

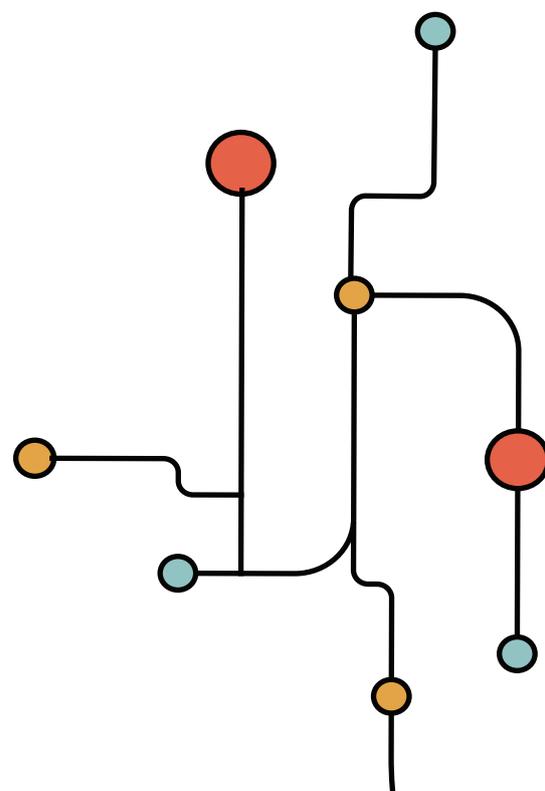
2016

ANAIS

I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

**A Pesquisa em Comunicação e Informação:
Métodos, Objetos E Teorias**

8 E 9 DE DEZEMBRO DE 2016



Seminário Discente do Programa de Pós-Graduação em
Comunicação e Informação da UFRGS

Anais do I Seminário Discente do Programa de Pós-
Graduação em Comunicação e Informação da UFRGS

8 e 9 de Dezembro de 2016

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Porto Alegre, 2016

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO

Prof. Dr. Rudimar Baldissera
Coordenador

Prof^ª. Dr^ª. Nísia Martins do Rosário
Coordenadora Substituta

ORGANIZAÇÃO DOS ANAIS

Anelise Dias
Luiza Santos

REVISÃO

Anelise Dias
Aline Duvoisin
Luis Felipe Abreu
Luiza Santos
Thaís Leobeth

PROJETO GRÁFICO E CAPA

Ludimila Matos

CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
BIBLIOTECA**

S47179a Seminário Discente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e
Informação da UFRGS (1. : 2016 dez. 8-9 : Porto Alegre, RS)
Anais... / Organização dos anais Anelise Dias, Luiza Santos. – Porto
Alegre : Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2016.
256 p.

ISBN: 978-85-9489-045-0

1. Comunicação - Eventos. 2. Informação - Eventos I. Dias, Anelise.
(Org.). II. Santos, Luiza. (Org). III. Título.

CDU: 007

APRESENTAÇÃO

Nos dias 8 e 9 de dezembro de 2016 aconteceu a 1ª edição do Seminário Discente do Programa de Pós Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS). O evento teve como objetivo propiciar um espaço interno de diálogo e troca a partir das investigações dos pós-graduandos das diferentes linhas de pesquisa do PPGCOM, com ênfase na discussão de métodos, objetos de pesquisa e teorias.

Ao longo de dois produtivos dias de evento, foram discutidos 49 trabalhos, distribuídos em 12 mesas temáticas que trataram de assuntos como cenários contemporâneos do jornalismo, epistemologias e metodologias da comunicação e da informação e conflitos políticos, minorias e dilemas sociais. O evento é uma realização dos discentes do programa com o apoio dos docentes, da coordenação do PPGCOM e reitoria da UFRGS. O Seminário Discente é uma ação de extensão, ligada à Pró-Reitoria de Extensão da Universidade, sob a coordenação da Prof. Nísia Martins do Rosário.

O conjunto de textos publicados nestes Anais traçam um panorama das dissertações e teses que estão sendo construídas no programa. Os resumos contemplam, em alguns casos, inquietações iniciais de pesquisa e, em outros, debates avançados sobre resultados preliminares. O modo como estes textos se apresentam, entretanto, talvez seja um pouco distinto do padrão que o leitor de compilações de artigos apresentados em eventos científicos está habituado a

encontrar: são resumos expandidos que propõem discutir dúvidas, impasses e incertezas, deixando as convicções acadêmicas um pouco de lado. Tal característica se deve à proposta do próprio Seminário Discente, que buscou ser um local de construção científica calcada no diálogo e no embate de ideias – esperamos que o resultado desta experiência aqui encontrado seja interessante e instigante para os leitores.

Boa Leitura!

Anelise Dias e Luiza Santos

ÍNDICE

Apresentação4

1. GT Pesquisar a Cidade

NARRATOLOGIA COMO MÉTODO PARA ESTUDAR AS REPRESENTAÇÕES SOBRE A CIDADE

Luis Fernando Herbert Massoni11

JORNALISMO E MEMÓRIA: POR UMA PROPOSTA METODOLÓGICA
Eutalita Bezerra da Silva17

O LIVRO ENQUANTO OBJETO DE PESQUISA EMPÍRICA NO CAMPO DA
COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO21
Ketlen Stueber

A ESCOLA DE CHICAGO E A CONSTITUIÇÃO DO DISCURSO SOBRE A CIDADE
Sinara Sandri27

2. GT Epistemologias metodológicas

NORMALIZAÇÕES DO SABER-PODER METODOLÓGICO NO CAMPO DA
COMUNICAÇÃO: MICROPOLÍTICAS NOS PROCESSOS INSTITUCIONAIS DE
PRODUÇÃO DE CONHECIMENTO CIENTÍFICO
Lisiane Machado Aguiar33

DEPOIS DO MÉTODO: BREVES REFLEXÕES SOBRE CONSTRUÇÃO METODOLÓGICA
NA COMUNICAÇÃO
Leonardo Feltrin Foletto38

ESTUDO SOBRE A PRODUÇÃO DE SENTIDO EM IMAGEM
Anelise Angeli De Carli43

PESQUISAR VIDAS: O DESMONTE E O ARRANJO COMO PROPOSTA
METODOLÓGICA NA INVESTIGAÇÃO BIOGRÁFICA
Luis Felipe Silveira de Abreu47

3. GT Perspectiva histórica da Comunicação

REVISÃO HISTORIOGRÁFICA CRÍTICA: QUESTIONAMENTOS SOBRE UMA
POSSÍVEL APROXIMAÇÃO E DIÁLOGO COM A COMUNICAÇÃO
Juliano Rodrigues Pimentel52

O JORNALISMO E A HISTÓRIA IMEDIATA: CONSIDERAÇÕES TEÓRICAS SOBRE A
COMPARAÇÃO ENTRE JORNALISTAS E HISTORIADORES
Daniel Augusto Pereira Marcilio57

A CIRCULAÇÃO JORNALÍSTICA EM MOBILIDADE SOB UMA PERSPECTIVA HISTÓRICA DE PESQUISA Maíra Evangelista de Sousa	63
---	----

4. GT Da Teoria ao Método

ARQUEOLOGIA DAS MATÉRIAS PRIMAS DA COMUNICAÇÃO DIGITAL: QUESTÕES DE MÉTODO Marcio Telles	68
---	----

DESAFIOS DE UMA METODOLOGIA COMPLEXA PARA A PESQUISA EM FOTOGRAFIA Michel de Oliveira	73
--	----

ALICES, ESPELHOS E O JOGO DE XADREZ EM BUSCA DA AUDIÊNCIA NO CIBERESPAÇO: A TRANSMISSÃO DE VÍDEO AO VIVO POR SMARTPHONES – O CASO PERISCOPE Marjule Angonese	77
---	----

AUTORIAS QUEER DE DIRETORES LGBT NO CINEMA BRASILEIRO CONTEMPORÂNEO Dieison Marconi	82
--	----

5. GT Conflitos Políticos na Comunicação

MÁQUINAS (DE GUERRA) SEMIÓTICAS André Araujo	87
---	----

ENGAJAMENTO E DISCURSO SOBRE SI: TESTEMUNHOS EM MARCHAS E OCUPAÇÕES Marcelo Xavier Parker	92
--	----

A DESQUALIFICAÇÃO DA POLÍTICA NA FICÇÃO TELEVISIVA: UMA PROBLEMATIZAÇÃO CONCEITUAL A PARTIR DE TELENOVELAS E MINISSÉRIES DA REDE GLOBO Guilherme Fumeo Almeida	96
---	----

A COBERTURA JORNALÍSTICA DA SEGURANÇA PÚBLICA COMO OBJETO DE PESQUISA DOS ESTUDOS DE JORNALISMO Anelise Schutz Dias	100
--	-----

6. GT Mineração de dados

PUBLICAÇÕES AMPLIADAS: PROPOSTA DE INTEGRAÇÃO DE REPOSITÓRIOS EM UM AMBIENTE LINKED DATA Daiane Barrili dos Santos	104
---	-----

INTERAÇÃO ENTRE CIÊNCIA E TECNOLOGIA: PANORAMA DE ARTIGOS CIENTÍFICOS E PATENTES NA ÁREA DE CIÊNCIAS FARMACÊUTICAS DA UFRGS Ana Paula Medeiros Magnus	110
ANÁLISE TEMÁTICA DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA EM ALTMETRIA Vildeane da Rocha Borba	115
AS LACUNAS DA IMPRENSA SOBRE A COBERTURA RELACIONADA AO TABACO: EM BUSCA DE POSSIBILIDADES METODOLÓGICAS POR MEIO DOS BANCOS DE DADOS Marília Gehrke	120
7. GT Música	
QUE BATIDA É ESSA QUE NA BALADA É SENSAÇÃO"? CAMINHOS PARA DISCUTIR O FUNK PROIBIDÃO E O FUNK OSTENTAÇÃO Annelena Silva da Luz	126
ETNOGRAFIA DE UMA CENA MUSICAL: REFLEXÕES SOBRE A ABORDAGEM METODOLÓGICA Dulce Mazer	129
MÚSICA, INFORMAÇÃO E MEMÓRIA: UMA ANÁLISE DE REPRESENTAÇÃO SOCIAL DA REGIÃO NODESTE Andréa Carla Melo Marinho	135
8. GT Imprensa, Minorias e Dilemas Sociais	
AS REPRESENTAÇÕES SOBRE A REFORMA AGRÁRIA E AS MÍDIAS DIGITAIS DO MST Solange I. Engelmann	140
ATRAVÉS DA MÍDIA IMPRESSA DAS FRONTEIRAS DO RIO GRANDE DO SUL: O AGRONEGÓCIO E AS RELAÇÕES ECONÔMICAS E CULTURAIS COM A ARGENTINA E O URUGUAI Thaís Leobeth	144
REPRESENTAÇÕES SOBRE AS FRONTEIRAS INTERNACIONAIS E AS IDENTIDADES FRONTEIRIÇAS: JORNAIS IMPRESSOS, EMISSORAS DE RÁDIOS E PROFISSIONAIS DA MÍDIA DE SÃO BORJA E URUGUAIANA Tabita Strassburger	149
MOBILIZAÇÃO DECOLONIAL PARA PENSAR O JORNALISMO Eliege Maria Fante	155
AINDA VALE À PENA ESTUDAR SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL NA PROPAGANDA? Francisco dos Santos	161

9. GT Ciência e Tecnologia

AFINAL, O QUE SÃO ALGORITMOS? UMA ABORDAGEM DE PROCESSOS COMPUTACIONAIS COMO OBJETO DE ESTUDO DA COMUNICAÇÃO Willian Fernandes Araújo	165
ECOLOGIA DA INTERNET ALGORÍTMICA Mario Arruda	170
MÁQUINAS QUE LEEM E ESCREVEM: QUESTIONAMENTOS SOBRE A ESCRITA HUMANA E COMPUTACIONAL Luiza Santos	174
ALTMETRIA: USO DAS MÍDIAS SOCIAIS PARA GERAÇÃO DE INDICADORES DE IMPACTO NA CIÊNCIA Gonzalo Rubén Alvarez	179

10. GT Cenários Contemporâneos do Jornalismo

O IMAGINÁRIO DO JORNALISMO – TRANSFORMAÇÕES DO INDUSTRIAL AO PÓS-INDUSTRIAL Andriolli de Brites da Costa	183
JORNALISMO DE DADOS NA TV: UMA PROPOSTA DE DEBATE SOBRE PROVA JORNALÍSTICA E AUTENTIFICAÇÃO AUDIOVISUAL Fabiana Freitas	187
EM BUSCA DO LEITOR RETRATADO PELO JORNALISMO NA REVISTA CIÊNCIA HOJE DAS CRIANÇAS (CHC) Doraci Masieiro Jacobus	192
APLICABILIDADE DOS CONCEITOS MORINIANOS DE ACONTECIMENTO, CRISE E CONTEXTO AOS ESTUDOS DE JORNALISMO Ana Paula Lückman	197
COMO ANALISAR A CREDIBILIDADE DO JORNALISMO NAS REDES SOCIAIS? Sílvia Saraiva de Macedo Lisboa	202

11. GT Dilemas de um *corpus*

FANWORKS DE FANWORKS: EXPERIÊNCIA DE PESQUISA COM A PRODUÇÃO FEITA POR AUDIÊNCIAS DISPONIBILIZADAS EM REDES Sarah Moralejo da Costa	207
A COBERTURA TELEJORNALÍSTICA DO CASO SAMARCO SOB A ÓTICA DO JORNALISMO AMBIENTAL Douglas Carvalho	212

O CORPUS QUE DESAPARECE, UM OBJETO QUE MUDA A TODO INSTANTE: COMO DESENVOLVER UMA METODOLOGIA PARA ESTUDAR A APROPRIAÇÃO DO JORNALISMO PELO SNAPCHAT Vanessa Kannenberg	217
INFLUENCIADORES DIGITAIS E O LIFESTYLE NA ERA DA CONVERGÊNCIA Ludimila Santos Matos	222
AS CRIANÇAS E A PUBLICIDADE NOS CANAIS DE YOUTUBERS BRASILEIROS Maria Clara Sidou Monteiro	227
12. GT Cinema, Gênero e Teoria <i>Queer</i>	
CORPOS (TRANS)FORMADOS NO CINEMA: UMA QUESTÃO METODOLÓGICA Caio Ramos da Silva	236
DIÁLOGOS POSSÍVEIS ENTRE AS ESTÉTICAS AUDIOVISUAIS E AS NOÇÕES DE DESENCANTAMENTO E REENCANTAMENTO DO MUNDO Aline Almeida Duvoisin	241
REPRESENTAÇÃO FEMININA, GÊNERO E PROTAGONISMO SOCIAL NO TV MULHER Francielly de Brites Costa	246
CAMINHOS PARA PENSAR AS PROBLEMÁTICAS DE GÊNERO NAS PESQUISAS EM COMUNICAÇÃO Tainan Pauli Tomazetti	251

NARRATOLOGIA COMO MÉTODO PARA ESTUDAR AS REPRESENTAÇÕES SOBRE A CIDADE

Luis Fernando Herbert Massoni¹

Palavras-chave

Narratologia. Porto Alegre. Memória Social. Representações Sociais.

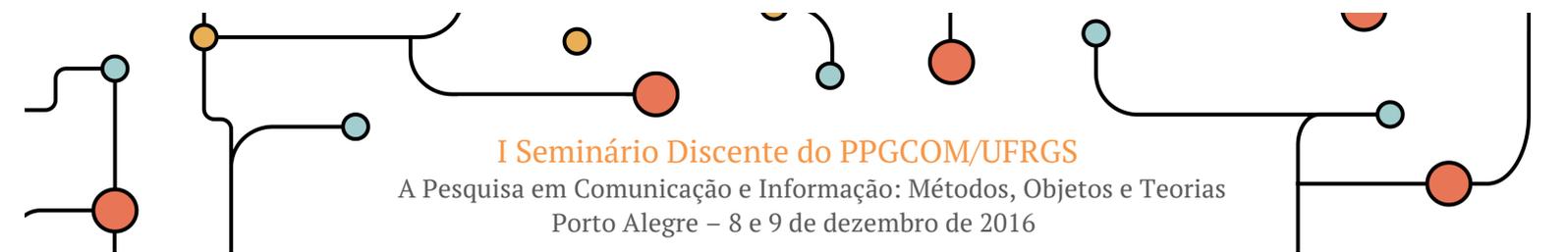
Nas práticas socioculturais de contato com a cidade, interagimos tanto com o ambiente como uns com os outros. Essa experiência urbana é responsável pela construção das nossas representações sobre o lugar, atuando também sobre nossa memória, tanto pessoal como social. Esse é um processo de apropriação simbólica da cidade, marcado por afetos, medos, insatisfações, encontros e desencontros. A subjetividade está no cerne desse processo, inclusive presente nas informações que produzimos e divulgamos sobre a cidade.

A partir disso, a pesquisa *Porto Alegre Imaginada²* vem se debruçando sobre a análise das informações sobre a cidade divulgadas em diferentes meios de comunicação, desde os mais tradicionais (livros, jornal impresso, etc.) até os mais alternativos (redes sociais virtuais e aplicativos de celulares). O objetivo é conhecer os imaginários urbanos da capital gaúcha, explorando temas como a memória social do porto-alegrense e os patrimônios culturais da cidade. Metodologicamente, a pesquisa valoriza a reflexão sobre os métodos mais adequados aos meios estudados e, acima de tudo, a criatividade no processo de pesquisa.

Este relato é parte do desenvolvimento de nossa dissertação, que será intitulada *A Construção das Memórias Virtuais da Cidade: narrativas sobre Porto Alegre no aplicativo Foursquare*. Nosso objeto de estudo são as narrativas responsáveis pela construção das memórias de Porto Alegre, enquanto que o objeto empírico é o aplicativo *Foursquare* e o método proposto para a realização desse estudo é a narratologia. Diante disso, surge a questão: De que modo a narratologia pode auxiliar no estudo das representações sobre a cidade? É esse questionamento que orienta as reflexões do presente resumo.

¹ Mestrando em Comunicação e Informação na UFRGS. Linha 4: Mediações e representações culturais e políticas. Orientador: Valdir José Morigi. E-mail: luisfernandomassoni@gmail.com

² Pesquisa coordenada pelo Prof. Dr. Valdir José Morigi e desenvolvida junto à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS com o objetivo de estudar os imaginários urbanos de Porto Alegre a partir de narrativas impressas e virtuais.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

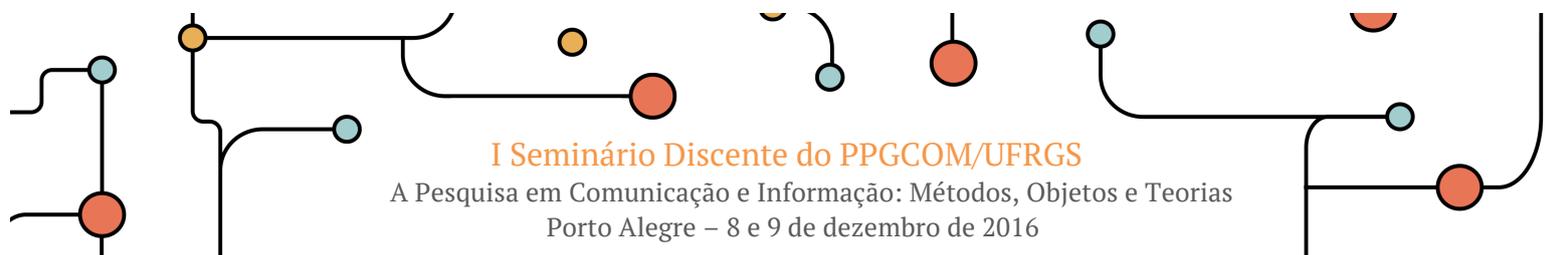
O *Foursquare* é uma rede social virtual acessível por meio de um aplicativo gratuito que faz uso de localização inteligente para criar experiências com a cidade, auxiliando as pessoas a descobrirem novos lugares, através de recomendações de comunidades, prometendo “a melhor experiência em qualquer lugar do mundo” (FOURSQUARE, 2016, n.p.). Ao utilizar este aplicativo, temos acesso a recomendações de lugares através de informações deixadas por outros usuários. Nele encontramos informações básicas sobre esses locais, tais como descrição sucinta, endereço, telefone, total de frequentadores (dados do aplicativo), etc.

Os usuários deixam “dicas” sobre o lugar, enfatizando o que ele “tem de bom”. Nesse momento, além de escrever um texto, é possível postar uma foto relacionada ao local. Segundo dados da empresa (FOURSQUARE, 2016), mais de 50 milhões de pessoas utilizam o *Foursquare* em todo o mundo. O aplicativo, desse modo, se configura como um guia cultural e gastronômico de cidades, baseado nas opiniões de seus usuários.

Percebemos que o *Foursquare*, por meio da identificação da geolocalização do usuário, permite-lhe obter informações a respeito de locais próximos. Quando ele adentra em um determinado lugar (bairro, estabelecimento, cidade, etc.), o aplicativo automaticamente lhe apresenta dicas deixadas por outros. Desse modo, orienta o usuário por meio de um fluxo de informações, que se forma de acordo com o seu trânsito pela cidade. Por outro lado, vale lembrar que também obter dicas sobre lugares sem sair de casa, através do sistema de busca do aplicativo, com a possibilidade, inclusive, de pesquisar lugares por meio de um mapa.

Conforme Sousa e Cunha (2012), o aplicativo permite a anexação de um sentido aos lugares, fazendo com que o espaço perca seu caráter abstrato e genérico, pois estamos nos referindo à constituição do lugar. Para os autores, emana da localidade um senso de subjetividade, identidade e história edificado através das relações das pessoas com aquele ponto do espaço. O *Foursquare* possibilita analisarmos narrativas dos cidadãos sobre Porto Alegre, ação que nos permite identificar informações sobre a cidade e, além disso, desvendar as representações que circulam sobre o ambiente urbano e sua dinâmica, importantes elementos que auxiliam na constituição das memórias da cidade.

Escolhemos o *Foursquare* para estudar a cidade de Porto Alegre, pois nele há narrativas formadas por informações sobre a cidade produzidas pelos cidadãos. O objetivo é compreender como as informações compartilhadas no *Foursquare* auxiliam na constituição das representações sobre a cidade e na dinamização das suas memórias. Quando compartilhadas no aplicativo, as informações geram impressões sobre a urbe,



auxiliam na dinamização das memórias, adquirem uma abrangência global, acessível a qualquer pessoa que disponha do dispositivo.

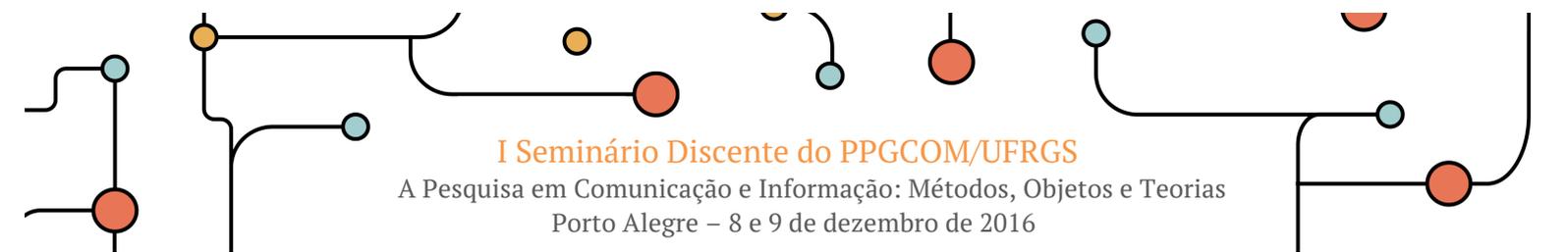
Entendemos que a cidade é uma construção imaginária dos cidadãos e são eles que lhe dão a efervescência cultural, nos propondo a estudar suas memórias a partir da perspectiva deles, ou seja, do que eles “têm a dizer” a seu respeito. Desse modo, escolhemos como método de pesquisa a narratologia, calcando-nos na análise das narrativas que os cidadãos produzem sobre a cidade e compartilham através do *Foursquare*.

