da interpretação, considerando a norma jurídica como um signo e explorando a semiose infinita no contexto do Direito. Assim, ao se considerar a norma jurídica como um signo, de acordo com a teoria de Peirce, se estabelece uma relação triádica entre o representamen (o texto legal ou a manifestação simbólica), o objeto (a conduta humana que a norma pretende regular) e o interpretante (o efeito que a norma produz ao ser interpretada e aplicada). Esta abordagem permite uma compreensão mais profunda da forma como as normas jurídicas são criadas, interpretadas e aplicadas, e da forma como elas moldam e são moldadas pelo contexto social e cultural. Também é necessário se discutir a importância de uma cultura intelectual comum e a necessidade de coerência no discurso científico. Concluímos que a semiótica pode ser aplicada de forma proveitosa ao Direito, ampliando a compreensão dos processos de significação, comunicação e interpretação presentes no sistema jurídico. Para alcançar uma difusão da temática no curso de graduação em Direito em uma universidade de São Paulo, as temáticas deste ensaio passaram a ser abordadas na disciplina de Metodologia da

Pesquisa Jurídica. A interpretação das normas jurídicas através de uma lente semiótica fornece novas ferramentas para juristas, legisladores e acadêmicos, enriquecendo a compreensão do direito e permitindo a construção de sistemas jurídicos mais justos e eficazes.

Palavras-chave: Semiótica; direito; interpretação; normas jurídicas; análise do discurso.

Referências

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica**. 3. ed. São Paulo: Perspectiva, 2005

NÖTH, Winfried. Análise de discurso com Peirce: interpretar, raciocinar e o discurso como argumento. **Intexto**, Porto Alegre, n. 37, p. 34-46, set./dez. 2016. Disponível em: https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/download/68252/39624/290800. Acesso em: 22 set. 2023.

SANTAELLA, L. Contribuições do pragmatismo de Peirce para o avanço do conhecimento. **Revista de Filosofia**, Curitiba, v. 18, n. 18, p. 75–86, jan./jun., 2004.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 2009.

SANTAELLA, Lucia; NÖTH, Winfried. **Comunicação e semiótica**. São Paulo: Hacker, 2004.

ÍNDICE ONOMÁSTICO

ALMEIDA, Christiane Camara de ▪ 94
ALVES, Davi Neiva ▪ 119
ALVES, Gilfranco ▪ 72
ALVES, Taís ▪ 30, 100, 140
ALVES, Thiago Henrique Gonçalves ▪ 59
BATISTA, Fabiano Eloy Atílio ▪ 119, 130
BIANCHINI, Talitha ▪ 77
BOTELHO, Luana Lage ▪ 65
BRAIDA, Frederico ▪ 26, 30, 65, 140
BRUM, Anna Carolina de Sá ▪ 17
CALVET, Lya Brasil ▪ 59
CAMILLO, Regina Celia ▪ 91
CAMPANHOLE, Sidney Gomes ▪ 116
CAMPIGLIA, Lucila M. ▪ 106
CAMPOS, Fernanda de Façanha e ▪ 65, 140
CAMPOS, Monique ▪ 156
FEITOSA, Therence S. A. ▪ 40
FRANCO, Juliana Rocha ▪ 173
FREIRE, Wendel ▪ 74
FROTA, Rafael ▪ 48
FURTADO, Victor ▪ 110
GAMBA JR, Nilton G. ▪ 149
GOMES DE OLIVEIRA, Jéssica ▪ 152
HESSEL, Ana Maria Di Grado ▪ 176
HOSS, Rafael Alfredo Weber ▪ 176
KOIKY, Vanessa ▪ 146

LAURIA, Laura ▪ 140
MACHADO, Carla Silva ▪ 42
MARRAZZO, Ana Clara Fernandes ▪ 86
MARTINS, Paloma de Souza ▪ 11
MAURÍCIO, Juliano ▪ 23
MELLO, Patrícia Sosa ▪ 176
MENDES, Rodrigo Bicalho ▪ 100, 140
MENDONÇA, Henrique ▪ 23
MIRANDA, Bianca ▪ 56
MONAT, André ▪ 144
MORAIS, Fernanda ▪ 149
MOTA, Vanessa Lima ▪ 26
NEIVA ALVES, Davi ▪ 130
NIEMEYER, Lucy ▪ 33, 135, 144
NOJIMA, Vera ▪ 30, 53
NOJIMA, Vera Lucia ▪ 94
OTAVIANO, Samuel ▪ 33
PACHECO, Frederico Reis ▪ 50
PARODE, Fabio ▪ 110
PEDROSA, Stella Maria Peixoto de Azevedo ▪ 113
PERNISA JÚNIOR, Carlos ▪ 86, 156
PIZZINATO, Adolfo ▪ 80
PONTE, Raquel ▪ 33, 56
PUJOL, Francine da Silva ▪ 160
RAMALHO, Pedro ▪ 53
REBELLO, Antonio ▪ 20
RENATA, Patrícia Corrêa Coutinho ▪ 160
RIBEIRO, Vinicius Cabral ▪ 173

RIPOLL, Leonardo ▪ 14
ROMANINI, Vinicius ▪ 14, 122
RUELA, Bernardo ▪ 104
SALES, Adriana dos S. ▪ 84
SALVO, Fernanda ▪ 126
SANTOS, Ana Beatriz Ferreira de Oliveira dos ▪ 86
SANTOS, Edméa ▪ 74
SANTOS, Julia Beatriz Magalhães dos ▪ 42
SANTOS MACHADO, Samara ▪ 37
SILVA, Jofre ▪ 48, 146
SILVA, Thais Siqueira Santos ▪ 65
SILVA, Vanessa Godoy Lopes da ▪ 113
SOUZA, André Antônio de ▪ 62
SOUZA, Fernanda do Carmo ▪ 100
SOUZA, Lucas Santos Silva de ▪ 86
SOUZA, Rafael Ferreira de ▪ 68
VALENTE, Telma ▪ 11, 132
WAUKE, Ana Paula ▪ 45, 80
ZARUR, Ana Paula ▪ 135

CÂMARA
CEARENSE
DO LIVRO

Caminhar

Editora Caminhar
Av. Dom Manuel, 709
Bairro: Centro — Fortaleza-Ceará — CEP: 60060-090
Site: www.editoracaminhar.com.br
E-mail: edcaminhar@hotmail.com
contato@editoracaminhar.com.br

Este e-book, com o formato final de 14 cm x 21 cm, contém 182 páginas.
Editado no mês de outubro de 2023.
Fortaleza-Ceará.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA

ppgcom
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO DA UFJF

leaud

UFJF | PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA

UFJF | PRÓ-REITORIA DE EXTENSÃO

PUC RIO

Artes & Design
PUC-Rio

TRIADES
Transversalidades | Design | Linguagens

UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MINAS GERAIS | UEMG
UNIDADE UBÁ

9 786586 968354