Nas palavras de Motta (2013, p. 71), narrar é “relatar eventos de interesse humano enunciados em um suceder temporal encaminhado a um desfecho. [...] relatar processos de mudança, processos de alteração e de sucessão interrelacionados.” São as narrativas que tecem nossas vidas, pois nos entrelaçam, envolvem, representam e constituem, criando as representações de nós mesmos e nossas identidades (MOTTA, 2013). No momento em que as estudamos, identificamos também resquícios de memórias individuais dos sujeitos narradores.

Ao narrarmos histórias, nós destacamos alguns elementos e desconsideramos outros, o que evidencia o caráter subjetivo das informações produzidas no ato de narrar. Incluímos e excluímos algo de nossas narrativas de acordo com a imagem moral que desejamos construir e repassar (MOTTA, 2013). A narrativa, desse modo, é sempre uma versão dos fatos, uma representação contada e influenciada pelos ideais e valores de quem a narra. Conforme Barbosa (2003), a narrativa fornece versões parciais da realidade devido à tensão na sua relação com a experiência.

As narrativas por nós produzidas são moldadas ao sabor de nossas experiências e, enquanto constituintes de nossa realidade social, são passíveis de análise. Para Motta (2013, p. 79), a narratologia objetiva “entender como os sujeitos sociais constroem intersubjetivamente seus significados pela apreensão, representação e expressão narrativa da realidade.” Sendo assim, entendemos a *narratologia* como a teoria da narrativa e os métodos e procedimentos que empregamos na análise de narrativas humanas, configurando-se como um método de análise das práticas culturais (MOTTA, 2013).

A análise de narrativas nos permite revelar processos de representação e constituição da realidade historicamente situados, o que requer levar em consideração as circunstâncias dos atos de fala, a identidade e a posição dos interlocutores, bem como suas intenções, estratégias discursivas e argumentativas e o entorno cultural compartilhado ou não (MOTTA, 2013). Estudar narrativas para desvendar as representações sociais nos



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

ensina a respeito da maneira como construímos essas representações sobre o mundo material e social. O estudo de narrativas revela percepções de mundo que estão permeadas de representações sociais, presentes na memória individual que se interliga com a memória do grupo social.

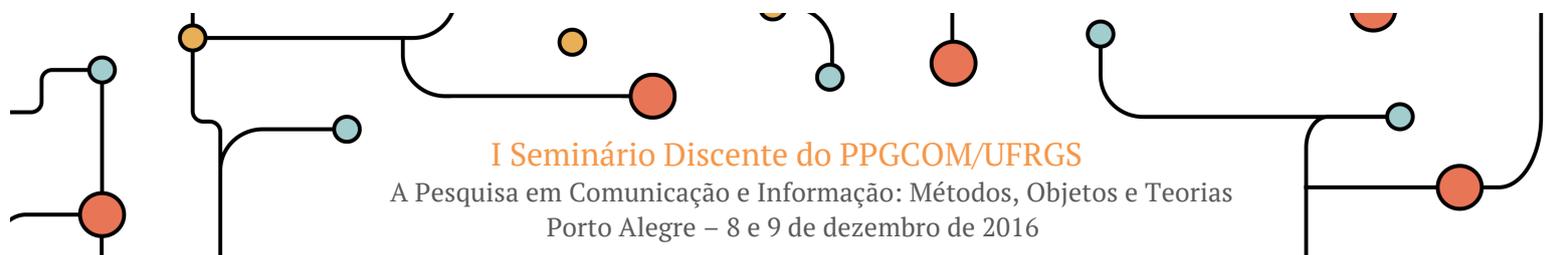
Pensando nesses aspectos, escolhemos a narratologia como método para estudar as representações sobre Porto Alegre presentes nas narrativas construídas no aplicativo *Foursquare*. O corpus de pesquisa contém dicas publicadas na página da cidade de Porto Alegre no aplicativo. Além dessas dicas, também coletamos as dicas publicadas nas páginas dos bairros citados na página da cidade, quais sejam: Bom Fim, Centro Histórico, Cidade Baixa, Menino Deus e Moinhos de Vento.

A análise das narrativas sobre os lugares foi feita em etapas distintas, partindo das principais informações sobre a cidade. Realizamos uma primeira observação de informações gerais sobre os lugares selecionados, levando em conta o número de frequentadores (dados do aplicativo), dentre outras informações. Após, observamos as narrativas sobre ele que se constroem a partir das “dicas” compartilhadas pelos usuários. Tendo em vista as instâncias da *análise pragmática* de Motta (2013) e a dimensão do *discurso* de Maronna e Vilela (2007), observamos nas narrativas os seguintes elementos:

- a) Recursos de linguagem: no plano da expressão, ater-se a recursos como metáforas, comparações, exclamações, ironias, etc.;
- b) Recursos visuais: observar a presença de mapas, gráficos, ilustrações, fotos, etc.;
- c) Metanarrativas: observar os panos de fundo presentes nos discursos, tais como fé, confiança, felicidade, revolução, etc.

A atenção a esses elementos permite um panorama a respeito das linguagens, dos recursos visuais e dos panos de fundo éticos e morais que atravessam as narrativas. A aplicação da narratologia nesse estudo implica em considerar as dicas compartilhadas pelos cidadãos no *Foursquare* como histórias narradas. A partir disso e com base nos movimentos de análise empírica sugeridos por Motta (2013) e nos elementos de análise citados por Maronna e Vilela (2007), analisamos os seguintes elementos nas narrativas a respeito dos lugares:

- a) Temas (assuntos ou tramas): as temáticas citadas pelos cidadãos (violência, poluição, pobreza, turismo, clima, etc.);



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

- b) Enredos (acontecimentos): as ações e fenômenos narrados pelos cidadãos (assaltos, festas, manifestações, congestionamentos, obras, feiras, etc.);
- c) Cenários (lugares e construções): identificação dos lugares destacados (praças, ruas, prédios, lojas, monumentos, viadutos, museus, etc.);
- d) Personagens (sujeitos ou atores sociais): a caracterização do porto-alegrense, suas funções na narrativa e as redes de relações entre elas (os próprios narradores, familiares, moradores de rua, ambulantes, animais, etc.);
- e) Sequências cronológicas (tempos): as referências ao passado, ao presente e ao futuro da cidade nas narrativas.

Assim, é possível percebermos aspectos como: informações e visões hegemônicas sobre a cidade; os símbolos da cidade destacados pelas pessoas; as funções dos cidadãos frente à dinâmica da cidade; as tensões entre os diferentes sujeitos sociais na luta pela ocupação do espaço público; os temas mais recorrentes que caracterizam a cidade; as contradições da cidade; etc.

Estudar as representações formadas pelos sujeitos sociais em interação com a cidade é navegar por águas turvas, tarefa difícil dada à multiplicidade de olhares que a subjetividade humana proporciona e as possibilidades de apropriação do ambiente urbano. Às vezes dúbias ou contraditórias, essas representações orientam a ação do cidadão sobre a cidade, sendo esse o motivo mais importante para serem estudadas.

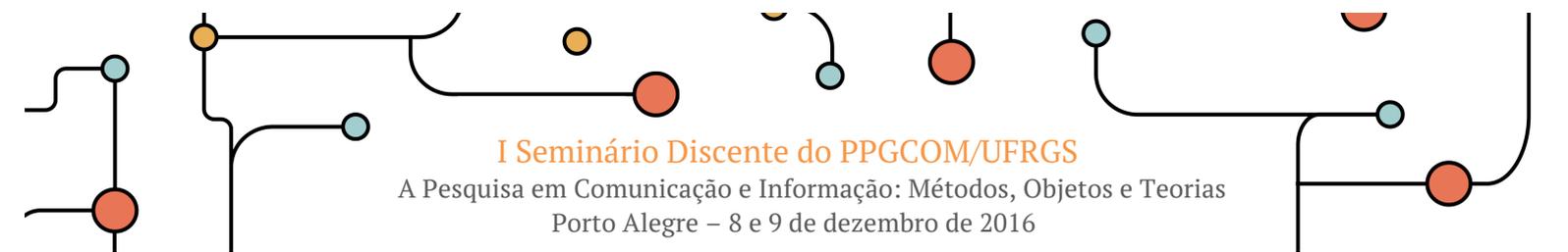
Ao entender as informações sobre a cidade produzidas pelos cidadãos como narrativas que contam histórias sobre a cidade, a narratologia nos fornece categorias de análise que estruturam os dados coletados (temas, cenários, personagens, enredos e sequências cronológicas). Consideramos que essas categorias e as possibilidades de análise que delas decorrem são satisfatórias para a análise das representações sobre a cidade.

Referências

BARBOSA, M. F. **Experiência e narrativa**. Salvador: Edufba, 2003.

FOURSQUARE. **Sobre nós**. 2016. Disponível em: <<https://pt.foursquare.com/about>>. Acesso em: 16 out. 2016.

MARONNA, M.; VILELA, R. S. Conhecer para intervir: infância, violência e mídia: propósitos, projeto de investigação e conclusões comuns. In: MORIGI, V. J.; ROSA, R.; MEURER, F. (Org.). **Mídia e representações da infância**: narrativas contemporâneas. Curitiba: Champagnat; Porto Alegre: UFRGS, 2007. p. 19-56.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

MOTTA, L. G. **Análise crítica da narrativa**. Brasília: Editora UnB, 2013.

SOUSA; P. V.; CUNHA, R. E. S. Entre o ser e o estar: a representação do eu e do lugar no Foursquare. In: RIBEIRO, J. C.; FALCÃO, T.; SILVA, T. (Org.). **Mídias sociais: saberes e representações**. Salvador: EDUFBA, 2012. p. 31-47.

JORNALISMO E MEMÓRIA: POR UMA PROPOSTA METODOLÓGICA

*Eutalita Bezerra da Silva*³

Palavras-chave

Jornalismo. Memória. Discurso. Cidades.

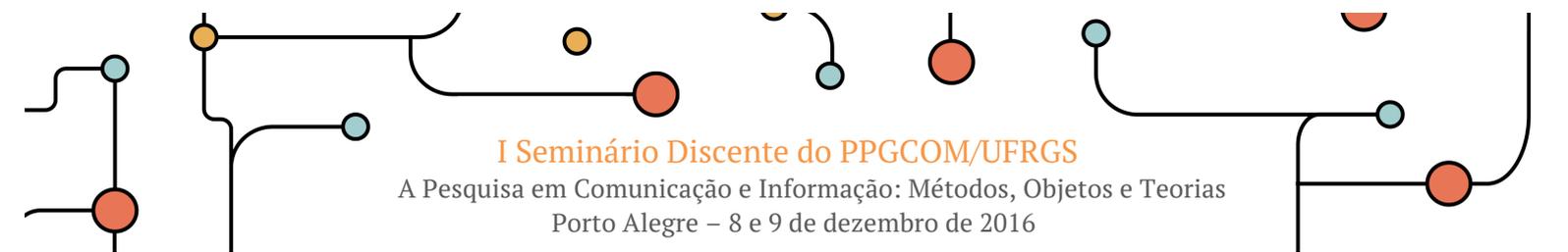
O tema do projeto de tese que pretendemos desenvolver adiante é a construção - por meio do discurso jornalístico acerca de conflitos ambientais - de um (re)conhecimento da sociedade em relação a determinados espaços. Assumimos que é a partir da evocação das lembranças de um tempo passado, ressignificadas no presente, que se pode reformular os valores de uma comunidade numa dada época. Esse processo de revisitação permite que os sujeitos dessa comunidade possam se reconhecer num tempo presente, já que a bagagem da memória permite a transmissão e a conservação de valores.

Assumimos que as cidades são produto das sociedades que as ergueram física e culturalmente e abrigam diferentes tipos de espaços, que sofrem modificações com o tempo. Os centros históricos, suas partes mais antigas, representam uma sucessão de testemunhos das várias épocas. Para Cavém (2007), é pelo seu caráter de antiguidade que o centro histórico tem como elemento mais marcante a sua imagem simbólica.

No Brasil, são inúmeros os conflitos relacionados a essas dinâmicas construtivas. Movimentos sociais se insurgem na tentativa de que a sociedade participe das discussões relacionadas à reconfiguração dos seus centros históricos, para que todos os habitantes possam contar com espaços de uso, de fato, coletivo; ou, pelo menos, para que não haja segregação. Fala-se em direito à cidade (LEFEBVRE, 2001), que se diz de uma apropriação democrática do espaço, segundo a qual todos tenham direito de existir e coexistir. Nesta arena, encontram-se também as grandes empreiteiras e os governos, que veem nos espaços ainda não construídos ou subutilizados/subocupados a possibilidade de comercialização rentável.

Entendemos os embates relacionados à ocupação urbana como problemas ambientais. Partimos da visão de Hannigan (2009), para quem os problemas ambientais diferenciam-se dos sociais por se apoiarem mais em fatos que em argumentos morais e por terem base física mais contundente. Para além do meio ambiente como sinônimo de

³ Doutoranda em Comunicação e Informação na UFRGS. Linha 2: Jornalismo e Processos Editoriais. Orientadora: Ilza Maria Tourinho Girardi. E-mail: eutalita@gmail.com



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

natureza, as cidades são o habitat do homem. A degradação da qualidade de vida, a perda de espaços de lazer e fruição, a desagregação das relações humanas, o uso irracional do lugar de habitar, são problemáticas importantes e fazem parte de uma crise ambiental.

Para este projeto, tomamos como objeto empírico reportagens publicadas sobre o Cais José Estelita, localizado no Recife, em Pernambuco, em veículo a ser definido. De acordo com o site do consórcio que adquiriu a área de mais de 100 mil metros quadrados, onde funcionavam antigos armazéns de açúcar, serão construídas no local 12 torres de 14 andares, das quais oito residenciais, dois empresariais e dois hotéis. Por tratar-se de área de preservação, bem como um dos poucos espaços ainda não construídos na capital pernambucana, os movimentos requerem, dentre outras coisas, a revogação da licença de construção para que sejam criados parques públicos no local, com a preservação das estruturas, além da efetiva participação da sociedade no redesenho do projeto. Por ora, o leilão do espaço segue em trâmites de anulação por suspeitas de fraude.

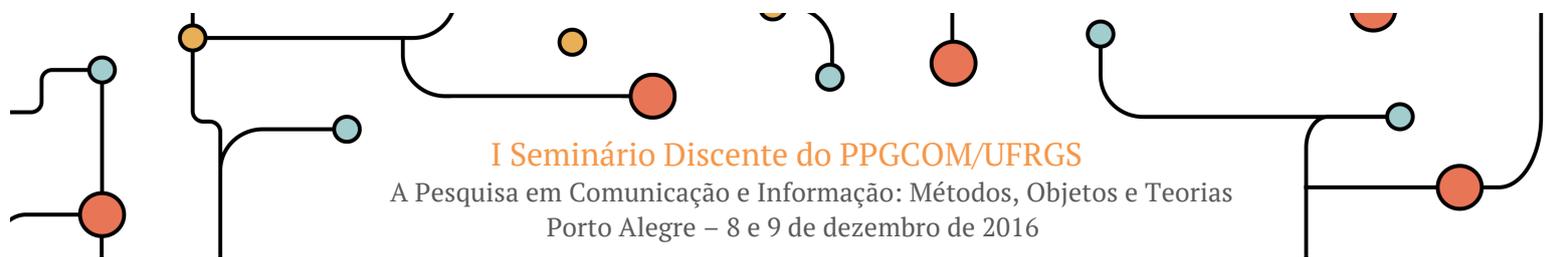
Sabemos que o José Estelita é um espaço representativo para a cidade em que está alocado. Conta história, reflete aquilo que já existiu, mas durante muitos anos esteve fora do foco das discussões. Datado do início do século XX, sobrevive hoje como lembrança de um tempo passado. Muitos – possivelmente a maioria – dos habitantes de Pernambuco jamais o viram em pleno funcionamento, e poucos deles tiveram ou têm experiências vividas nesse espaço. Porém, com o acirramento das discussões sobre a requalificação desse lugar, fruto de um interesse recente da sociedade em guardar memórias⁴, esses assuntos entram nas páginas dos jornais, e seu passado, presente e futuro são discutidos.

Entendemos que o movimento mnemônico promovido pelo jornalismo ao reconstruir um monumento, espaço ou fato pode proporcionar a um indivíduo que não tenha qualquer experiência de sentidos direta com esse lugar, desenvolvê-la. Essa construção nos interessa: como o jornalismo, enquanto discurso, faz ressoar a memória do local, que poderá levar os consumidores de suas reportagens a vivenciarem uma experiência simbólica⁵ mediada com aquele lugar?

A nossa proposta inicial – para a qual buscamos, neste seminário, aportes metodológicos capazes de melhor desenvolvê-la – é trabalhar com uma sequência de procedimentos, fundamentados e acompanhados, todos, por estudos teóricos sobre o jornalismo, o meio ambiente, a memória, o urbanismo e a análise do discurso de linha francesa. Pensamos o quadro epistemológico previsto por Pêcheux e Fuchs (1997) acerca

⁴ Nora (1993) fala numa “obsessão do arquivo” como marca do contemporâneo. Segundo ele, a memória cada vez menos é vivida no interior, necessitando de suportes externos e de referências tangíveis para que se possa vivenciar sua existência.

⁵ Como falamos antes, essa experiência simbólica conduz à constituição de um lugar de memória.



da Análise de Discurso como capaz de nos apontar como entender o discurso enquanto objeto teórico e o que nele emerge.

Propusemos, inicialmente, recortar sequências discursivas nas quais constem menções (diretas ou indiretas) à memória. Nestas, identificaremos as marcas que constroem os sentidos sobre memória que irrompem nas reportagens em questão. Interessa-nos aquilo que é da ordem do repetível, o que o jornal toma como sendo memória e como ele se utiliza desses sentidos para construir sua narrativa. Também acreditamos que é importante descrever o nosso rompimento com a ideia de jornalismo apenas como “lugar de história”, como arquivo, e nosso direcionamento para o jornalismo como lugar de construir memória.

Admitimos, ainda, a necessidade de problematizar os intertextos apreensíveis na narrativa jornalística e refletir sobre a sua utilização no discurso. Os movimentos parafrásticos e polissêmicos também devem ser trabalhados nesse momento. Além disso, propusemo-nos a buscar momentos em que o leitor é interpelado nas reportagens, bem como situações descritivas, em que se propicie uma construção mediada do lugar em questão. Nosso olhar deve ser para como o jornalismo promove essa “conversa” com o leitor, apresentando-lhe o lugar.

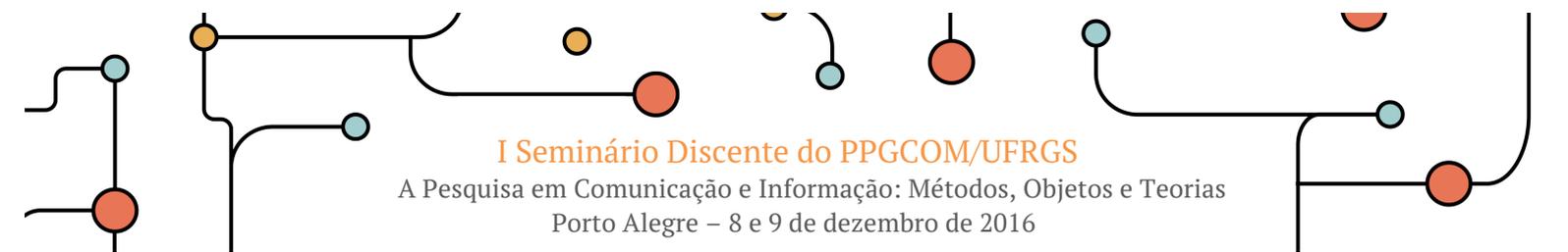
Se nessa primeira aproximação sugerimos apenas um estudo documental, ancorado na análise das reportagens, a fim de entender como o discurso das empreiteiras e movimentos sociais, reconstruído pelo jornalista, se refere à possível lembrança deste leitor do lugar em questão, interpelando-o, entendemos, ao longo do desenvolvimento deste primeiro ano de trabalho e das primeiras leituras de reportagens sobre o assunto, que seria necessária outra abordagem que, somada à análise dos textos, pudesse indicar de que maneira acontece (e se existe) a mediação jornalística na construção desta vontade de memória. Dessa maneira, a pergunta que nos move neste momento é: quais metodologias poderiam nos ajudar a perceber a potencialidade jornalística de construir memórias de um tempo não vivido?

Referências

CAVÉM, M. **Centros históricos contemporâneos: mudanças de perspectiva na gestão – caso de estudo de Lisboa e Bruxelas**. 2007. Dissertação (Mestrado em Geografia Humana, Planeamento Regional e Local) – Universidade de Lisboa, 2007.

HANNIGAN, J. **Sociologia Ambiental**. Petrópolis: Vozes, 2009.

LEFEBVRE, H. **O direito à cidade**. São Paulo: Centauro, 2001.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

NORA, P. Entre memória e história: a problemática dos lugares. **Projeto História**: Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em História do Departamento de História, São Paulo, n. 10, p. 7-18, 1993.

PÊCHEUX, M.; FUCHS, C. A propósito da análise automática do discurso: atualização e perspectivas. In: GADET, F.; HAK, T. (Org.). **Por uma análise automática do discurso**: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Campinas: UNICAMP, 1997, p. 163-252.

O LIVRO ENQUANTO OBJETO DE PESQUISA EMPÍRICA NO CAMPO DA COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO

*Ketlen Stueber*¹

Palavras-chave

Representações sobre cidades. Narrativas literárias. Livro impresso. Pesquisa científica.

Este resumo busca levantar questões sobre o livro impresso enquanto suporte e objeto empírico de pesquisa a partir do projeto de qualificação *Porto Alegre literária: representações sobre narrativas urbanas* (STUEBER, 2016). A base epistemológica deste estudo provém da Teoria das Representações Sociais (MOCOVICI, 2012) com o intuito de mapear as narrativas urbanas sobre Porto Alegre na literatura contemporânea. O texto abaixo introduz brevemente a discussão a partir da linguagem da arte e suas possibilidades de expressão, enfatiza a importância do livro na (re)produção de sentidos e significações simbólicas presentes na cultura e no imaginário social, Apresenta brevemente o estado da arte sobre representações da cidade nas narrativas literárias de 2005 a 2015 e, a partir dos resultados encontrados, busca pontuar e compreender o atual panorama do livro impresso enquanto objeto empírico no campo da comunicação e da informação.

No final de 1960, o filósofo alemão Herbert Marcuse (2011) questiona o sentido da arte, critica o totalitarismo e o consumismo. Considera o conceito de *Arte* de modo amplo, pois engloba suas diferentes manifestações. Reflete sobre uma possível morte da linguagem tradicional e, em meio ao caos e ao desalento devido à Guerra do Vietnã, cultiva também a esperança ao afirmar que a linguagem artística de oposição é revolucionária: “A linguagem da imaginação permanece linguagem de desafio, de acusação e protesto” (MARCUSE, 2011, p. 290). Considerar a arte e suas manifestações a partir dessa perspectiva é essencial, mesmo reconhecendo a complexidade estética e ética que há sobre o assunto.

Neste contexto, o livro e suas narrativas tornam-se tanto objetos quanto suportes artísticos mediadores de discursos. São reconhecidamente meios importantes de

¹ Mestranda em Comunicação e Informação na UFRGS. Linha 4: Mediações e Representações Culturais e Políticas. Orientador: Valdir Jose Morigi. E-mail: ketistueber@hotmail.com



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

transmissão simbólica. Ao refletirem sobre o assunto, Bourdieu e Chartieu (2010, p. 264) afirmam que:

[...] a luta pelos livros pode ser uma aposta extraordinária, uma aposta que os próprios intelectuais subestimam. Estes estão de tal modo impregnados por uma crítica materialista de sua atividade que terminam subestimando o poder específico do intelectual, que é o poder simbólico, este poder de agir sobre as estruturas mentais e, através delas, sobre as estruturas sociais. Os intelectuais esquecem que um livro pode transformar a visão do mundo social e, através da visão do mundo, transformar também o mundo social. Os livros que mudam o mundo social não são apenas grandes livros proféticos, como a *Bíblia* ou *O Capital*: também está o doutor Spock que, desde o ponto de vista da eficácia simbólica, é sem dúvida, em um âmbito, tão importante quanto foi *O Capital* em outro campo².

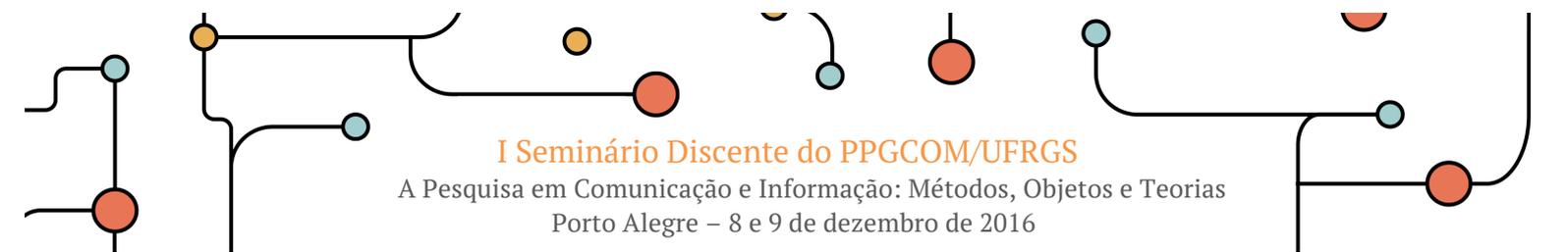
O livro, enquanto meio de comunicação e informação, assume diante do trecho acima um aspecto protagonista incontestável e tem superado os discursos “apocalípticos” que declaram o seu fim (enquanto suporte impresso). O estado da arte desenvolvido no projeto de qualificação *Porto Alegre literária: representações sobre narrativas urbanas* (STUEBER, 2016) possibilita uma breve visualização do panorama das pesquisas acerca das narrativas literárias urbanas e de maneira implícita da utilização do livro enquanto suporte e objeto empírico.

Para o desenvolvimento do estado da arte, diferentes bases de dados foram consultadas e foi aplicado um o recorte temporal de dez anos (2005 a 2015). A busca iniciou-se pela Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT) (INSTITUTO..., 2016). Foram empregados os seguintes termos, combinados entre si: a) cidade, literatura, representação; b) representação, cidade, Porto Alegre; c) literatura, cidade, Porto Alegre; d) ficção, representação, Porto Alegre; e e) narrativa, representação, Porto Alegre.

No Portal de Teses e Dissertações da CAPES (COORDENAÇÃO..., 2016), a interface e a dinâmica de buscas remeteram para a Plataforma Sucupira, na qual estavam disponibilizados estudos a partir de 2013³. Após a filtragem dos resultados repetidos, apenas um mostrou-se relevante para compor este estudo, mas não está dentro do período analisado, pois é de 2016. A terceira base de dados consultada foi o Portal Lume

² “[...] la lucha por los libros, puede ser una apuesta extraordinaria, una apuesta que los intelectuales mismos subestiman. Están de tal modo impregnados por una crítica materialista de su actividad que terminan por subestimar el poder específico del intelectual que es el poder simbólico, ese poder de actuar sobre las estructuras mentales y, a través de ellas, sobre las estructuras sociales. Los intelectuales olvidan que un libro puede transformar la visión del mundo social, y, a través de la visión del mundo, transformar también el mundo social. Los libros que cambian el mundo social no son solo los grandes libros proféticos como la Biblia o *El Capital*: también está el doctor Spock que, desde el punto de vista de la eficacia simbólica, es sin duda, en un ámbito, tan importante como en otro orden lo ha sido *El Capital*. (BOURDIEU; CHARTIEU, 2010, p. 264)

³ Dentro do período de coleta em julho de 2016.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

da UFRGS (UNIVERSIDADE..., 2016), especificamente na produção de teses e dissertações. Do universo de 153 pesquisas, os poucos documentos relevantes também já haviam sido selecionados em outras etapas do levantamento.

Foram indicados nesta etapa 344 resultados. Após filtragem para exclusão de repetições e trabalhos que não dialogavam com a proposta da pesquisa, apenas 20 se aproximaram de alguma forma deste estudo. A análise do material revelou duas categorias temáticas principais. Uma categoria geral que aborda a questão das cidades representadas na literatura e outra específica sobre Porto Alegre fundamentada em seu eixo sócio-histórico. Além de organizar os eixos temáticos, buscou-se indicar as pesquisas em uma sequência temporal, indicar o título, o autor, o nível da pesquisa, o campo do conhecimento e a instituição provedora. As representações sobre as cidades por meio das narrativas literárias podem ser verificadas no quadro 1.

Quadro 1 - As representações sobre as cidades na literatura: estado da arte (2005-2015)

Título	Autoria	Pesquisa	Campo/Instituição
Imagens Literárias urbanas: Machado de Assis e Lima Barreto, o Rio de Janeiro escrito a quatro mãos	Teixeira (2005)	Tese	Letras/UNESP
Nas entranhas da cidade (estudo da lírica urbana de Reynaldo Valinho Alvarez)	Santos (2006)	Dissertação	Letras/UEFS
O espaço urbano em alguns contos de Adelino Magalhães (1887- 1969)	Putton (2006)	Dissertação	UEL/Letras
A representação do espaço no romance urbano de Érico Veríssimo: <i>Caminhos cruzados, Noite, O prisioneiro e Incidente em Antares</i>	Prompt (2007)	Tese	Letras/PUCRS
A geografia literária de Ledo Ivo: a cidade nos romances <i>As alianças</i> e <i>Ninho de cobras</i>	Silva, M. (2007)	Tese	Letras/UFAL
Geografia e literatura: a representação de Goiânia em fragmentos de <i>Viver é devagar</i> de Brasigóis Felício	Souza (2008)	Dissertação	Geografia/UFG
A cidade (pós) moderna e suas tramas espaciais, temporais e afetivas nas narrativas literárias de Daniel Galera e Daniel Pellizzari.	Linhares Neto (2009)	Dissertação	Sociologia/UFC
Conexões literárias da vida urbana: cidade e sujeito em Cecília Gianetti e Paloma Vidal	Oliveira (2010)	Dissertação	Letras/PUCRS
Desencontro e experiência urbana em contos de Caio Fernando Abreu	Magri (2010)	Dissertação	Letras/UNESP
Una cartografia poética de la ciudad en <i>Las noches de flores</i> , de César Aira	Aguilar Filho (2011)	Dissertação	Letras/PUCRS

I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

Cidade, Memória e subjetividade na ficção de Chico Buarque	Araújo, E. (2011)	Dissertação	Letras/UEPB
A representação do universo urbano em <i>Circuito fechado</i> , de Ricardo Ramos	Nicolau (2011)	Dissertação	Letras/UNESP
O percurso da cidade em romances de Ignácio Loyola Brandão	Bortolotto (2013)	Dissertação	Letras/UEL
O sujeito e a cidade: um mergulho no imaginário de <i>Satolep</i> , de Vitor Ramil	Urbin (2013)	Dissertação	Letras/FURG
Cidade e forma literária: representações urbanas na literatura brasileira contemporânea	Ferreira (2015)	Dissertação	Arquitetura e Urbanismo/USP
Retratos urbanos em romances brasileiros do século XXI : uma leitura de <i>Eles eram muitos cavalos</i> , <i>O fotógrafo</i> e <i>Satolep</i>	Staudt (2015)	Tese	Letras/UFRGS

Fonte: Stueber (2016)

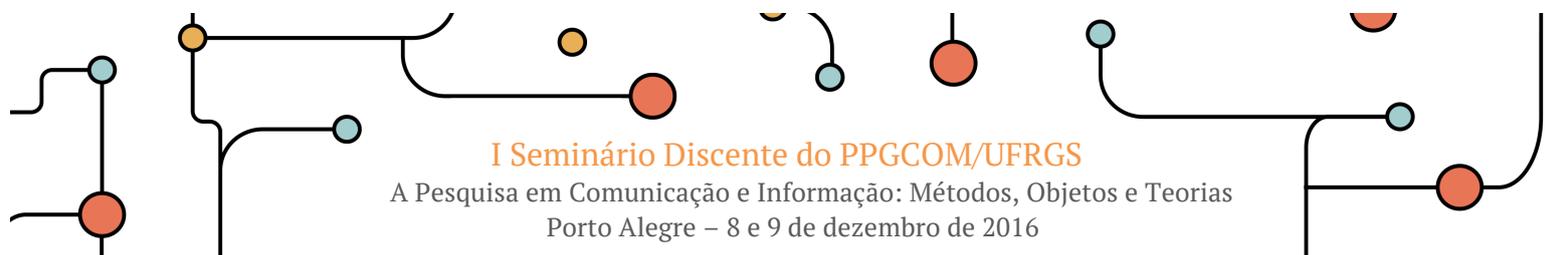
A maioria dos trabalhos sobre a narrativa das cidades na literatura pertence à área de Letras, mas há também estudos no campo da Sociologia (LINHARES NETO, 2009), Geografia (SOUZA, 2008) e Arquitetura e urbanismo (FERREIRA, 2015). A segunda categoria de análise trata especificamente das obras literárias que remetem aos aspectos de transformação histórica e modernização de Porto Alegre (Quadro 2).

Quadro 2 - As representações sobre Porto Alegre na literatura: estado da arte (2005-2015)

Título	Autoria	Pesquisa	Campo/ Instituição
Em novela de 1897 uma imagem da cidade em direção da modernidade. <i>Estrychnina: na cidade de Porto Alegre no final do XIX o moderno se envenena de desejo</i>	Moraes (2006)	Dissertação	História/ PUCRS
Entre memória e humor: Porto Alegre nas crônicas de Renato Maciel de Sá Jr.	Quinto (2011)	Tese	História/PUCRS
A existência por reinventar: Herói Fracassado e nação degradada em <i>Os ratos</i> de Dionélio Machado	Mafra (2013)	Dissertação	Letras/UnB
A representação do passado nos estudos históricos de Athos Damasceno: a história do Rio Grande do Sul escrita a partir da cidade	Silva, G. (2014)	Dissertação	História/UFRGS

Fonte: Stueber (2016)

Os estudos estão predominantemente voltados ao campo da História, apenas um (MAFRA, 2013), corresponde ao campo da Letras. A memória e os acontecimentos que marcaram a sociedade porto-alegrense ao longo de seus processos de transformação e desenvolvimento são o foco dos trabalhos (quadro 2). Apenas um foi desenvolvido em nível de doutorado (QUINTO, 2011); os demais foram formulados durante o mestrado.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

Além das instituições do Rio Grande do Sul, a UnB apresenta uma pesquisa sobre Porto Alegre na literatura.

De modo geral, percebe-se o quanto a área da Comunicação e Informação constitui-se a partir de um olhar interdisciplinar para a construção de suas pesquisas. Ao mesmo tempo não foi encontrada sequer uma pesquisa acerca das representações sobre a cidade nas narrativas literárias, dentro do período pesquisado, no programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação de acordo com os quadros (1 e 2) acima estabelecidos. Tal resultado permite levantar as seguintes questões:

- a) Diante dos diferentes meios, o livro é uma fonte relevante de pesquisa para o campo da Comunicação e da Informação?
- b) O tipo de conteúdo (de valor científico, literário, histórico ou informativo) difere no grau de importância (enquanto suporte) para a pesquisa?
- c) Muitos meios constroem suas narrativas (artísticas e/ou teóricas) a partir de fontes bibliográficas impressas, como por exemplo, o cinema, as telenovelas e até mesmo o jornalismo impresso ao publicar contos e crônicas (que podem vir a ser originárias de um livro impresso). Assim, seria possível afirmar que o livro é um suporte carente de caracteres comunicativos ou menos “comunicacional” que os demais?

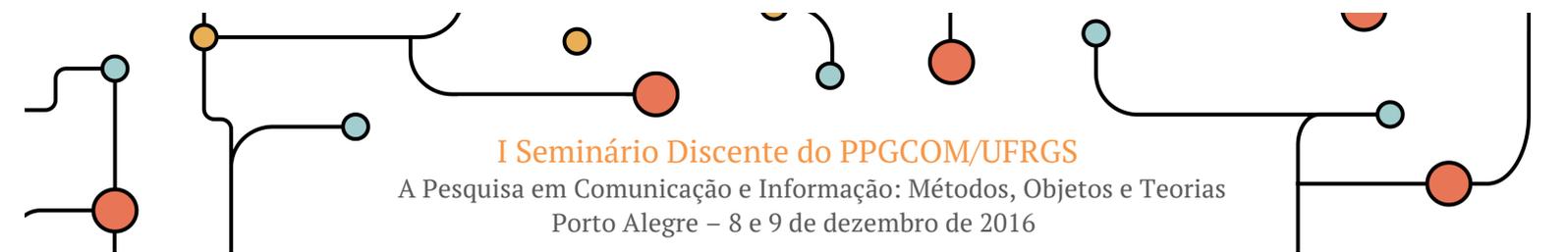
Estas questões podem ser respondidas (ou não) de maneiras distintas. Busca-se neste sentido, estabelecer um diálogo e levantar as questões com o intuito de compartilhar tal reflexão e elencar possíveis nichos de pesquisa sobre o tema para o campo da Comunicação e Informação.

Referências

BOURDIEU, P.; CHARTIER, R. La lectura: una práctica cultural. In: BOURDIEU, P. **El sentido social del gusto**: elementos para una sociología de la cultura. Buenos Aires: SigloVeintiuno Editores, 2010. p. 253-273.

COORDENAÇÃO DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL DE NÍVEL SUPERIOR. Banco de Teses e Dissertações. Disponível em: <<http://bancodeteses.capes.gov.br/banco-teses/#/>>. Acesso em: 16 jul. 2016.

FERREIRA, M. C. **Cidade e forma literária**: representações urbanas na literatura brasileira contemporânea. 2015. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, São Carlos, 2015.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

INSTITUTO BRASILEIRO DE INFORMAÇÃO EM CIÊNCIA E TECNOLOGIA. Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações. Disponível em: <<http://bdtd.ibict.br/>>. Acesso em: 13 jul. 2016.

LINHARES NETO, G. **A cidade (pós) moderna e suas tramas espaciais, temporais e afetivas nas narrativas literárias de Daniel Galera e Daniel Pellizzari.** 2009.

Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2009.

MAFRA, E. M. **A existência por reinventar:** Herói Fracassado e nação degradada em *Os ratos* de Dionélio Machado. 2013. Dissertação (Mestrado em Letras) – Programa de Pós-Graduação em Literatura da Universidade de Brasília, Brasília, 2013.

MARCUSE, H. A arte na sociedade unidimensional. In: LIMA, Luiz Costa. **Teoria da cultura de massa.** 8. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2011. p. 285-302.

MOSCOVICI, S. **Representações Sociais:** investigações em psicologia social. 9. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

QUINTO, C. C. D. **Entre memória e humor:** Porto Alegre nas crônicas de Renato Maciel de Sá Jr. 2011. Tese (Doutorado em História) – Programa de Pós-Graduação em História da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.

SOUZA, A. A. M. de. **Geografia e literatura:** a representação de Goiânia em fragmentos de *Viver é devagar* de Brasigóis Felício. 2008. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Programa de Pós-Graduação em Geografia do Instituto de Estudos Socioambientais da Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2008.

STUEBER, K. **Porto Alegre literária:** representações sobre narrativas urbanas. 2016. Projeto de qualificação (Mestrado em Comunicação e Informação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL. Lume - Repositório Digital. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/>>. Acesso em: 17 jul. 2016.

A ESCOLA DE CHICAGO E A CONSTITUIÇÃO DO DISCURSO SOBRE A CIDADE

*Sinara Sandri*¹

Palavras-chave

Ecologia Urbana. Cidade. Comunicação.

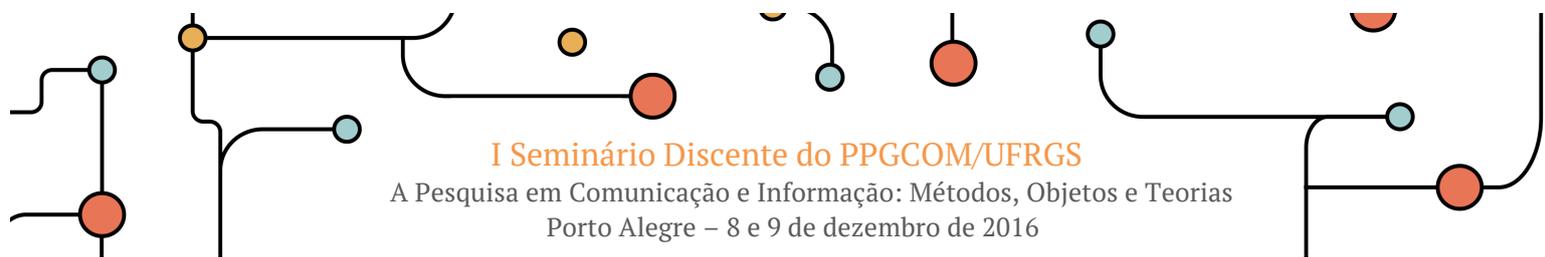
A proposta apresentada como questão a este seminário - avaliar a possível contribuição da Escola de Chicago à construção do discurso sobre a cidade, principalmente no que diz respeito ao seu conceito de Ecologia Humana - é parte da pesquisa que tem como objetivo testar a hipótese de que a compreensão da cidade como unidade orgânica e funcional tende a estabelecer zonas de segregação e estratégias de mitigação de conflitos que reduzem seu potencial como ambiente comunicativo e *locus* para o exercício da diferença.

Em questão, a lógica que orienta os modelos de comunicação e a constituição das referências que delimitam a ordem de visibilidade da cidade. O problema aparece com componentes que dizem respeito tanto ao modelo de apropriação e do direito à cidade, quanto à rede discursiva envolvida na vivência conflituosa deste espaço. Dessa forma, é importante ter a cidade como objeto de estudo para constitui-la como problema para o campo da Comunicação.

A questão é pertinente já que estamos na vigência de conflitos que pressionam pela reapropriação de espaços, sendo oportuno o questionamento sobre a ordem de argumentos que é mobilizada para dificultar usos que não atendem às demandas de uma lógica de configuração do espaço voltada à garantia da constituição de uma cidade planejada, racionalmente programada e apta a mediar visualmente o caos das metrópoles através da exposição de suas qualidades urbanas (FERRARA, 2015). Dessa forma, o trabalho também pretende identificar como são resolvidas e apresentadas as possíveis falhas deste modelo discursivo e suas formas de significação, assim como os mecanismos de fixação deste código de aceitabilidade sobre o que seja uma cidade.

Nesta perspectiva, a pesquisa propõe a localização da Escola de Chicago como marco na defesa da instalação de mecanismos de coesão social como pressuposto de sobrevivência diante do desafio instaurado pela rápida urbanização posta em marcha no

¹ Doutoranda em Comunicação e Informação na UFRGS. Linha 2: Jornalismo e Processos Editoriais. Orientadora: Ilza Maria Tourinho Girardi. Coorientador: Alexandre Rocha da Silva. E-mail: sinara.sandri@gmail.com



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

final do século XIX. O objetivo é identificar como o modelo comunicativo desenvolvido pelo Interacionismo Simbólico – baseado no conceito da reflexividade e na geração de acordos pelo compartilhamento de costumes – está relacionado à demarcação do que é inteligível e suportável como forma de ocupação do espaço.

Deste núcleo teórico deriva o conceito de Ecologia Humana², particularmente interessante no âmbito deste trabalho por estabelecer a importância das inter-relações humanas com o habitat e considerar que a pressão demográfica intensifica a competição e modifica a divisão do trabalho. Esse instrumental teórico, montado para dar conta do desafio de integração das populações migrantes à sociedade norte-americana, aplica o modelo das ciências naturais aos temas sociais. A partir de conceitos biológicos, a sociedade é vista como uma organização em que uma base cultural atua sobre um substrato biótico – através da comunicação e do consenso – para manter o equilíbrio, moldar a competição e integrar os indivíduos.

A ecologia humana é, fundamentalmente, uma tentativa de investigar os processos pelos quais o equilíbrio biótico e o equilíbrio social se mantêm uma vez alcançados e os processos pelos quais a transição se realiza de uma ordem relativamente estável a outra, quando estes equilíbrios se alteram (PARK, 1999, p. 139)³.

Pela lente de Park, o equilíbrio biótico e social depende da interação de quatro fatores: população, artefatos (cultura tecnológica), costumes e crenças (cultura não material), além dos recursos naturais do habitat. Dessa forma, a cidade seria um superorganismo, composto por unidades funcionais onde as relações entre os indivíduos são determinadas pela estrutura material e pelas interações diretas e indiretas que mantém. O modelo se completa com a ideia de que a competição e a comunicação são mecanismos reguladores destas relações e responsáveis pela manutenção do equilíbrio biótico e social. A comunicação é entendida aqui como um processo de interação fundamental cuja função é gerar acordos que assumem a forma de costumes, tradições ou mecanismos de solidariedade interpessoal. Vale destacar que Park formula um conceito de comunicação preconizando-a como uma dinâmica psicossocial que permite ao indivíduo adotar atitudes e perspectivas do outro, em um processo em que a ordem racional e moral substituiria uma ordem puramente psicológica e instintiva.

Dessa forma, a cidade como *locus* de ativação dessa comunicação seria dotada de

² O conceito de Robert Park foi expresso no artigo *Human Ecology*, publicado originalmente no *American Journal of Sociology*, 42 (1936), p. 1-15 e recompilado em *Collected Papers of R.R. Park* (vol II), *Human Communities*, p. 145-158. (PARK, 1999, 132).

³ Tradução do original: “La ecología humana es, fundamentalmente, un intento de investigar los procesos por los cuales el equilibrio biótico y el equilibrio social se mantienen una vez alcanzados y los procesos por los cuales, cuando dichos equilibrios se alteran, la transición se realiza desde un orden relativamente estable a otro.” (PARK, 1999, p. 139).



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

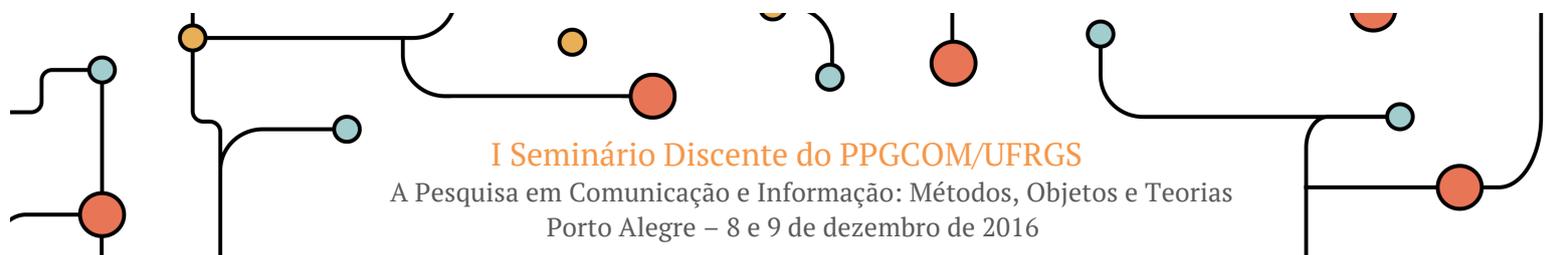
A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

uma ordem política e moral capaz de impor a coação da tradição e da lei sobre o jogo das forças econômicas. Nessa ótica, a tarefa seria estudá-la como fenômeno natural tendo como objetivo esclarecer a natureza de suas funções na vida econômica e cultural de um povo. É importante assinalar a relação entre o conceito de comunicação e a matriz darwinista do pensamento da Escola de Chicago, ou seja, a dinâmica de adaptação do ser humano ao ambiente, no caso específico, ao ambiente urbano, já que os processos de competição e comunicação seriam elementos estabilizadores da sociedade. “A comunicação e a competição constituem processos sociais elementares que asseguram e mantêm a continuidade da comunidade urbana como unidade orgânica e funcional” (PARK, 1999, p. 144).

Nessa matriz de pensamento, a dinâmica populacional é elemento chave, e a competição seria um mecanismo para “regular o número de seus membros e preservar o equilíbrio entre as espécies competidoras” e teria como função fundamental estabelecer a diferenciação e individuação dentro de uma comunidade (PARK, 1999, p.130). Por isso, a competição permitiria a manutenção da integridade de um grupo, além de criar condições para sua própria superação com a emergência de relações de cooperação. Mediante a manutenção deste equilíbrio biótico, a comunidade preservaria sua identidade e sua integridade como unidade individual.

Além de identificar certo determinismo ambiental na ideia de que um novo ambiente urbano seria capaz de criar um tipo humano específico como o vagabundo e o habitante dos guetos, é importante destacar que a vida social na cidade era percebida por Park como instável e frágil, situação em que as modificações no ambiente teriam como consequência possível a ocorrência de um efeito de desorganização social e moral dos indivíduos. Ao considerar que “o mundo moderno é um mundo móvel, onde o espaço e o tempo foram abolidos” (1999, p.128), Park dedicou suas investigações aos processos de aculturação e desintegração moral da cidade. As mudanças introduziriam uma nova ordem que conteriam as pulsões humanas e os comportamentos indecentes. O controle social adotaria uma forma indireta, mas não menos efetiva: a moda e a opinião pública. O rumor da aldeia como instrumento de controle seria substituído pela imprensa (MARTINEZ, 1999).

Pela centralidade dada à comunicação como elemento de constituição da sociedade e ao “jornal” como fator de agregação em um mundo em mudança, os estudos da Comunicação, desenvolvidos ao longo do século XX, estabeleceram relações com esta escola sociológica, em especial com as formulações de Robert Park sobre o jornalismo e a cidade. O autor percebeu que a urbanização impunha mudanças para jornais que estavam



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

acostumados a falar de trivialidades e que a adaptação ao novo ambiente urbano, além de garantir sua sobrevivência com a ampliação da circulação e tiragem, poderia assumir uma função social ao difundir valores e reduzir tensões sociais.

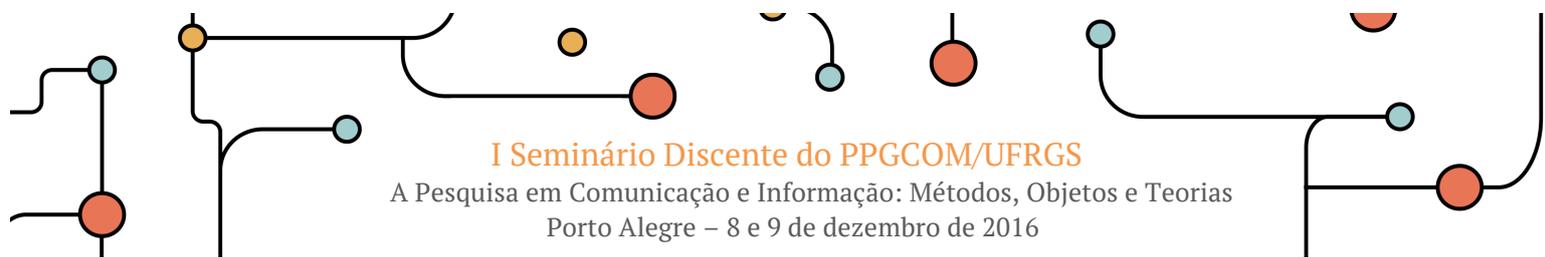
No mundo moderno o papel da notícia tem assumido maior importância em comparação com outras formas de conhecimento, a história, por exemplo. As mudanças nos últimos anos têm sido tão rápidas e drásticas que o mundo moderno parece ter perdido sua perspectiva histórica e parece que nós estamos vivendo dia a dia no que descrevi anteriormente como “presente precioso”. Nessas circunstâncias, a história parece ser lida ou escrita principalmente para nos capacitar, através da comparação do presente com o passado, a entender o que está acontecendo na nossa volta mais do que saber o que realmente aconteceu como os historiadores dizem. (PARK, 2008, p. 70)

Park defendia que a notícia ganharia uma importância maior que outras formas de conhecimento, já que as mudanças aceleradas e drásticas do mundo moderno faziam parecer que o presente crescia. Também intuiu que a notícia assumiria um caráter de literatura e identificou o caráter americanizador da imprensa, especificamente ao analisar o desempenho de William Hearst, na condução do *The New York Journal*.

Dessa forma, é possível concluir que diante da instabilidade provocada pelas mudanças postas em curso pela modernização das cidades e pela necessidade de assimilação das populações migrantes à sociedade norte-americana, processo cujo ápice pode ser localizado no início do século XX, a contribuição de Robert Park, elemento catalizador e aglutinador da Escola de Chicago, atribuiu à imprensa funções de um novo dispositivo de controle social e um elemento de integração e preservação cultural.

Aqui se abre uma via de análise e crítica para, em primeiro lugar, verificar a extensão da influência da abordagem naturalista sobre a cidade no discurso jornalístico e se o projeto de Chicago se efetivou na constituição da notícia como forma de conhecimento e do “jornal” como elemento de coesão social. A partir daí, seria possível avaliar a possibilidade de constituir uma história diacrônica do “jornal” ou da notícia, verificando a hipótese de que sua função sóica poderia ser influenciada pelas alterações da estruturalidade urbana. Neste quadro, seria oportuno mobilizar o conceito de cidade ciborgue para atualizar a problemática da comunicação e do ambiente urbano no século XXI. O conceito desenvolvido por André Lemos (2004) merece ser problematizado no que diz respeito à permanência da ideia de cidade como organismo vivo com as implicações que daí decorrem quanto à exigência de funcionalidade e integração cultural. Pelo seu

conceito, a cidade ciborgue é a cidade resultante da cibercultura onde a relação entre um



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

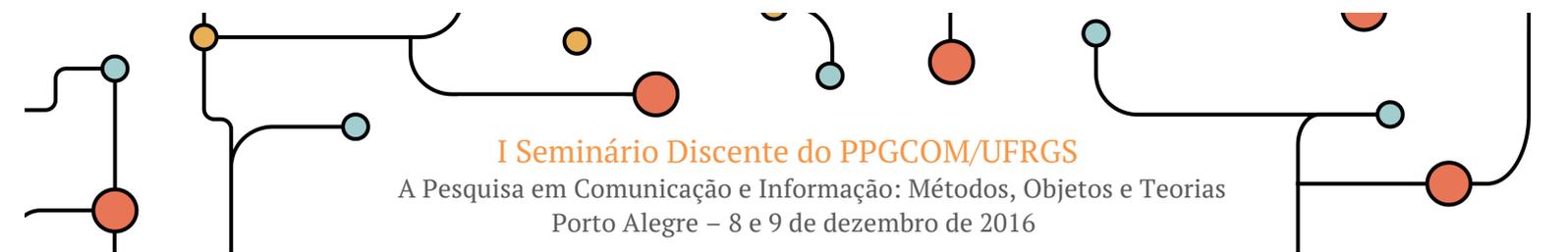
A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

espaço de lugar e o novo espaço de fluxo é de sinergia e não de oposição. A questão aqui seria pensar como a aceleração dessas vias informacionais impactam a vivência de um espaço urbano que permanece disciplinado e segregado e como isso tensiona a conformação da notícia/jornalismo/comunicação já que os estudos sobre o jornalismo na vigência da convergência digital (RUBLECKI; SILVA, 2012) apontam, além da precariedade crescente de sua utilidade como mediador social, evidências de uma alteração na ecologia informativa da mídia em áreas urbanas. Estaríamos em uma situação de migração de conteúdos locais para internet, grande valorização da proximidade como valor notícia e ênfase na importância do testemunho direto, além da customização da notícia a partir dos valores de interesse do leitor.

A leitura e o garimpo da obra dos teóricos de Chicago serão feitos tendo como referência teórica a obra de Foucault, que preconiza, como apontam Melo e Silva (2015, p. 2), “investigar como se organiza aquilo que se cristalizou em uma determinada época como visível e enunciável”. Os autores pontuam a necessidade de identificar as formações discursivas que são retidas ou excluídas, além das formas e limites do visível e do enunciável e do controle dos regimes de visibilidade e dizibilidade, vigentes em uma determinada época, assim como as condições de aparecimento dos discursos.

Para os propósitos deste trabalho, interessa entender como funciona o sistema de enunciabilidade, ou seja, como os discursos sobre a cidade se diferenciam em sua existência e duração, constituindo-se como acontecimentos singulares. Neste sentido, é importante ter este conceito de “arquivo” em Foucault (1997, p. 148) – sistema geral da formação e da transformação dos enunciados - como referencial para operar a análise tanto do que é dito quanto do que sofre interdição. Como recomenda o autor (FOUCAULT, 1997), em vez de buscar representações, imagens ou sentidos ocultos, o desafio é descrever um discurso de forma sistemática, enfrentando em sua dimensão de monumento.

Dessa forma, estaríamos na trilha para constituição de uma arqueologia dos conceitos de cidade, aderindo à recomendação de, em vez de tentar reconstituir o que pode ter sido desejado no momento em que o discurso é proferido, o esforço será por definir estes discursos em sua especificidade, “mostrar em que sentido o jogo de regras que utilizam é irreduzível a qualquer outro, segui-los ao longo de suas arestas exteriores para melhor salientá-los” (FOUCAULT, 1997, 160).



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

Referências

FOUCAULT, M. **A arqueologia do saber**. 5ª ed. Rio de Janeiro: Ed. Forense Universitária, 1997.

FERRARA, L. **Comunicação, mediações, interações**. São Paulo: Paulus, 2015.

LEMONS, A. Cidade-ciborgue: a cidade na cibercultura. **Galáxia**, São Paulo, n. 8, p. 129-148, out. 2004.

MARTÍNEZ, E. Introducción. In: PARK, R. **La ciudad y otros ensayos de ecología urbana**. Barcelona: Ediciones Serbal, 1999. p. 7-35.

MELLO, J. G. de.; SILVA, A. R. **Semiótica Crítica: O visível e o enunciável**. XIV Congresso Internacional Ibercom, 2015.

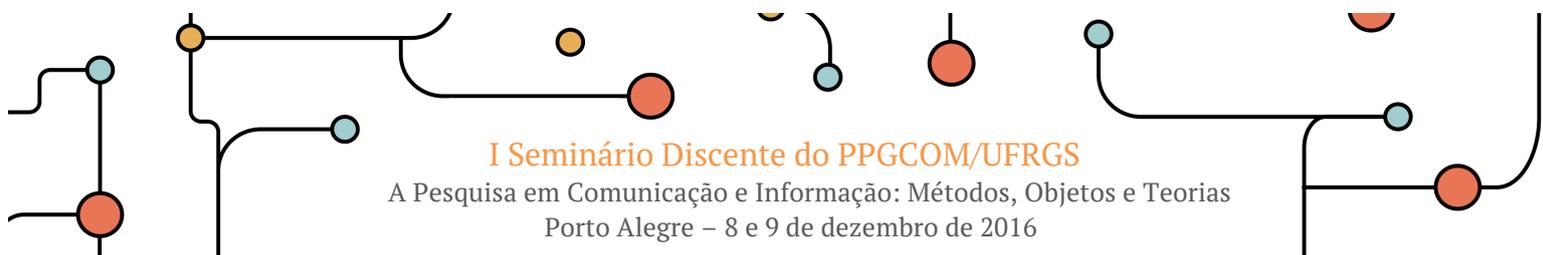
FRANÇA, V.; SIMÕES, P. Escola de Chicago. In: CITELLI, A.; BERGER, C. **Dicionário de Comunicação: escolas, teorias e autores**. São Paulo: Editora Contexto, 2014. p. 138-146.

PARK, R. A história natural do jornal. In: BERGER, C.; MAROCCO, B. **A Era Glacial do Jornalismo**. Teorias Sociais da Imprensa. Porto Alegre: Editora Sulina, 2008. v. 2. p. 33-50.

_____. **La ciudad y otros ensaios de ecología urbana**. Barcelona: Ediciones Serbal, 1999.

RUBLESKI, A.; SILVA, A. Jornalismo Líquido - tendências de ampliação do campo. **Brazilian Journalism Research**, Brasília, SBPjor, v. 8, n. 01, 2012.

SANTAELLA, L. **A ecologia pluralista da comunicação: conectividade, mobilidade, ubiquidade**. São Paulo: Paulus, 2010.



NORMALIZAÇÕES DO SABER-PODER METODOLÓGICO NO CAMPO DA COMUNICAÇÃO: MICROPOLÍTICAS NOS PROCESSOS INSTITUCIONAIS DE PRODUÇÃO DE CONHECIMENTO CIENTÍFICO

Lisiane Machado Aguiar¹

Palavras-chave

Saber-Poder Metodológico. Pós-graduação. Comunicação.

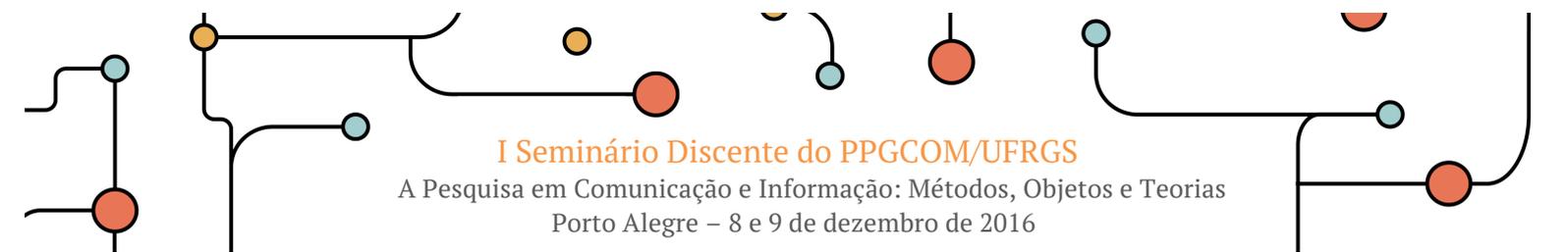
A proposta para o 1º Seminário Discente PPGCOM/UFRGS parte da investigação que está sendo desenvolvida no doutorado, buscando pensar a *problematização como método*. Para isso, compomos uma multimetodologia com arqueogenealogia, no que se relaciona à desnaturalização das práticas e na análise dos agenciamentos coletivos de enunciação vinculada à pragmática crítica.

Tomando o trabalho metodológico como uma *problematização* inspirada na análise do pensamento de Gilles Deleuze em *Theatrum Philosophicum*, Foucault instiga: “Qual é a resposta à pergunta? O problema. Como resolver o problema? Deslocando a pergunta. O problema escapa à lógica do terceiro excluído, pois ele é uma multiplicidade dispersa” (FOUCAULT, 2005, p. 246). A problematização é, portanto, um processo de produção que não se resolve pela ideia cartesiana nem pela negatividade hegeliana, pois é afirmação múltipla. “É preciso pensar problemáticamente, mais que perguntar e responder dialeticamente” (FOUCAULT, 2005, p. 246).

A problematização exige do pesquisador um posicionamento epistemológico ante a constituição do seu objeto de estudo. A partir dessa perspectiva nos afastamos dos universais, das verdades absolutas, de uma postura positivista e funcionalista para a construção do objeto de pesquisa. Aproximando-nos das processualidades que pretendem reconstruir os acontecimentos ao invés de representá-los. Dessa forma, não há separação radical entre uma vida biológica, política, econômica, o que existe são imanências e a coexistência de cada um destes campos em relação aos outros.

Desse modo, nesta pesquisa, o conhecimento científico no campo acadêmico da comunicação é pensado a partir das suas instituições de nível superior que são destinadas

¹ Doutoranda em Comunicação e Informação na UFRGS. Linha 3: Cultura e Significação. Orientadora: Nísia Martins do Rosário. E-mail: lisiaguair@gmail.com



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

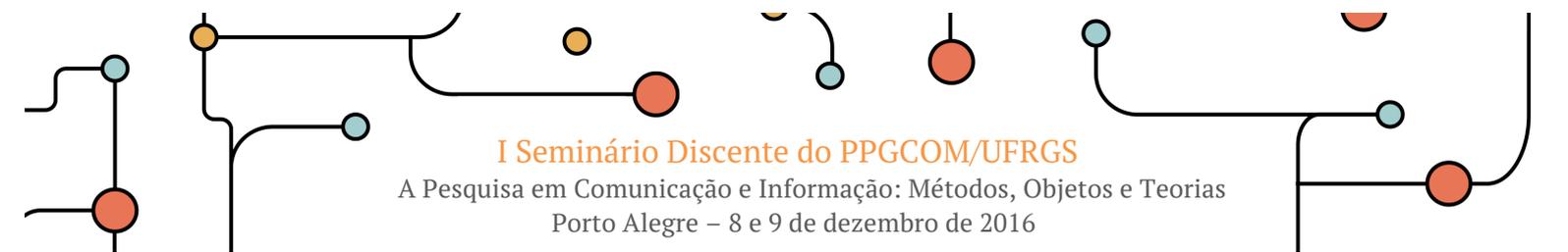
ao estudo e ao ensino da comunicação através da produção de teoria, de pesquisa e da formação para os profissionais dessa área. Assim, a delimitação, neste trabalho, recai nos programas de pós-graduação, pois se busca não as habilitações do curso, por exemplo, em jornalismo, publicidade ou relações públicas, mas a formação *stricto sensu* que está relacionada diretamente à formação docente. Soma-se a isso, o fato das atividades de pesquisa estarem concentradas nos programas de pós-graduação e receberem avaliação da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes).

De acordo com a Capes, na última avaliação trienal de 2013, há 63 Programas de Pós-Graduação em Comunicação². A avaliação resulta em notas que são homologadas pelo Conselho Técnico-Científico da Educação Superior (CTC-ES) da Capes. Os resultados da avaliação fundamentam a deliberação do Conselho Nacional de Educação (CNE/MEC) sobre quais cursos obterão a renovação para a continuidade de funcionamento, consolidando-se, assim, como instrumento essencial para o fomento, tanto por parte das agências brasileiras, setores governamentais e não governamentais, bem como de investimentos internacionais.

Nesse novo luminoso de linhas heterogêneas, Chauí (2001) observa que, nas instituições de ensino superior, há relações de poder instituídas: universidades avaliadas por índices de produtividade, regidas por contratos de gestão, estruturadas por estratégias e programas de eficácia organizacional. Numa lógica de produção que atravessa as práticas, a educação pode ser entendida como instituição, na qual o saber e o poder se implicam mutuamente. Dessa forma, em uma analítica institucional dos processos de produção de conhecimento no campo social, a questão metodológica se coloca dentro da lógica da produção capitalística.

Na universidade, a metodologia de pesquisa para um projeto, seja ele de mestrado, doutorado, pós-doutorado ou de editais universais, deve assegurar mais do que a produção de resultados, mas um modo de fazer metodologicamente que atenda a órgãos de financiamento como a Capes e o CNPq. Capitalisticamente, há um tempo de produção de dois anos para mestrado e quatro anos para o doutorado. Tempo cronológico e, aparentemente, previsível. “A avaliação desse trabalho só pode ser feita em termos compreensíveis para uma organização, isto é, em termos de custo-benefício, pautada pela ideia de produtividade” (CHAUÍ, 2001, p. 192). Podemos observar que os programas de pós-graduação regem e dirigem produtivamente seus comportamentos, disciplinando-se

² A área das Ciências Sociais Aplicadas I reúne, nos seus três campos de conhecimento, 89 programas assim distribuídos: 63 cursos da Comunicação (20 doutorados, 42 Mestrados Acadêmicos e 1 Mestrado Profissional); 23 Cursos da Ciência da Informação (8 Doutorados, 11 Mestrados Acadêmicos e 4 Mestrados Profissionais e 3 cursos em Museologia (1 Doutorado e 2 Mestrados Acadêmicos) (RESULTADOS..., 2015).



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

através de avaliações que estão configuradas de acordo com os interesses das políticas governamentais e institucionais para alcançar tal posição.

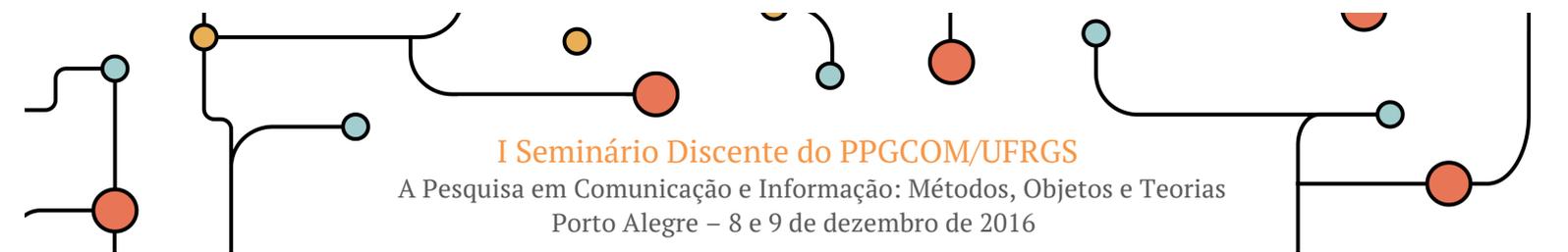
De acordo com a Capes (RESULTADOS..., 2015), a avaliação da área das Ciências Sociais Aplicadas I (CSAI), tem procedimentos capazes de apontar a qualidade dos programas. Dentre os critérios estão: a proposta do programa (este quesito é avaliado, mas não é somado aos outros itens); corpo docente (20%); corpo discente, teses e dissertações (30%); produção intelectual (40%); inserção social (10%). Cada um desses itens apresenta especificidades que serão mais bem abordadas no decorrer do trabalho, mas que permitem observar um grupo de enunciações heterogêneas em que é possível rastrear relações discursivas de produtividade.

Dessa forma, o universo dos programas de pós-graduação é um espaço fecundo para investigar os processos de produção do conhecimento que se tem como científico para orientar e normalizar a *prática* metodológica. O conceito de *prática* permeia toda obra de Foucault e é sempre reconstruído, passando pelas *epistemes* das práticas discursivas, pelos agenciamentos que se estendem tanto das práticas do saber como da ordem do poder, bem como pelos sistemas de ação e experiências na constituição do sujeito. “Em resumo, podemos dizer que Foucault entende por práticas a racionalidade ou a regularidade que organiza o que os homens fazem” (CASTRO, 2009, p. 338). Assim, quando pensamos em prática a tomamos como a normalização de uma produção.

A normalização é concebida como o processo de conduzir o outro para a norma. Foucault (2008), na obra *Segurança, Território, População*³ analisa genealogicamente um saber político voltado para o controle da população por mecanismos de normalização que são atualizados no biopoder. Assim, o poder se exerce sobre o domínio da norma e não da lei. Há diferenças entre lei e norma: a lei enquadra as condutas individuais a partir de códigos (parâmetros do que é permitido ou proibido), enquanto que a norma liga as condutas a um domínio de comparação e de regras, ou seja, a norma estabelece a média que é o objetivo a ser alcançado, determinando uma conformação homogênea.

Logo, “a operação de normalização vai consistir em fazer essas diferentes distribuições de normalidade funcionarem umas em relação às outras e em fazer de sorte que as mais desfavoráveis sejam trazidas às que são mais favoráveis” (FOUCAULT, 2008, p. 83). Dessa forma, a norma resulta na diferenciação que leva à anormalidade. Todavia, a lei usufrui de uma aceitabilidade ou recusa que gera condenação, mas o critério é sempre a própria lei.

³ Essa obra é a união das aulas do curso intitulado na mesma nomenclatura e ministrado no *Collège de France*, em 1978.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

Por isso, quando falamos em uma normalização da prática metodológica não buscamos uma prática certa ou errada dos usos que aparecem sobre: a metodologia *da* pesquisa (entendida aqui como a teoria metodológica), ou a metodologia *na* pesquisa (entendida aqui como o empírico em um trabalho investigativo), ou a metodologia *de* pesquisa (entendida aqui como o estudo dos métodos, técnicas e procedimento)⁴. Investigamos todas essas práticas metodológicas normalizadas para a produção de conhecimento científico na pós-graduação, entendendo-as como parte de um espaço acadêmico institucionalizado que se propõe a formar profissionais que compartilharão posteriormente desse conhecimento. Nesse caso, o problema orientador da pesquisa se articula do seguinte modo: Como a normalização de um saber-poder metodológico vem sendo enunciado nos programas de pós-graduação em comunicação? Parte-se da perspectiva de que a discussão metodológica merece ser reconhecida como elemento vital na produção de conhecimento envolvendo os aspectos conceituais, éticos, estéticos e políticos.

Referências

BRAGA, José Luiz. **A prática da pesquisa em comunicação: abordagem metodológica como tomada de decisões**. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – E-Compós. Brasília, v14, n1, jan-abr. 2011b.

CHAUÍ, M. **Escritos sobre a universidade**. São Paulo: UNESP, 2001.

CASTRO, E. **Vocabulário de Foucault**: um percurso pelos seus temas, conceitos e autores. Belo Horizonte: Autêntica, 2009.

FOUCAULT, M. *Theatrum Philosophicum*. In: **Ditos & Escritos II – Arqueologia das ciências e história dos sistemas de pensamento**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.

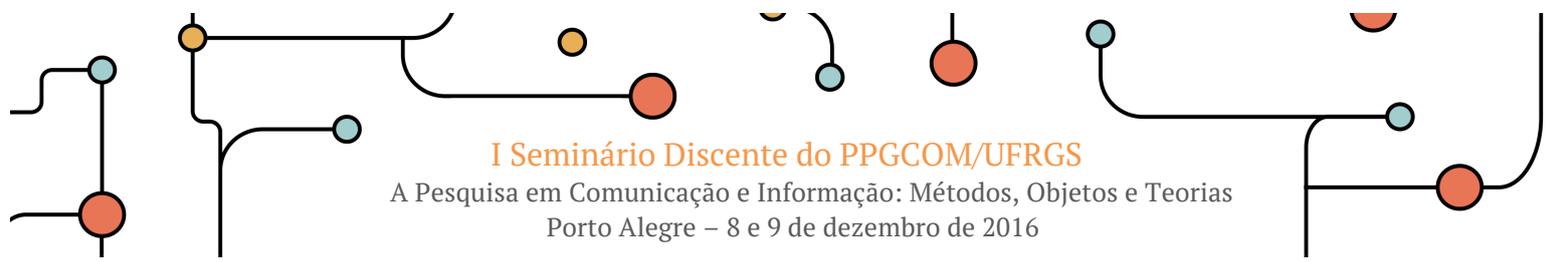
_____. Polêmica, Política e Problematização. In: **Ditos & Escritos V - Ética, sexualidade, política**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004.

_____. **Segurança, território, população**: curso dado no Collège de France (1977-1978). São Paulo: Martins Fontes, 2008.

LOPES, M. I. V. **Pesquisa em Comunicação**. 9. ed. São Paulo: Loyola, 2009.

RESULTADOS trienal 2013 após recursos. **Capes**. Disponível em: <<http://www.avaliacaotrienal2013.capes.gov.br/>>. Acesso em: nov. de 2015. SANTAELLA,

⁴ Esses diferentes usos da metodologia – da, na, de – pesquisa são discutidos em muitos livros sobre métodos e técnicas de pesquisa, no entanto focamos, em Lopes (2009), Braga (2011b) e Santaella (2001) por serem da comunicação - nessa parte introdutória do trabalho.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

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

DEPOIS DO MÉTODO: BREVES REFLEXÕES SOBRE CONSTRUÇÃO METODOLÓGICA NA COMUNICAÇÃO

Leonardo Feltrin Foletto¹

Palavras-chave

Metodologia. Comunicação. Teoria Ator-Rede. Jornalismo. Metafísica.

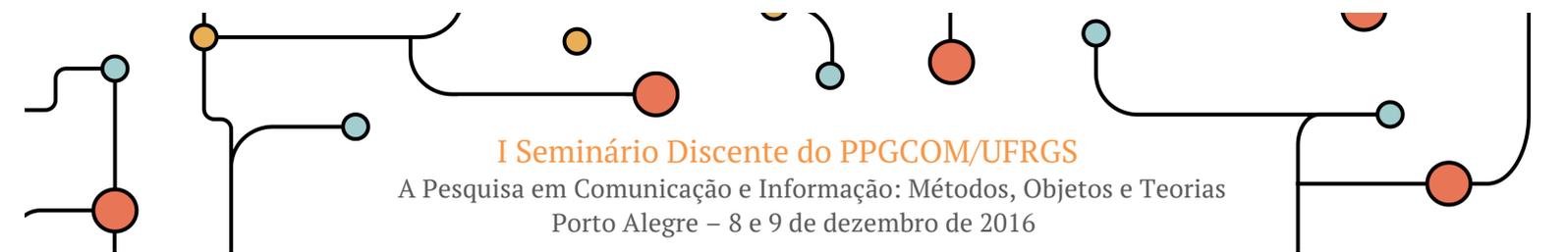
Em 1974, o austríaco Paul Feyerabend era professor convidado na Universidade de Sussex, em Brighton, na Inglaterra, trabalhando 12 horas por semana e não dava mais conta de ensinar. Tendo lutado no Exército Nazista alemão da Segunda Guerra Mundial (atingido por uma bala, viveu desde então de muletas), estudado com Karl Popper em Londres e sido professor de filosofia na Universidade de Berkeley, na Califórnia, Feyerabend havia trabalhado nos últimos anos em um texto junto de seu amigo Imre Lakatos, matemático e professor na London School of Economics, sobre “anarquismo metodológico”. O livro consistiria de duas partes: a primeira, a cargo do austríaco, traria uma crítica a posição racionalista na ciência; Lakatos, por sua vez, reformularia essa posição para defendê-la e rebater os argumentos de Feyerabend. Juntas, as duas partes deviam retratar os longos debates dos dois em torno desse tema — que tiveram início em 1964, prosseguiram em cartas, aulas, chamadas telefônicas, artigos, e só tiveram fim com a morte repentina de Lakatos, em 2 de fevereiro de 1974.

Como homenagem ao colega, Paul Feyerabend resolveu publicar o livro assim mesmo, só com uma parte, e nasceu *Contra o Método* (1975), um manifesto contra o método científico racionalista que recorre a psicologia, sociologia e história da ciência para se perguntar: será que é desejável apoiarmos uma tradição que se mantém una e intacta, através de regras restritas, e ainda concedê-la direitos exclusivos sobre a manipulação do conhecimento sobre as demais? A resposta dele é taxativa: “um firme e vibrante NÃO” (FEYERABEND, 1977, p. 24).

Trinta anos depois, John Law, sociólogo, um dos pesquisadores mais diretamente ligado à Teoria Ator-Rede² (TAR), escreveu um livro inteiro que, embora não aborde

¹ Doutorando em Comunicação e Informação na UFRGS. Linha 2: Jornalismo e Processos Editoriais. Orientadora: Virgínia Pradelina Fonseca. E-mail: leofoletto@gmail.com

² A Teoria Ator-Rede surge nos anos 1980, dentro da STS, no contexto de alternativas às concepções estruturalistas e funcionais da ciência. Estas oferecem ora explicações sociais, baseadas em relações de causa e efeito ocasionadas pelo social isolado do “fenômeno” a ser analisado, ora essencialistas, centradas no fenômeno a ser analisado, sem considerar as suas relações sociais, econômicas, culturais, etc. Em oposição a isso, pesquisadores como Bruno Latour, Michel Callon, Madeleine



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

diretamente as referências do austríaco, tem um mesmo objetivo: discutir o método científico da tradição Euro-Americana. O argumento central de "*After Method: mess in social science research*" traz a ideia de que os modos de inquirir acadêmicos não captam as texturas confusas do mundo tal como elas se apresentam. Partes do mundo são capturadas nas etnografias, histórias e estatísticas, mas outras partes não. Ele então se pergunta:

If much of the world is vague, diffuse or unspecific, slippery, emotional, ephemeral, elusive or indistinct, changes like a kaleidoscope, or doesn't really have much of a pattern at all, then where does this leave social science? How might we catch some of the realities we are currently missing? (LAW, 2004, p. 2)

Para descrever sua proposta, Law traz diversos estudos e situações na história da ciência e tecnologia. No capítulo dois, ele vai ao livro de Bruno Latour e Steve Woolgar, *A vida no Laboratório*, publicado em 1979, e ver, "sob os ombros dos etnógrafos da ciência", como cientistas e outros produzem conhecimento na prática. Ao traçar os vários sistemas de produção materiais presentes no laboratório de Salk, nos Estados Unidos, onde fizeram a etnografia, Latour e Woolgar propõem a ideia de *inscrições do dispositivo*: "*any item of apparatus or particular configuration of such items which can transform a material substance into a figure or a diagram which is directly usable by one of the members of the office space*" (LAW, 2004, p. 20).

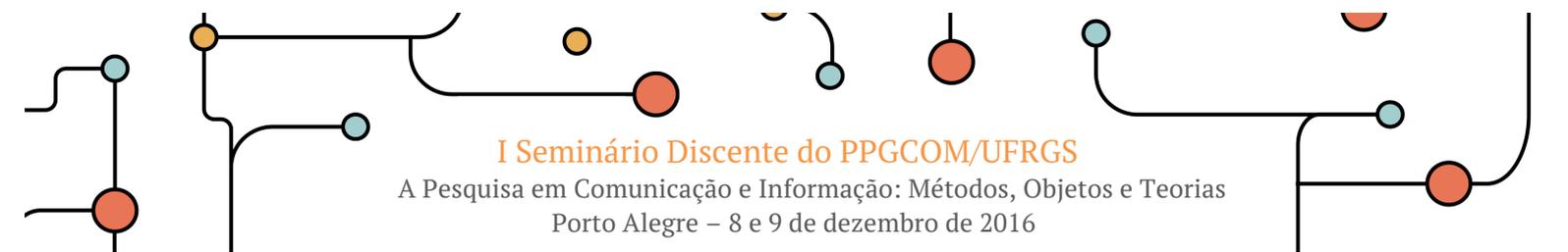
Algumas inscrições particulares do dispositivo e suas práticas é que vão construir, então, realidades particulares. Law enfatiza:

Realities are being constructed. Not by the people. But in the practices made possible by networks of elements that make up the inscription device - and the networks of elements within which that inscription device resides (LAW, 2004, p. 21).

As realidades não existem sem suas correspondentes inscrições dos dispositivos. Em oposição à Euro-Americana³, a metafísica que corresponde a esta afirmação é a de que

Akrich e John Law começaram a defender a ideia de que a construção dos fatos científicos não pode ser pensada de maneira a separar objetos e humanos, social e natural, de lados diferentes, cada um com pesos distintos que seriam avaliados previamente, sem saídas à campo ou exploração de dados, numa determinada investigação. Mais informações em Law (2004) e Latour (2012); para relação da TAR com a comunicação, Lemos (2013).

³ A metafísica euro-americana é a base das ciências sociais no ocidente e em Law (2004) é apresentada como aquela que designa que há apenas uma realidade, passível de ser conhecida a partir de métodos (o método científico): "Euro American common sense tends to the reflex that it is important to stipulate the conditions under which science can be properly carried out. This is because scientific inquiry needs to be protected from the distortions that might come from outside. The idea that science needs to be protected in this way is often (though not always) linked to 'empiricism' and to 'positivism'. Empiricism is a family of traditions in the philosophy of science which argue that scientific truths grow out of, and are properly generalised from, appropriate empirical observations. Positivism is another, closely related, set of traditions which argue that scientific truths are rigorous sets of logical relations or laws that describe the relations between (rigorous) empirical descriptions (LAW, 2004, p.16).



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

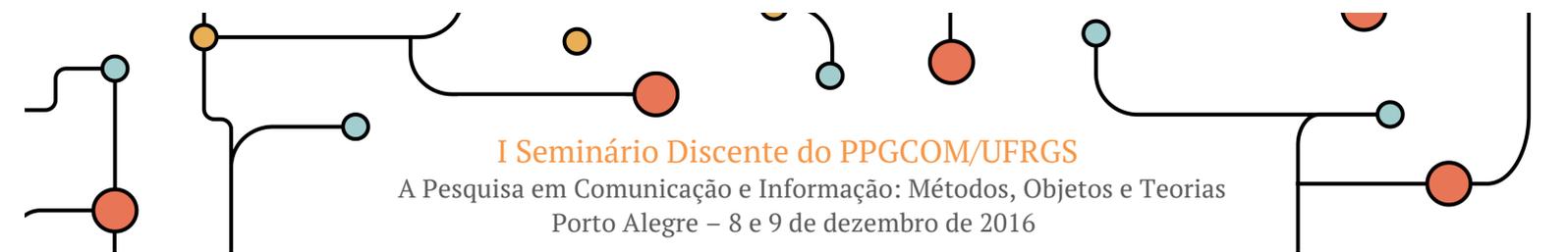
a realidade não é independente nem anterior ao aparelho de produção; nem definida nem singular até o aparelho de produção estar no local.

Realities are made. They are effects of the apparatuses of inscription. At the same time, since there are such apparatuses already in place, we also live in and experience a real world filled with real and more or less stable objects (LAW, 2004, p. 31).

Com Latour e Woolgar, Law introduz sua não-proposta de método a partir da ideia de *assemblage*, oriunda da filosofia de Giles Deleuze e Félix Guattari em Mil Platôs (1980): “a process of bundling, of assembling, or better of recursive self-assembling in which the elements put together are not fixed in shape, do not belong to a larger pre-given list but are constructed at least in part as they are entangled together” (LAW, 2004, p. 42). A ideia de *assemblage* recusa fórmulas fixas que definam a priori o que é bom ou ruim como método e determina que este ocorra como um processo contínuo de elaborar e performar (*enact*) os limites necessários entre presença, ausência e alteridade. Nas palavras de Law:

Method assemblage may be seen as the crafting of a hinterland of ramifying relations that distinguishes between: a) 'in here' statements, data or depictions (which appear, for instance, in science and social science publications, and include descriptions of method); b) the 'out-there' realities reflected in those in-here statements (natural phenomena, process, methods, etc); and c) an endless ramification of process and contexts 'out-there' that are both necessary to what is 'in-here' and invisible to it (LAW, 2004, p. 42).

O método *assemblage* também pode ser entendido como ressonância que cria e detecta periodicidades e padrões no fluxo das coisas (LAW, 2004, p. 143). Mas que padrões e periodicidades ele estabelece e quais nega? Com a perspectiva de não trazer respostas generalistas e nem partir de relações assimétricas em sua busca, o método *assemblage* pode percorrer os desvios e a indecisão das múltiplas realidades e delas captar questões que mantém estabilidades temporárias que podem ajudar a performar outras estabilizações temporárias, e assim indefinidamente. Se, como diz Law, a metafísica Euro-Americana se compromete com a estabilidade e a precisão de suas investigações, mesmo que ao custo de posições tomadas a priori do observador e da aparente universalidade de suas afirmações, esta metafísica alternativa proposta por Law em “*After Method*” quer incluir a inconstância de modos alegóricos, ambíguos, pouco tácitos, na hora de construir métodos heterogêneos que performem uma dada realidade mais do que a tentem representar.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

Law encerra o livro sugerindo que as afirmações metafísicas que o método científico tradicional Euro-Americano propõe devem ser erodidas. Mas de que forma prática fazer isso? Quais os métodos alternativos que são lentos, incertos, que dediquem atenção ao processo e consigam capturar as múltiplas realidades performadas de maneira mais heterogênea? A resposta é que não há uma única resposta - nem deve haver (LAW, 2004, p.151). Mas a capacidade de colocar as questões é tão importante como quaisquer respostas particulares que possam ser obtidas, o que nos leva para uma questão: como os entendimentos teórico-metodológicos propostos por Law, e com a perspectiva da TAR, podem contribuir para as pesquisas em comunicação e informação?

Uma contribuição teórico-metodológica que a Law e a TAR podem trazer aos estudos de nossa área é decorrente da atenção, justamente, aos processos. Entender a mediação como um processo híbrido, instável e constituído de diversos elementos estabelecidos em uma rede de significados (LATOUR, 1994) nos leva a um segundo movimento: incluir os objetos que tomam parte nas mediações realizadas no jornalismo na pesquisa. Estender a atenção aos dispositivos técnicos nas investigações é o principal caminho que a perspectiva da TAR tem se aproximado dos estudos de comunicação - e, especialmente, do jornalismo. No entender de Ursula Plesner (2009), esta atenção promove uma abertura da "caixa-preta" do jornalismo e torna a tecnologia visível novamente dentro da prática profissional, tirando-a da posição naturalizada em que se encontra na maioria das pesquisas da área hoje (PLESNER, 2009).

Prestar atenção aos rastros - muitas vezes incertos e confusos, mas observáveis - deixados pelos atores nos processos de mediação é outra contribuição possível para as nossas áreas. Olhar para os rastros é atentar ao movimento que ocorre nas diferentes redes de atores mobilizadas na mediação: é enxergar tudo aquilo que, por exemplo, toma parte nas diferentes etapas de uma informação ser produzida até ser posta em circulação pelo jornalismo - o que inclui o uso do e-mail, de sistemas de publicação de notícias e da configuração espacial das redações jornalísticas, mas também uma série de humanos. Atentar para este movimento é fundamental, diz Emma Hemmingway (2008):

We need to concentrate our efforts on understanding not just the role that technologies play, but more importantly, the associations that we discover between human and technological actors. It is the relationships, the alliances and the linkages that we will discover between these seemingly disparate constituents that help us to gain a fuller understanding of news processes (HEMMINGWAY, 2008, p. 8).

É possível que os pesquisadores da comunicação não consigam mapear todos os atores numa rede tão complexa como a de produção de uma informação hoje. Mas que isso



não sirva de desestímulo para o abandono do empírico e a decorrente recorrência às estruturas para a explicação: lidar com o incerto faz parte do olhar para o método de uma forma mais ampla e solta, diz Law (2004). Se nós, enquanto pesquisadores da comunicação e informação, observarmos de múltiplas perspectivas este fluxo confuso de potencialidades que são os atores em ação e soubermos que ao se olhar de uma maneira seperforma uma realidade e se produz ausências, já será um ganho considerável.

Referências

- FEYERABEND, P. **Contra o Método**. Rio de Janeiro, Francisco Alves Editora, 1977.
- HEMMINGWAY, E. **Into the Newsroom**: Exploring the Digital Production of Regional Television News. London: Routledge, 2007.
- LATOUR, B. On Technical Mediation. **Common Knowledge**, v. 3 n. 2, p. 29-64, 1994(b).
- LAW, J. **After Method**: mess in social science research. New York: Routledge, 2004.
- PLESNER, U. **An Actor-Network Perspective on Changing Work Practices**: Communication Technologies as Actants in Newswork. *Journalism* 10 (5): 604–626, 2009.

ESTUDO SOBRE A PRODUÇÃO DE SENTIDO EM IMAGEM

Anelise Angeli De Carli¹

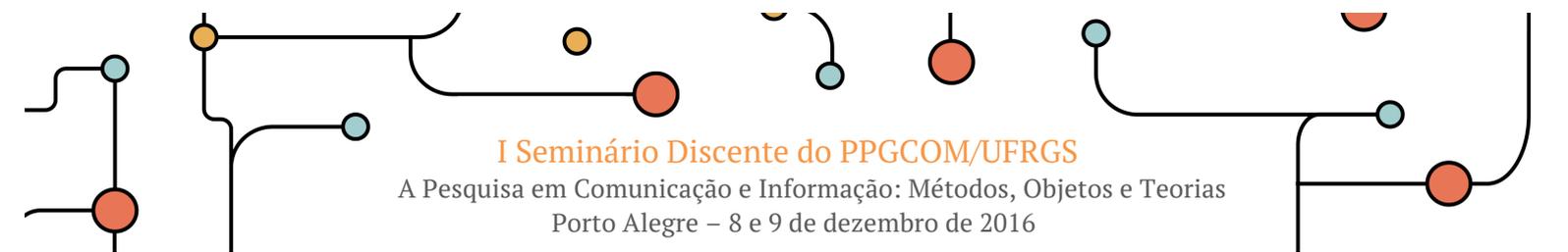
Palavras-chave

Epistemologia. Imagem. Imaginário. Teoria do conhecimento.

Durante minha pesquisa de mestrado, me deparei com a dificuldade de encontrar textos teóricos que debatessem os aspectos epistemológicos da fotografia. Elaborando um estado da arte que problematizasse a imagem na imprensa, pesquisei por teses e dissertações que contivessem a palavra-chave “fotojornalismo” ou as palavras “jornalismo” e “fotografia”. Nestes textos, a fotografia era geralmente tomada como objeto de estudo histórico e/ou semiótico, no interesse de perscrutar os aspectos culturais que se depreendiam de seus usos sociais e midiáticos. Ou seja, os trabalhos que encontrei tomavam como problema de pesquisa aspectos do produto fotográfico, seja em sua materialidade estética (sua composição, elementos figurativos), histórica (modos de produção, biografias ou eventos e coberturas) ou fenomenológica (produto técnico resultado da visão de mundo moderna). Para expandir um pouco esta questão para além da fotografia no jornalismo, me utilizei de outras duas pesquisas que perscrutaram o estado da arte da pesquisa em fotografia no Brasil dentro de congressos da área da comunicação (BARROS, 2014; AZOUBEL, 2016). Ambas concluem que é díspar o conjunto de referências nos estudos sobre fotografia no Brasil. Na maioria das vezes os pesquisadores se valem de referências historiográficas a respeito da técnica fotográfica, discussões da semiologia estruturalista francesa e, ainda, ensaios sociológicos que comentam o tema das fotografias em questão – não questões intrínsecas ao meio fotográfico.

Foi movida pela angústia dessa lacuna de referências que me movi em direção a aumentar o espectro de pesquisa no tocante à fotografia e cheguei à problemática da imagem. É senso comum na área da Comunicação falar sobre a era das telas, ou ainda, civilização da imagem. Se nos estudos da comunicação, a fotografia nunca alcança *status* maior do que o de uma função representativa ou ilustrativa, como ela seria tratada na pesquisa sobre imagem? No entanto, também a imagem é geralmente tema de estudos,

¹ Doutoranda em Comunicação e Informação na UFRGS. Linha 3: Cultura e Significação. Orientadora: Ana Taís Martins Portanova Barros. E-mail: anelisedecarli@gmail.com



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

objeto de pesquisa, no âmbito da comunicação. Ao longo de uma pesquisa na qual estou me debruçando desde o início do doutorado, percebo que também são poucas as discussões a respeito da imagem que não a tratem como objeto de estudo. Mais pronunciadamente no campo da psicologia, da arte e da filosofia, encontramos referenciadas teses sobre a imagem em Gilbert Durand, Gaston Bachelard, Hans Belting, Régis Debray, Gilles Deleuze, Didi-Huberman e Aby Warburg. Meu atual estado de pesquisa é a elaboração de levantamento bibliográfico que perceba proximidades e afastamentos entre essas e outras discussões teóricas ainda a descobrir. Dessa maneira, a intenção deste projeto de tese é discutir as possibilidades de contato e rupturas entre as teorias da comunicação e as teorias da imagem, consideradas em suas instâncias simbólicas e fenomenológicas.

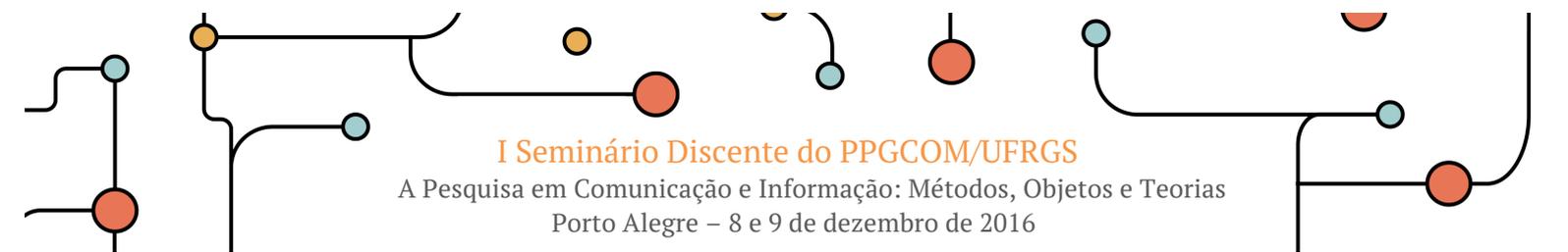
No dia em que escrevo estas páginas, mais de 63 milhões de figuras foram publicadas no *Instagram* (uma delas é minha)². É flagrante o aumento da produção de conteúdos desde o advento da digitalização das comunicações e sua conexão em rede global. Assim como muda o mundo e suas relações, mudam suas formas de comunicação.

Se vivemos numa civilização da imagem, como diria Gilbert Durand (1998), é preciso perguntar que imagem e que civilização são essas. O exagero da imageria talvez não passe de um “surto icônico” de nossa civilização e Olga Pombo já se referiu com pesar ao fato de que imagem hoje seja reduzido a significar os meios audiovisuais. No senso comum – o que é sempre sintomático de uma época – a imagem virou sinônimo de visualidade, uma restrição brusca dos aspectos possíveis de expressão que invisibiliza as imagens sonoras e mentais. Certa preferência por uma linguagem está na ponta dessa lança e pode ser o mote para pensarmos a civilização contemporânea hiperconectada.

Para compreender este epíteto da nossa era, é preciso compreender alguns traços do mundo em que vivemos, este mundo de homens em constante comunicação – mas de que forma se dá essa comunicação? Quem sabe, para responder essas inquietações que se relacionam à produção de sentido na comunicação contemporânea, seja preciso elaborar não uma antropologia visual, mas, na esteira de Didi-Huberman, investigar a *antropologia do visual* ou, com Gilbert Durand, uma filosofia da imagem.

Para entrecruzar esses debates, parece-me necessário, num primeiro momento, trabalhar com um conceito ampliado de comunicação. Os estudos acadêmicos da comunicação se voltam excessivamente para o pensamento acerca do processo de

² Segundo dados do site *Internet Live Stats* para o dia 7 de novembro de 2016. No *Instagram*, publicam-se quaisquer arquivos “de imagem”, como fotografias e outras figuras digitais – colagens, ilustrações, desenhos ou imagens animadas como GIFs.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

mediatização ou da comunicação mediaticizada, ainda reiterando um paradigma positivo das escolas norte-americanas da transmissão (SODRÉ, 2014). É de interesse, no entanto, de um estudo que considere a comunicação como qualquer manifestação de organização de mediações simbólicas, que se descreva quem é esse sujeito humano que vive na era das mídias (SODRÉ, 2014) – em vez de só descrever que mídia é essa em que vivem os homens.

Muitos desdobramentos são possíveis para esta investigação, por isso me encontro com um grande problema para enfrentar este problema de pesquisa. Esta tese deve promover uma discussão ampla em termos de materiais e pouco específica em termos de corpo empírico de análise. Podemos pensar na escolha de fotografias do jornalismo para ilustrar os livros didáticos de História. Quando a representação midiática vira forma de representação à altura do posto de referência educacional? Que leitura as crianças podem ter do passado a partir dos livros? O que nos abre outras perguntas a respeito do estatuto de conhecimento que algumas imagens visuais já possuem. Por que as pessoas se utilizam hoje de memes e outras confecções digitais de ilustração para esboçarem argumentos complexos? Por que se utilizam imagens na publicação de trabalhos científicos? Poderíamos pensar mais objetivamente em estudos geográficos e médicos. Quantas ilustrações científicas já não serviram de modo de conhecimento para pessoas que nunca tiveram contato com uma planta descobrirem seu aspecto? Quantos mapas-múndi não mostraram ao mundo uma aproximação do que seria o desenho de uma costa territorial antes de podermos olhar através das lentes de um telescópio em órbita? Quantas civilizações não conheceram umas às outras simplesmente através de relatos e retratos feitos por viajantes intercontinentais? Mais: como hoje descobrimos e lembramos uns aos outros quando buscamos seu avatar nos sites de rede social? É preciso esquematizar na similitude de forma para compreender processos mais complexos? Então a simplificação da forma pode ser uma fórmula de acesso ao entendimento mais profundo de outro sentido? Operaria o conhecimento pela imagem numa lógica metafórica e a memória de uma forma metonímica?

Em resumo, partindo da suposição de que um modo de materialização específico da imagem, a fotografia, é também um modo de conhecimento da contemporaneidade, como descrever as características através das quais opera esse fenômeno? É preciso encontrar maneiras de tratar metodologicamente o problema de maneira mais prática – possivelmente reduzindo o escopo de questões. De qualquer maneira, antevejo que é do meu interesse problematizar o protagonismo da visualidade em relação a outras



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

características da imagem (como um problema filosófico ou psicológico), talvez descrevendo como se materializam as características da imagem na forma específica da fotografia. Em adicional, o objetivo final desta problematização seria começar a levantar possíveis aspectos epistemológicos da imagem.

Referências

AZOUBEL, D. Narrativas fotojornalísticas: mapeamento dos textos apresentados entre 2010 e 2014 nos eventos científicos da Compós, da Intercom e da SBPJOR – Parte III. **Anais do XXXIX Intercom**, ECA/USP, São Paulo, 2016, p. 1-15. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-1198-1.pdf>>. Acesso em: 7 nov. 2016.

BARROS, A. T. M. P. Fotografia, olho do Pai. In: BONI, P. C. (Org.). **Fotografia: usos, repercussões e reflexões**. Londrina: Midiograf, 2014. p. 25-42.

DURAND, G. **O imaginário**: ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem. Rio de Janeiro: Difel, 1998.

INSTAGRAM. Disponível em: <<https://www.instagram.com/>>. Acesso em 07 nov. 2016.

INTERNET Live Stats. Disponível em: <<http://www.internetlivestats.com/>>. Acesso em: 07 nov. 2016.

SODRÉ, M. **A ciência do comum**: nota para o método comunicacional. Petrópolis: Vozes, 2014.

PESQUISAR VIDAS: O DESMONTE E O ARRANJO COMO PROPOSTA METODOLÓGICA NA INVESTIGAÇÃO BIOGRÁFICA

*Luis Felipe Silveira de Abreu*¹

Palavras-chave

Biografia. Biografema. Dispersão. Desmonte e arranjo. Roland Barthes.

Em nosso projeto de pesquisa, nos propomos entender a ordem de textualidades biográficas contemporâneas a partir do conceito de *biografema*, cunhado por Roland Barthes (2005) para tratar de biografias do minúsculo, constituídas a partir da observação e do relato de idiosincrasias cotidianas de seus personagens. Caracterizado como uma narrativa em tom menor, composta a partir de detalhes comezinhos (as luvas brancas de Sade, para ficarmos em um exemplo utilizado pelo próprio Barthes), o *biografema* foi concebido enquanto subversão das formas biográficas tradicionais, além de retorno e libertação dos sujeitos em meio ao texto. O que nossas investigações indicam é a possibilidade de uma torção em tal cena, indicando que o conceito sofreu modulações desde seu advento na década de 1970, sendo mesmo hoje transformado por sua apropriação comunicacional. Da vida que ninguém vê, cartografada nas reportagens de Eliane Brum (2006), à vida vista por todos os lados, no estacionar de Caetano Veloso (CAETANO..., 2016) e nas compras de Chico Buarque (CHICO..., 2016), o que buscamos é entender *qual a escrita de vida que a Comunicação tem dado a ver*. A partir de tal colocação, propomos perguntar não as causas do fenômeno, mas sim suas implicações. Assim, nosso olhar se volta a buscar enquanto *corpus* a enunciação desses *traços biografemáticos* em uma série de discursos midiáticos contemporâneos, aqui delimitados entre textos literários e jornalísticos.

Se propomos essa torção, é imprescindível que nosso trabalho se volte sobre tais objetos, de modo a observar como se dão os usos dessas estratégias narrativas hoje, quais transformações essa escritura vem impondo ao registro das vidas. De nossas primeiras observações, já se pode notar que o biográfico, na Comunicação, se encontra difuso em uma série ampla de textualidades e suportes midiáticos – e é a descoberta desse cenário complexo que nos impõe uma solicitação, uma questão que abre em outras mais, porta de

¹ Mestrando em Comunicação e Informação na UFRGS. Linha 3: Cultura e Significação. Orientador: Alexandre Rocha da Silva. E-mail: paraluisabreu@gmail.com



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

entrada para a discussão por esse resumo proposta: como lidar com objetos dispersos por natureza? Como constituir o *corpus* a partir dessa existência fragmentária dos objetos? Como abordar uma multiplicidade textual, para extrair dela seu processo de constituição de sentidos?

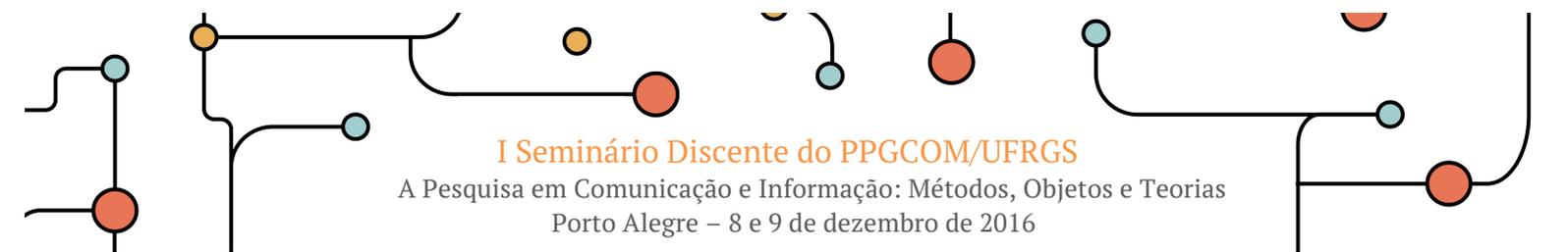
Postas na mesa as dúvidas constituintes desse processo investigativo, cabe aqui, nesse resumo, o esboço da proposta metodológica elaborada de modo a problematizar tais contingências. Desse modo, o que aqui tentamos delinear é um percurso de pesquisa adequado ao trabalho com fragmentos dispersos temporalmente e em vários regimes discursivos, buscando discutir seus alcances e seus limites, sua pertinência para a pesquisa em Comunicação.

Começamos pelo propósito de identificar uma dispersão discursiva, nos termos da arqueologia de Michel Foucault (2013). Sua proposta analítica, em termos bastante resumidos, funda um projeto de descrição do campo discursivo, com enfoque nas singularidades dos enunciados, buscando estabelecer suas condições de existência. Essa arqueologia é tomada aí em seu aspecto metodológico, sobretudo quando se debruça sobre a *dispersão* desses discursos, caracterizada pela existência de traços enunciativos em vias de institucionalização. Nas análises do filósofo, são os enunciados sobre, por exemplo, a loucura e a infâmia, irradiados em discursos científicos; já em nosso sítio arqueológico-dispersivo, os fragmentos que se dão a ver extensamente são de narrativas do vivido, enunciados biográficos.

Nessas circunstâncias, o trabalho do pesquisador – aí que assumimos nossa missão – se constituiria em formar unidades a partir desses traços, no rastreo das funções e das aparições dos enunciados dentro dos conjuntos das formações discursivas, como discorre o filósofo (FOUCAULT, 2013, p. 85):

Ora, essa própria dispersão – com suas lacunas, falhas, desordens, superposições, incompatibilidades, trocas e substituição – pode ser descrita em sua singularidade se formos capazes de determinar as regras específicas segundo as quais foram formados objetos, enunciações, conceitos, opções teóricas: se há unidade, ela não está na coerência visível e horizontal dos elementos formados; reside, muito antes, no sistema que torna possível e rege sua formação.

Se essas colocações de Foucault delineiam os objetivos de nossa análise, seu compromisso e seu modo de enfoque, os operadores analíticos de nosso processo investigativo podem ser traçados desde um breve ensaio de Barthes (2007) chamado *A atividade estruturalista*. Ali, o crítico é convocado a discutir sobre aquilo que se tomou como a “moda” estruturalista das pesquisas em Ciências Humanas, em meados do século



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

XX. O que se partilharia de Lévi-Strauss a Althusser, de Foucault ao próprio Barthes, é não um movimento coeso, uma escola de pensamento unificado, mas sim uma *atividade*, constituída de certos traços perspectivos em comum, partilhados no objetivo de “reconstituir um ‘objeto’, de modo a manifestar nessa reconstituição as regras de funcionamento (as ‘funções’) desse objeto” (BARTHES, 2007, p. 51).

Na busca por esse norte, “a atividade estruturalista comporta duas operações típicas: desmontagem e arranjo” (BARTHES, 2007, p. 52). O trabalho analítico passa então pela seleção de um “objeto” do mundo, constituinte do problema de pesquisa em questão, como as narrativas da cultura de massa, os contos populares eslavos ou o imaginário totêmico indígena, por exemplo; após, esse elemento escolhido deve ser “desmontado”, o que consistiria em buscar no corpo desses objetos certas unidades de sentido, a que Barthes chama fragmentos, a serem extraídos, desarticulados de seu fundo originário. Central aí é compreender que “o fragmento não tem sentido em si, mas é, entretanto, tal que a menor variação trazida a sua configuração produz uma mudança do conjunto” (BARTHES, 2007, p. 52). Daí a importância de se extrair essas unidades, configurando-as em outro contexto de modo a produzir variação, movimento semântico – estamos de todo distantes de qualquer hermenêutica, no que tal método postula a inutilidade de uma pretensa abordagem de “desvelamento” dos objetos. Em repouso eles nada mostrarão; e se desenha aí outra relação de tal abordagem para com a arqueologia foucaultiana, nos termos da assunção de que não são os objetos que falam – ao menos não sozinhos:

O objeto não espera nos limbos a ordem que vai liberá-lo e permitir-lhe que se encarne em uma visível e loquaz objetividade; ele não preexiste a si mesmo, retido por algum obstáculo aos primeiros contornos da luz, mas existe sob as condições positivas de um feixe complexo de relações (FOUCAULT, 2013, p. 54-55).

Há que produzir movimento, portanto, o abalo necessário para fazer emergir os contornos das relações – o que se dá no segundo eixo dessa análise em dupla articulação: o arranjo. A análise se aproxima aí de um jogo e o pesquisador de um montador de *puzzles*: se o texto foi cindido, de seus cacos se dará a ver uma espécie de mosaico, quebra-cabeça de peças dos mais variados encaixes. A imagem de um jogo nos ajuda na compreensão de que esse processo de montagem não é arbitrário: a construção se vê guiada pelo princípio das próprias funções observadas na cisão precedente, as formas que dão se dão a ver nas semelhanças e diferenças das unidades significantes extraídas no desmonte. Na (re)disposição desses fragmentos, o que se busca é a compreensão de alguns dos modos de funcionamento do objeto: “Colocadas as unidades, o homem estrutural deve descobrir-



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

lhes ou fixar-lhes regras de associação: é a atividade do arranjo, que sucede à atividade de chamada” (BARTHES, 2007, p. 53). Chama atenção os termos utilizados e postos em equivalência aí: descobrir e fixar. Não é o caso de um desvendamento, como já se disse, mas mesmo um trabalho criativo do pesquisador, que é o responsável pela construção dos sentidos a partir do que passam a dizer os fragmentos do objeto quando postos em circulação – e é por isso que Barthes chega aí a dizer que há pouca diferença de natureza (sua distância seria de grau) entre o fazer estruturalista, desse modo compreendido, e o trabalho artístico e literário: seriam ambas formas de recriação do mundo, uma *mimesis* fundada não na analogia das formas, mas das funções.

Ao que se chega aí não é um objeto reconstruído à semelhança do “original”, e nem mesmo uma criação nova, absolutamente indistinguível de sua origem, mas sim uma espécie de híbrido, apresentado em uma forma descontínua, forçosamente fragmentária. Não é à toa que Barthes toma como exemplos de “reconstrutores” artísticos Piet Mondrian e Pierre Boulez: é do plasticismo segmentado do primeiro e do dodecafonismo atonal do segundo que o pesquisador estruturalista deveria tomar seus modelos de arranjo. Escreve o crítico (BARTHES, 2007, p. 51): “Pois entre os dois objetos, ou os dois tempos da atividade estruturalista, produz-se algo novo, e esse algo novo não é nada menos que o inteligível geral”. É esse inteligível, compreensão das regras de produção e enunciação dos discursos, que traça o fio que vai de um objeto ao outro, do “original” ao “recriado”.

O que acreditamos ser possível ver nas engrenagens dessa maquinaria teórica é um potente caminho de pesquisa, especialmente pertinente a nossa abordagem e a nossos problemas de pesquisa. Se nossas dúvidas dizem respeito aos sentidos que a enunciação da palavra biográfica ganha em sua circulação midiática, é necessário esse instrumento analítico capaz de, simultaneamente, mapear a ocorrência dessa palavra, tida em traços como no *biografema*, e entender suas funções, o modo como trabalha por dentro os discursos nos quais se visibiliza.

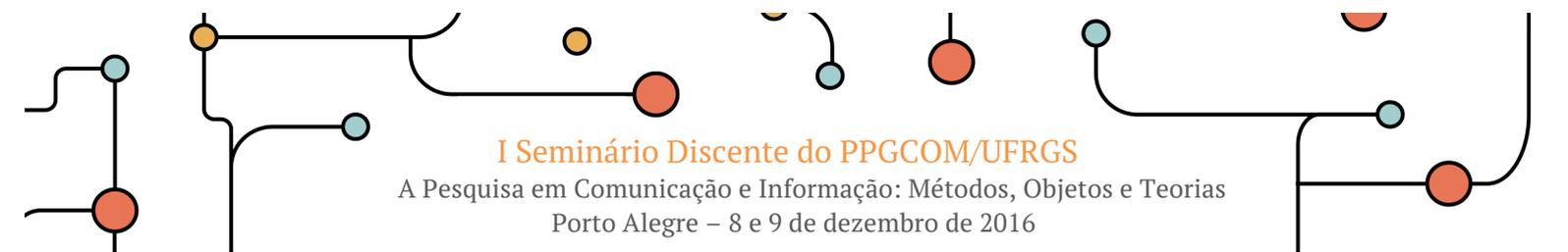
Referências

BARTHES, R. **Crítica e verdade**. São Paulo: Perspectiva, 2007.

_____. **Sade, Fourier, Loyola**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

BRUM, E. **A vida que ninguém vê**. Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2006.

CAETANO Veloso estaciona carro no Leblon nesta quinta-feira. In: **Terra**. Disponível em: <<https://diversao.terra.com.br/gente/caetano-estaciona-carro-no-leblon-nesta-quinta-feira,41d3399ae915a310VgnCLD200000bbccceb0aRCRD.html>>. Acesso em: 7 nov. 2016.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

CHICO Buarque compra baguetes para o lanche da tarde. In: **Globo**. 02 nov. 2009.
Disponível em: <<http://ego.globo.com/Gente/Noticias/0,,MUL1363727-9798,00-CHICO+BUARQUE+COMPRA+BAGUETES+PARA+O+LANCHE+DA+TARDE.html>>. Acesso em: 7 nov. 2016.

FOUCAULT, M. **A arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2013.

REVISÃO HISTORIOGRÁFICA CRÍTICA: QUESTIONAMENTOS SOBRE UMA POSSÍVEL APROXIMAÇÃO E DIÁLOGO COM A COMUNICAÇÃO

Juliano Rodrigues Pimentel¹

Palavras-chave

Metodologia. Historiografia. Cinema brasileiro.

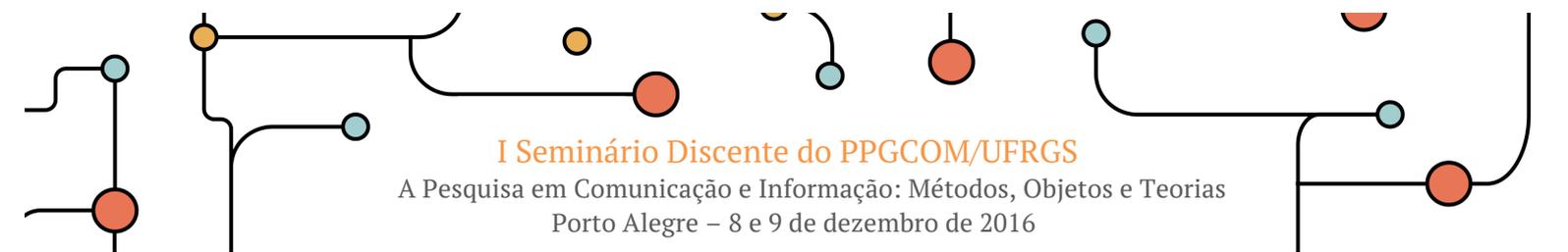
Este trabalho tem como tema a metodologia de pesquisa, e sua delimitação se organiza em uma das possíveis aproximações entre as áreas da Comunicação e da História a partir de uma partilha de um procedimento investigativo denominado Revisão Historiográfica Crítica². Ao entender metodologia como a organização de um processo de coleta de dados, informação, identificação, seleção, análise e interpretação de qualquer material vinculado a um problema de pesquisa pautando-se por um conjunto de diretrizes específicas — recortado ou não por um marco teórico previamente definido —, visou-se salientar as dúvidas e dificuldades de aplicação do procedimento.

O questionamento que buscou-se considerar foi: como a apropriação de uma metodologia de análise do discurso histórico pode evidenciar o que há de comunicacional, ou, de qualquer forma pertinente à área da comunicação, ao ser descentrada de seu lugar de fala?

Tendo esta questão no horizonte, traçou-se o objetivo geral de apresentar o método, tanto nas suas potencialidades já assimiladas para a Comunicação quanto nos problemas e dúvidas em relação à sua transição de área. Sendo assim, este relato procede da seguinte forma: a) introdução das questões historiográficas e organizacionais do método; b) reflexão sobre uma possível ontologia dos resultados enquanto vinculados à área da comunicação; c) amostragem da funcionalidade do método em relação ao que, de fato, em exemplo, a área da história do cinema brasileiro comunica; d) considerações finais e partilha de dúvidas.

¹ Doutorando em Comunicação e Informação na UFRGS. Linha 4: Mediações e Representações Culturais e Políticas. Orientadora: Miriam de Souza Rossini. E-mail: juliano.rods@gmail.com.

² Também denominado neste texto pela abreviatura RHC.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

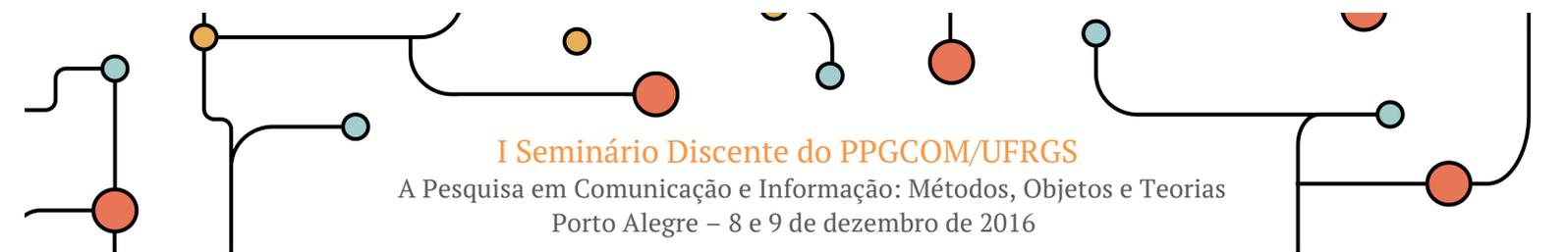
O filósofo da historiografia, Fabrice Pataut, em *O anti-realismo do passado*³ (2009), comenta que é muito comum aparecer no discurso histórico-historiográfico um valor simbólico de realismo sobre o passado. Esta valoração simbólica-realista tenta descrever o mundo através de uma posição atemporal, que, para o autor, gera uma espécie de ponto de vista epistemológico que parte de um exílio cósmico, como se o lugar de fala da construção de uma consciência histórica não pertencesse à um conjunto de forças ideológicas, políticas e sociais, que, de alguma maneira, permeiam o próprio discurso histórico, assim, favorecendo-lhe uma determinada roupagem e isolamento de questões periféricas que se afastam do que está no centro de sua fala — muito embora estes centros sejam múltiplos e variáveis conforme o contexto temporal, algo que boa parte do discurso histórico omite. Dentro destes diferentes centros, para Pataut (2009), há uma tradição⁴, ou institucionalização da história, que ocorre por relação de dominância institucional do ponto de vista que (d)escreve a história. Assumindo como verdadeira estas condições, a reflexão sobre o discurso histórico abre espaço para sua crítica na medida em que a própria tradição discursiva sedimenta condições de valor-verdade sem que sejam diferenciadas e reavaliadas — para tanto, a própria pesquisa em história institui uma metodologia de revisão chamada Revisão Historiográfica Crítica.

A revisão historiográfica crítica, enquanto um procedimento investigativo técnico sugerido por Astor Diehl (2001), e ampliado com questões apropriadas via Hobesbawn e Ranger (2008), se organiza como uma reavaliação heurística de dados, enunciados e documentos que possibilitam entendimentos historicizados sobre um período; um método histórico para se construir novas leituras sobre o já estabelecido. Este método não se apresenta como uma ferramenta pronta para aplicação e mesura dos dados, sua instrumentabilidade está diretamente relacionada a um conjunto de outras ferramentas que o/a pesquisador(a) compila para construir *o seu olhar* que busca pela diferença em um conjunto de dados e documentos que estão em uma posição "central" já consolidada. O que há de crítico⁵ na revisão crítica é elaborado com o amparo de dois instrumentos principais: uma revisão bibliométrica para compreender quem são as fontes históricas mais recorrentes, qual a visão hegemônica que elas constroem; o entendimento do pensamento pela diferença para observar os dados possivelmente hegemônicos de um sentido e assim trazer questões que lhes são periféricas para um novo centro.

³ Tradução do autor, no original: *Anti-realism about the past*, obra não traduzida para o português até o fim da elaboração deste artigo.

⁴ Não diferente do conceito de tradição desenvolvido por Foucault em *Arqueologia do Saber* (1997)

⁵ Crítica aqui compreendida lógica avaliativa das conexões entre informações e postulados; detecção de inconsistências de razoabilidade e reflexão e justificação de uma cadeia conectiva.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

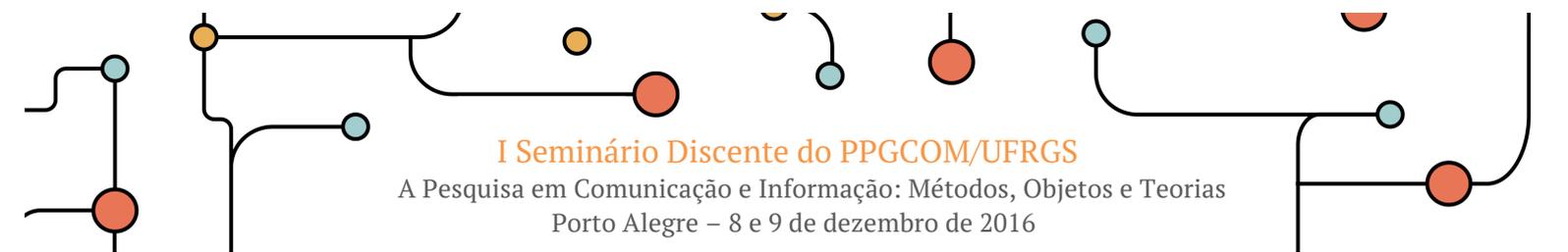
A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

Portanto, se a RHC, enquanto uma metodologia avaliativa de dados e do próprio discurso histórico como dado de pesquisa, se organiza como: a) revisora/revisitadora de documentos, informações e interpretações sedimentadas; b) avaliadora de um potencial de verdade e hegemonia de determinadas afirmações; em hipótese, então, ela é capaz de detectar a ocorrência de um olhar tradicional(izado) condizente com a replicação de um número pequeno de fontes e pontos de vista, assim, ainda em hipótese, dando status de hegemônico para algo que não necessariamente reflete a totalidade do contexto em que está inserido. O mecanismo pelo qual a hegemonia opera é de uma “inundação” da oferta de um determinado ponto de vista que lhe convém em detrimento de outros pontos de vista, críticos ou não, a RHC, talvez, seja uma das ferramentas possíveis para desarticular esta condição produzindo novos conhecimentos.

A partir da metodologia da RHC, e tendo como campo a historiografia do cinema brasileiro, uma rápida testagem de análise crítica sobre o protagonismo das mulheres pode apresentar as seguintes informações: nos relatórios sobre as bilheterias do cinema nacional disponibilizados pela ANCINE⁶, órgão responsável pelo observatório do audiovisual brasileiro, pode-se perceber que, entre os cinquenta maiores êxitos de público, há apenas quatro filmes dirigidos por mulheres: *Lua de Cristal* (1990), de Tizuka Yamazaki, 4.1 milhões de espectadores; *Cidade de Deus* (2002), co-dirigido por Katia Lund e Fernando Meirelles, 3.3 milhões de espectadores; *Meu passado me condena* (2013), de Júlia Rezende, 3.1 milhões de espectadores; e *Cazuza: o tempo não para* (2004), de Sandra Werneck, co-dirigido por Walter Carvalho, 3.08 milhões de espectadores. Isto quer dizer que 92% são representados por uma figura masculina na posição de direção. Se pensarmos pelo sucesso de crítica, e nos ampararmos na lista dos 100 melhores filmes brasileiros, uma votação proposta pela Associação Brasileira de Críticos de Cinema (Abraccine), apenas seis filmes dirigidos por mulheres estão ranqueados: *Cidade de Deus* (2002), de Katia Lund e Fernando Meirelles, 8º lugar, e o único a aparecer nas duas listas, *A hora da estrela* (1985), de Suzana Amaral, *Terra Estrangeira* (1996), de Daniela Thomas e Walter Salles, 47º lugar, *Que Horas Ela Volta?* (2015), de Anna Muylaert, 71º lugar, *Bicho de Sete Cabeças* (2001), de Laís Bondanzky, 72º lugar, *Mar de Rosas* (1977), de Ana Carolina em 81º lugar.

Enquanto o mercado segue esta lógica de baixa representatividade de produção capitaneada por mulheres, a historiografia não apresenta uma realidade diferente. Em um levantamento bibliométrico que tentou compreender qual a representatividade das

⁶ Agência Nacional de Cinema, previamente vinculada ao Ministério da Cultura.

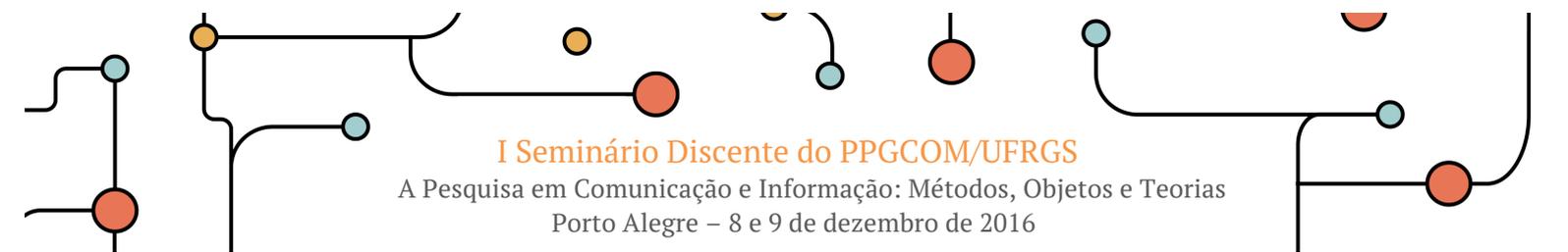


I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

autoras e autores que a própria academia estava reproduzindo, foram analisadas as referências de trinta e três (33) teses e dissertações sobre o cinema brasileiro, oriundas de universidades de todo o país. Com este procedimento, chegou-se a um dado bastante significativo sobre a incidência da voz feminina acionada para reflexão e legitimação da reflexão historiográfica: das 507 vezes que alguma obra sobre o cinema brasileiro foi acionada, apenas dezoito (18) vezes, ou seja, 3,5%, recorreu-se à produção de uma mulher, sendo esta unicamente representada pela pesquisadora Raquel Gerber. Em contraponto, as três vezes mais citadas, Glauber Rocha, Ismail Xavier e Jean-Claude Bernardet, representam 45% das obras citadas. A conjunção destes dois cenários ajuda a compreender uma situação tradicionalizada e hegemônica em recorrência: não apenas se produz um apagamento das mulheres no mercado, mas também dentro do que é replicado como conhecimento na academia.

A transição de uma metodologia de uma área para outra, ou sua apropriação, demanda do(a) pesquisador(a) um cuidado muito grande em se adequar as possibilidades inerentes a uma área em contraste com seu possível novo lugar de fala. Tendo isto em mente, surgem várias dúvidas, a primeira delas, e talvez a mais importante, seja: como uma metodologia comprometida com as particularidades históricas da condição historiográfica de um conjunto de informações pode evidenciar o que é pertinente para a Comunicação? Se a RHC se diferencia de uma simples análise, discursiva, conteudística ou qualquer outra, por institucionalizar as balizas de um procedimento técnico voltado para as idiosincrasias do texto historiográfico, embora com procedimentos largamente partilhados por outras áreas, pode-se lançar a hipótese de que, se a Comunicação está preocupada com o que há de comunicável e o que repetidamente o próprio discurso historiográfico ampara como comunicável sobre si e sobre os dados que organiza e recorta, então, de fato, há uma proximidade e compatibilidade entre as áreas que acaba por comportar o compartilhamento da RHC como instrumento metodológico. Ainda assim, esta hipótese não dá conta de demais questionamentos como os da ontologia historiográfica e seu contraste com a ontologia comunicacional, as demandas de adequação que surgem deste contraste; as evidências do que emancipa a RHC como metodologia diferenciada de demais procedimentos; como se instaura o olhar pela diferença – demanda basal da RHC – a partir de uma filosofia da comunicação e não apenas de uma filosofia “pura” desvinculada de uma subárea de pesquisa



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

Referências

DIEHL, A. **Do método histórico**. Passo Fundo: Editora UPF, 2001.

FOUCAULT, M. **A Arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária, 1997.

HOBBSAWM, E; RANGER, T. **A invenção das tradições**. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

PATAUT, F. The anti-realism about the past. In: TUCKER, AVIEZER (Org.). **A companion to the Philosophy of History and Historiography**. Londres: Blackwell Publishing, 2009.

O JORNALISMO E A HISTÓRIA IMEDIATA: CONSIDERAÇÕES TEÓRICAS SOBRE A COMPARAÇÃO ENTRE JORNALISTAS E HISTORIADORES

Daniel Augusto Pereira Marcilio¹

Palavras-chave

Jornalismo. História. História Imediata.

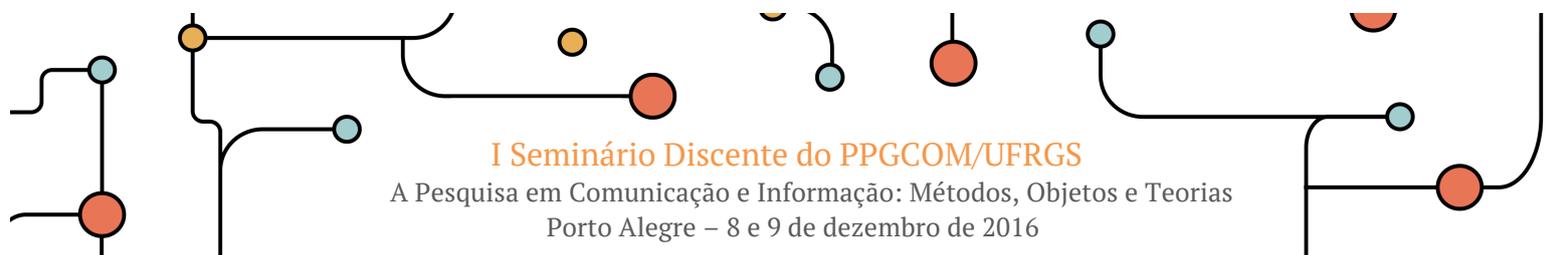
Dentro de uma redação jornalística, o espaço para a reflexão sobre a função social do jornalismo costuma ser sempre minimizado. Uma série de restrições parece impedir a análise crítica sobre o produto que os jornalistas criam: a obrigação profissional de terminar a matéria antes do horário de fechamento da edição (*deadline*) e a constante busca do furo de reportagem são apenas alguns dos fatores que, na prática, transformam o jornalista em uma espécie de peça na engrenagem produtiva das notícias. A sucessão dos múltiplos acontecimentos diários também obriga os jornalistas a selecionar e relatar os eventos que, na lógica dos critérios de noticiabilidade, seriam considerados mais relevantes. Para isso, em certas ocasiões, recorrem ao artifício retórico de declarar que estão diante de um fato histórico. Não por acaso, tornou-se chavão comentar que uma das grandes vantagens de se trabalhar no jornalismo é poder acompanhar de perto a história do tempo presente.

Só que, logo à primeira vista, esta ideia parece estar equivocada. Ora, para o senso comum, a História² deveria ser a ciência do passado, do que já aconteceu, e não poderia abordar o que ainda está ocorrendo, o que não foi finalizado. Como explicar tal situação em que se impõe de imediato o vivido como História?

Porém, tal imagem idealizada do repórter que escreve o primeiro testemunho do que virá a ser História possui certa sustentação. O jornalismo, afinal, consolidou-se como um relato linear e reacional de eventos importantes, que mereceriam ser guardados para a posteridade (ZELIZER, 2014, p. 37-38). Os jornalistas têm a prerrogativa de fornecer material bruto para a cronologia futura. Nesse sentido, o historiador, quando recupera

¹ Mestrando em Comunicação e Informação na UFRGS. Linha 2: Jornalismo e Processos Editoriais. Orientadora: Cassilda Golin Costa. E-mail: daniel.marcilio@ufrgs.br

² O termo História, com a inicial em maiúscula, é utilizado neste resumo para diferenciar a disciplina histórica, que remete a uma pluralidade de métodos e “escolas”, da simples sucessão de fatos ocorridos no passado.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

edições antigas de jornais, reconfigura os textos jornalísticos, transformando-os em fontes históricas¹.

A sobrevivência das notícias como registros para a História também representam uma série de escolhas sociais e culturais – os jornais perpetuam e preservam a memória sobre certos eventos, mas não fazem isso de uma forma neutra ou ingênua. Como ressalta Le Goff (2003), todo o monumento – ou seja, todos os traços do passado, o que inclui as matérias jornalísticas – é o resultado de uma montagem, ou melhor, de escolhas e intenções de quem o elabora, sendo assim um ponto de vista parcial da história.

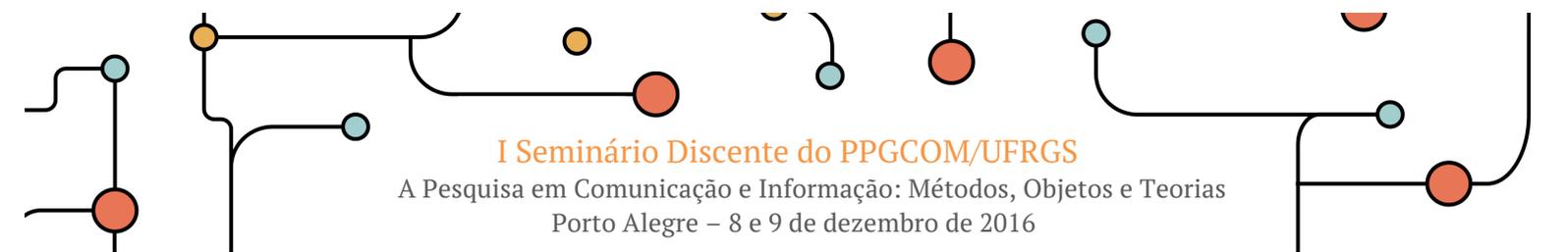
Além disso, para o senso comum, os jornais parecem cobrir um amplo espectro de acontecimentos do cotidiano, abordando todos os assuntos importantes e de interesse geral. Mas, conforme salienta Pierre Bourdieu, os jornalistas partilham de determinadas estruturas invisíveis, “óculos especiais a partir dos quais veem certas coisas e não outras; e veem de certa maneira as coisas que veem” (1997, p. 25). Os jornalistas, portanto, exercem sua atividade profissional por meio de lentes, por assim dizer; eles observam a realidade e só conseguem relatar uma parte dela. Algo semelhante, porém, poderia ser dito a respeito dos historiadores, que jamais conseguem abordar todos os meandros que constituem o passado. Em ambos os casos, o que os faz dar destaque a certos atributos da realidade, e não a outros, são características como sua trajetória de vida, sua cultura e sua visão de mundo.

Aliás, tal como o historiador, o trabalho do jornalista consiste principalmente em estabelecer fatos e situá-los em um contexto próprio, a fim de compreendê-los.

A investigação jornalística, nisso próxima da investigação histórica, desemboca assim numa informação que relata factos, mas que não se limita aos factos. Propõem uma interpretação dos mesmos, implícita ou explicitamente, assim como propõem dar-lhe uma forma (CORNU, 1999, p.329).

Então, a partir desses pressupostos iniciais, já se começa a perceber algumas interações que se estabelecem entre as práticas do historiador e a do jornalista. A ideia, portanto, é discutir as relações possíveis e as diferenças mais evidentes entre Jornalismo e História, além de abordar as considerações resultantes de uma reflexão sobre o encontro dos ofícios do historiador e do jornalista, com vistas a estabelecer os espaços de aproximação e confrontação entre essas atividades.

¹ Cada vez mais a imprensa é utilizada como fonte primária pelos historiadores. Em um breve levantamento feito nos anais do XXIV encontro da Anpuh (Associação Nacional de História), de 2007, constatou-se que quase 70% dos trabalhos sobre o século XX utilizavam a mídia como fonte histórica (RIBEIRO e HERSCHMANN, 2008, p. 14).



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

Portanto, dentre os autores que defendem o cruzamento das áreas, Marialva Barbosa afirma que “há uma dimensão histórica no jornalismo brasileiro [...]”, considerando que “[...] os meios de comunicação usam rastros e vestígios que chegam do passado ao presente para fornecer um contraponto à necessidade permanente de inserção na atualidade do mundo” (2008, p. 84). Isso é, o jornalismo e a história alicerçam-se na construção de discursos, de uma narrativa selecionada e organizada por um sujeito pensante que está inserido dentro de um determinado contexto histórico e social.

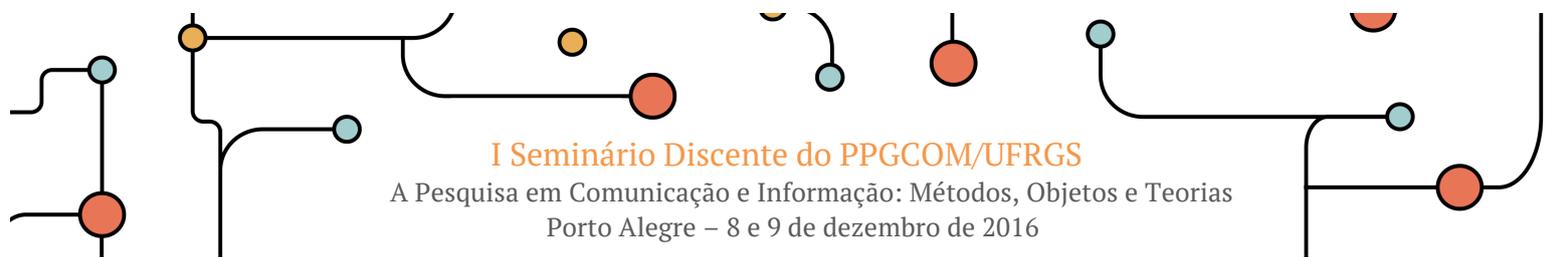
Contudo, é imprescindível traçar e reconhecer as principais diferenças que os distinguem, pois são essas distinções que servem para legitimar suas áreas de atuação próprias e competências profissionais. Logo de início, pode-se notar que o historiador está submetido aos métodos da pesquisa acadêmica, ao passo que o jornalista está mais diretamente envolvido com a lógica do mercado (RODRIGUES, 1996, p. 58). Talvez alguns periódicos e programas jornalísticos, centrados em discutir fatos do passado¹, sejam exceções, só que o jornalismo tende a se preocupar com a questão da atualidade e da novidade. “Um repórter, diferente do historiador, busca somente registrar cada evento quando ele acontece e está interessado no passado e no futuro apenas na medida em que esses projetem luz sobre o que é real e presente” (PARK, 2008, p.58).

A atividade do jornalista fundamenta-se na obrigação de divulgar as notícias com rapidez, sem perder de vista o compromisso com o rigor dos fatos e a veracidade das informações (TRAQUINA, 2012). O trabalho dos jornalistas cumpre “um papel socialmente legitimado para produzir construções da realidade publicamente relevantes” (ALSINA, 2009, p.47).

A cultura jornalística dá prioridade à ação, e o jornalista vive sob o regime da pressa. Uma de suas principais atribuições é construir um relato verossímil dos acontecimentos do presente² (FRANSCISCATO, 2005). Por isso, o imprevisto é uma constante na atividade diária do jornalista. Quando algo acontece, o repórter precisa averiguar os fatos com rapidez – pressionado pelo horário de fechamento do jornal, não

¹ Os sentidos do passado, afinal, não são monopólio dos historiadores. A Cultura de Massa também estabelece uma narrativa da História, gerando, assim, uma tensão permanente entre o passado interpretado e construído pelo meio acadêmico e aquela publicitado pelos jornais e pela indústria de entretenimento. Cabe ressaltar que a mídia é “orientada por uma lógica presenteísta, do instantâneo, do aqui e agora, e se apropria do passado pelo que ele tem de potencial espetacular, de matéria-prima midiática” (BERGER, 2008, p.25 – 26).

² Tal imperativo, aliás, foi constatado pelo pesquisador e jornalista alemão Otto Groth, autor que sempre defendeu a pertinência de uma ciência específica do jornalismo. Em sua preocupação de estabelecer as características essenciais dos jornais, ele valorizou sobretudo o aspecto da atualidade, demonstrando que o jornalista está atado ao tempo de uma maneira peculiar, pois ele depende do caráter momentâneo dos acontecimentos diários. “Ele não pode e não lhe é permitido descobrir as primeiras causas, as conexões mais amplas, as consequência para um futuro distante toda vez que trata destes acontecimentos. Para ele, deve bastar que ele coloque o que o dia traz no campo de visão do dia e mostrar o que o dia torna visível e permite esperar” (GROTH, 2011, p. 348).



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

lhe resta tempo para refletir. É a mesma linha de raciocínio defendida pelo pesquisador Juarez Bahia, segundo a qual

[...] a palavra jornalismo quer dizer apurar, reunir, selecionar, e difundir notícias, idéias, acontecimentos e informações gerais com veracidade, exatidão, clareza, rapidez, de modo a conjugar pensamento e ação [...] o jornalismo é uma arte, uma ciência, uma técnica (BAHIA, 1990, p.9).

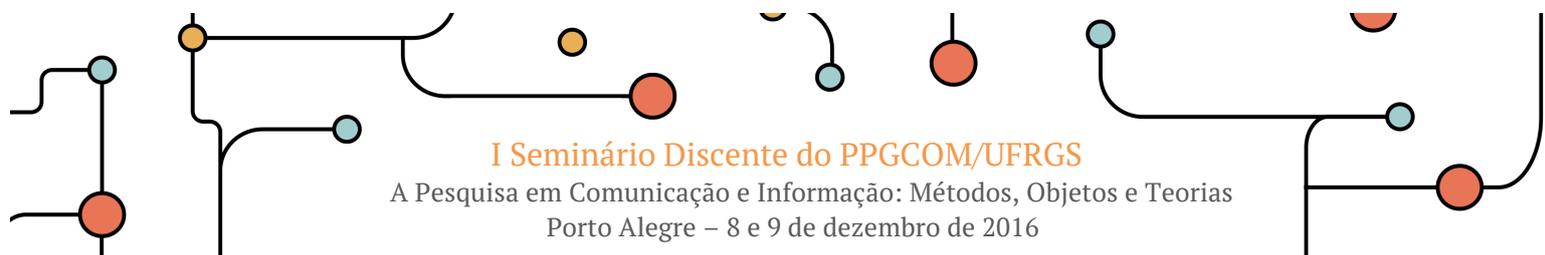
O jornalista, em princípio, compromete-se com a comunicabilidade do discurso midiático. Como escreve para um público amplo e diversificado, o repórter procura, ao preparar a sua matéria, confeccionar um texto claro, preciso e atraente, que siga as regras dos manuais de redação. O historiador, por sua vez, tem outras inquietações com que se ocupar. Ao produzir ensaios e teses dentro do universo acadêmico, o historiador se dirige a seus pares, outros intelectuais.

Como bem lembra Certeau, “a escrita da história se constrói em função de uma instituição (CERTEAU, 2013, p.66)”. O historiador precisa, portanto, demonstrar que domina as regras e metodologias da comunidade científica, sob o risco de ter seu trabalho marginalizado se não aceitá-las. Além disso, o texto historiográfico também é fruto das vivências do profissional da História - a pesquisa história parte tanto das escolhas subjetivas do historiador, quanto do lugar social no qual ele está inserido (CERTEAU, 2013).

Em contraste com os historiadores, que reconstróem o passado, os jornalistas têm a primazia sobre a atualidade. Porém, ao longo do século XX, o presente foi incorporado aos domínios da História - o passado recentíssimo tornou-se objeto de estudo do historiador, mesclando as duas atividades profissionais em uma abordagem específica: a História imediata ou a História do tempo presente. Jean-Pierre Rioux especifica que a História imediata:

[...] tomou emprestado e interiorizou, mais do que se diz, algumas boas receitas da imprensa. Na escolha de seus temas, impelida pela atualidade e submetida à pressão das testemunhas e dos atores que desejam que sua experiência seja rememorada numa produção ou coprodução históricas. Em suas práticas de pesquisa de campo e no uso do gravador. No estilo mais conciso da escrita e na cor, por vezes, mais cambiante de seu relato. Em suma, em seu contacto permanente com a exigência dos vivos e a impetuosidade do atual (RIOUX, 1999, p.123).

O tempo presente, aliás, proporciona uma superabundância de fontes tanto para o trabalho do historiador quanto para a atividade jornalística. A Internet, por exemplo, pode



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

transmitir as informações no exato momento em que elas ocorrem, e uma rápida procura nos mecanismos de busca consegue mostrar praticamente tudo o que foi noticiado sobre um dado tema nos últimos anos. No entanto, essa sensação de agilidade também potencializa a circulação de informações superficiais ou mesmo inconsistentes, pois o ritmo acelerado dos dados no ambiente digital criou uma situação em que as mensagens “são constantemente reformuladas em seu processo de difusão. Em vez de lidar com documentos fixos e estabelecidos, precisamos lidar com textos múltiplos, mutáveis” (DARTON, 2010, p.47).

Tendo tudo isso em vista, pode ser possível perceber que assegurar o domínio do passado somente aos historiadores e a criação dos fatos do presente apenas aos jornalistas é, no fundo, uma falsa dicotomia. Afinal, os historiadores de hoje não se recusam a abordar temas e eventos sobre os quais puderam vivenciar – o presente foi legitimado como objeto de estudo historiográfico pela academia. A consolidação da História Imediata, todavia, ainda é um campo em aberto, que reúne abordagens teóricas das duas áreas. É por isso que este resumo se propôs a fazer um rápido olhar comparativo sobre o fazer jornalístico e o ofício do historiador: mais do que uma abordagem teórica para distinguir as duas práticas, que se coincidem sem se confundirem¹, tal comparação também é necessária inclusive para tentar entender como o jornalismo justifica-se enquanto uma história do tempo presente.

Referências

ALSINA, M. R. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes. 2009.

BAHIA, J. **Jornal, história e técnica**. São Paulo: Ática. 1990, Vol.2

BARBOSA, M. Meios de comunicação e usos do passado: temporalidade, rastros e vestígios e interfaces entre Comunicação e História. In: RIBEIRO, Ana Paula e HERSCHMANN, Micael (orgs.). **Comunicação e História: interfaces e novas abordagens**. Rio de Janeiro: Mauad, 2008.

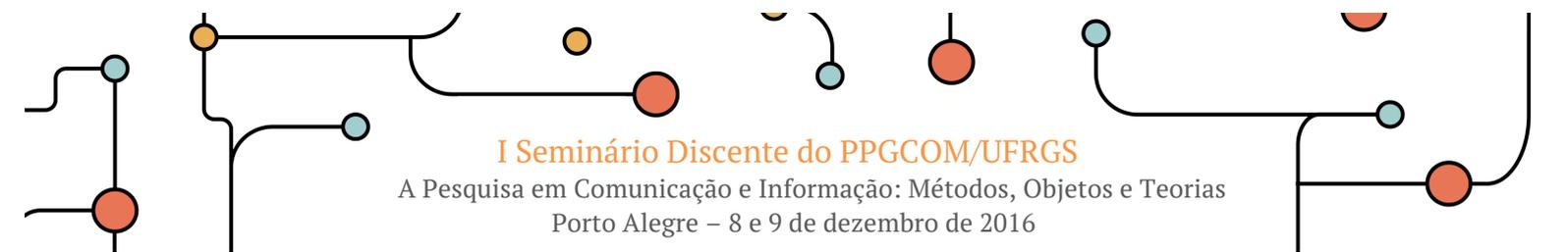
BERGER, C. Lembrar, esquecer, narrar, expor, anistiar, cobrar. Política de memória e memória midiaticizada. In: BERGER, Christa; MAROCCO, Beatriz. **Ilha do Presídio: Uma reportagem de ideias**. Porto Alegre: Libretos, 2008.

BOURDIEU, P. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Zahar. 1997

CERTEAU, M. **A escrita da história**. Rio de Janeiro: Forense-Universitária. 1982.

CORNU, D. **Jornalismo e verdade**. Lisboa: Instituto Piaget, 1999.

¹ Embora não se queira, aqui, qualificar ou desqualificar uma prática em relação à outra, mas sim frisar a tendência convergente e, muitas vezes, conflituosa entre os dois ofícios (LACOUTURE, 1993).



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

DARTON, R. **A Questão dos Livros: Passado, presente e futuro**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

FRANCISCATO, C. E. **A fabricação do presente: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais**. São Cristóvão (SE): Editora UFS/Fundação Oviedo Teixeira, 2005.

GROTH, O. **O poder cultural desconhecido: fundamentos da ciência dos jornais**. Petrópolis: Vozes, 2011

LACOUTURE, J. A história imediata. In: LE GOFF, Jacques; CHARTIER, Roger; REVEL, Jaques (Orgs.). **A nova história**. Coimbra: Almedina. 1978.

LE GOFF, J. **História e memória**. São Paulo: Unicamp. 2010.

PARK, R. A notícia como forma de conhecimento: um capítulo dentro da sociologia do conhecimento. In: BERGER, Christa; MAROCCO, Beatriz. **A era glacial do jornalismo: teorias sociais da imprensa**. Porto Alegre: Sulina, 2008. pp. 51-70.

RIBEIRO, A. P. G.; HERSCHMANN, Micael (Orgs.). **Comunicação e História: Interfaces e novas abordagens**. Rio de Janeiro: Mauad X. 2008.

RIOUX, J. Entre história e jornalismo. In: CHAUVEAU, Agnes; TÉTARD, Philippe. **Questões para a história do presente**. Bauru: EDUSC. 1999.

RODRIGUES, A. D. **O discurso mediático**. Lisboa: sem editora. 1996, mimeo.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2005.

ZELIZER, B. Memory as Foreground, Journalism as Background. In: TENENBOIM-WEINBLATT, K.; ZELIZER, B. **Journalism and Memory**. Basingstoke: Palgrave macmillan. 2014.

A CIRCULAÇÃO JORNALÍSTICA EM MOBILIDADE SOB UMA PERSPECTIVA HISTÓRICA DE PESQUISA

Maíra Evangelista de Sousa¹

Palavras-chave

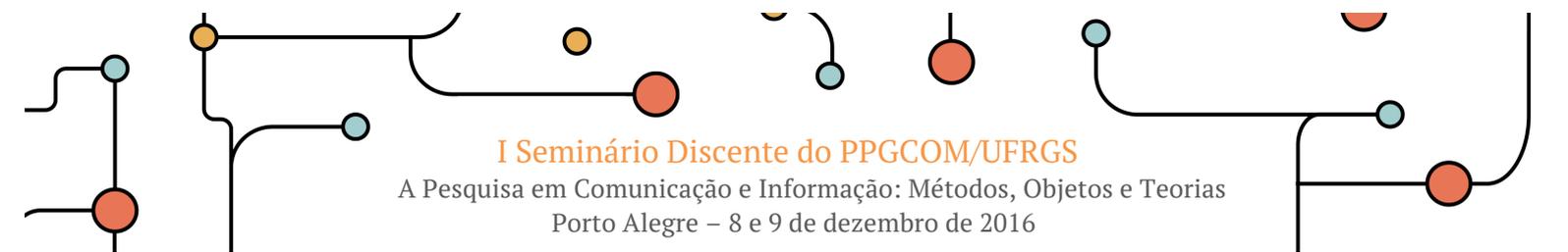
Jornalismo. Jornalismo Móvel. Circulação Jornalística. Mobilidade.

Esta pesquisa se propõe a investigar a circulação jornalística em mobilidade nos diferentes períodos da história do Jornalismo, através de um percurso metodológico de cunho histórico reflexivo. Em um momento marcado pela popularização de dispositivos móveis de conexão ubíqua – como *smartphones*, *tablets* e os *wearables*, o conceito de mobilidade ganha protagonismo. A partir dos anos 2000, o Jornalismo Móvel entra, efetivamente, na pauta tanto dos veículos jornalísticos que passam a produzir e disseminar conteúdos nesses ambientes quanto das investigações do campo de estudos do Jornalismo que passam a pesquisar esse novo fenômeno.

Contudo, a mobilidade da circulação jornalística é um tema que traz controvérsias. Há autores que entendem que os jornais impressos, as revistas e os radiojornais já eram móveis (SHELLER, 2014; SILVA, 2013; PELLANDA, 2005). Enquanto que outros, alertam a importância de não entender mobilidade como sinônimo de portabilidade (SATUF, 2015). Logo, esta investigação busca responder a seguinte questão problema: o que caracteriza a circulação jornalística em mobilidade nos diferentes períodos da história do Jornalismo e de que maneira as diferentes acepções de mobilidade afetam a circulação jornalística?

O objetivo principal é propor uma discussão teórica para a circulação jornalística em mobilidade nos diferentes períodos da história do Jornalismo. Os objetivos específicos são: 1) Traçar o percurso histórico da circulação e da mobilidade no Jornalismo; 2) Identificar o significado de circulação jornalística ao longo da história do Jornalismo; 3) Identificar o significado de mobilidade ao longo da história; 4) Refletir sobre a ubiquidade como o conceito principal para a compreensão da circulação jornalística em mobilidade; 5) Analisar as características da circulação jornalística em mobilidade nos diferentes períodos da história do Jornalismo.

¹ Doutoranda em Comunicação e Informação na UFRGS. Linha 1: Jornalismo e Processos Editoriais. Orientadora: Luciana Mielniczuk. E-mail: jornalista.maira@gmail.com



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

A partir da elaboração dos objetivos da pesquisa e de reflexões acerca dos conceitos trabalhados, formulamos uma hipótese de trabalho: “Em um cenário de mídias móveis de conexão contínua, o conceito de ubiquidade reconfigura o significado de circulação jornalística e passa a ser importante para a compreensão da circulação jornalística em mobilidade”.

Para responder a questão problema e alcançar o objetivo proposto, esta pesquisa propõe a realização de um percurso metodológico de cunho histórico reflexivo, utilizando elementos históricos e conceituais, com base na bibliografia produzida sobre circulação jornalística e mobilidade. O objetivo não é fazer apenas uma investigação sobre a história da imprensa, mas sim, tê-la como subsídio para refletir e propor conhecimento para o campo do Jornalismo acerca da circulação jornalística em mobilidade.

A perspectiva histórica já foi realizada em vários estudos de Jornalismo como apontam Franciscato (2003), Pontes e Gislene (2010) e Schudson (2001). A relação entre História e Jornalismo é estratégica para a pesquisa epistemológica, no entanto, a “História consegue auxiliar o campo jornalístico somente quando o pesquisador atenta-se para o esforço epistemológico de sua pesquisa” (PONTES; SILVA, 2010, p. 190).

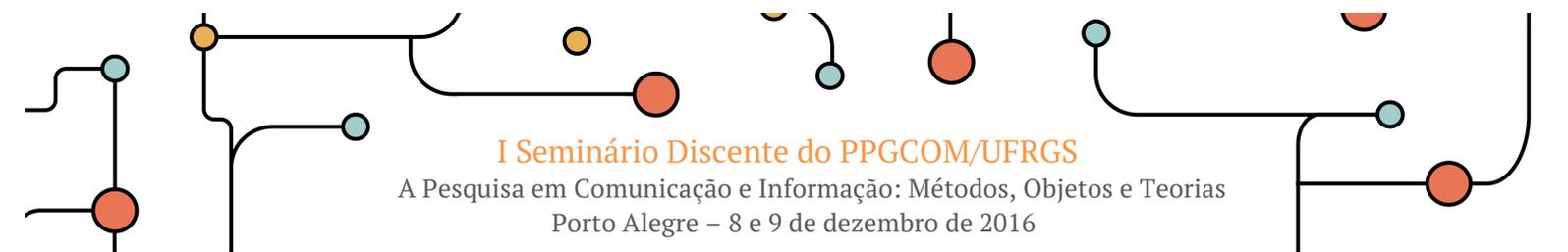
A história do Jornalismo é importante para as teorias do Jornalismo, pois “serve para demonstrar que este não pode pautar suas concepções apenas no presente da prática. Que diante da diversidade de manifestações jornalísticas, não devemos restringir o conceito a apenas parte do jornalismo” (PONTES; SILVA, 2010).

Schudson (1991) explica que o estudo histórico da comunicação pode ser desenvolvido de três formas¹. Uma delas, é a chamada “história própria da comunicação”, que “considera a relação da mídia com a história cultural, política, econômica ou social” (SCHUDSON, 1991, p. 178, tradução nossa²). No nosso entendimento, esta investigação conversa com a “história própria da comunicação”, uma vez que estamos considerando aspectos sociais para refletir sobre o tema proposto.

A ausência de uma solidez conceitual referente ao termo circulação jornalística em mobilidade enfraquece uma caracterização mais rigorosa do próprio Jornalismo realizado em dispositivos móveis de conexão ubíqua, por isso compreendemos que a perspectiva histórica é que a que melhor irá nos dar subsídios para responder ao problema e aos objetivos deste projeto de tese.

¹ As outras duas são: macro histórias e história institucional.

² No original: “It considers the relationship of the media to cultural, political, economic, or social history” (SCHUDSON, 1991, p. 178).



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

Iremos combinar três técnicas qualitativas: o estudo bibliográfico, a descrição e a reflexão. Apesar do estudo bibliográfico ser tido como etapa elementar de qualquer pesquisa, devido ao objetivo da investigação, essa técnica passa a ser fundamental para a obtenção de dados. A descrição é considerada por Lopes (2010) a primeira etapa de uma análise. Consideramos que por ser tratar de um estudo histórico, a descrição irá nos ajudar a narrar tanto a história dos acontecimentos como as mudanças das definições conceituais. Por sua vez, a interpretação, que chamaremos de reflexão, é entendida por Lopes (2010), como o momento em que “a pesquisa atinge a condição própria de cientificidade”. Nesse sentido, destacamos a nossa preocupação e cuidado em não apenas contar uma história, mas sim, refletir e gerar conhecimento para o campo de estudos do Jornalismo. Dito isto, iremos explicar o nosso percurso metodológico.

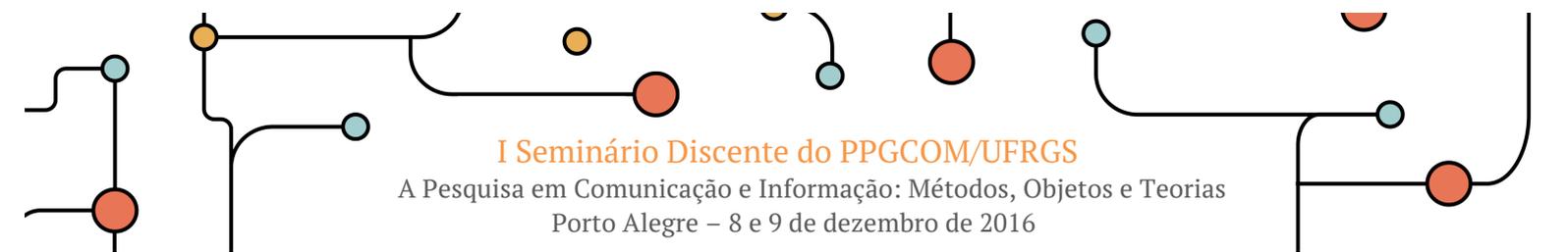
A primeira etapa a ser realizada é o estudo bibliográfico, pois é com ela que iremos coletar as informações e os conceitos necessários para a execução da tese. Esta é uma investigação de caráter teórico, portanto iremos fundamentar nosso estudo bibliográfico em sete níveis de estudo principais, com base nos objetivos propostos:

- 1) Jornalismo;
- 2) Transformações sociais contemporâneas;
- 3) Convergência jornalística;
- 4) Circulação jornalística;
- 5) Mobilidade;
- 6) Ubiquidade;
- 7) Espaço e tempo.

Após o estudo da bibliografia mencionada, vamos usar as técnicas de descrição e reflexão para alcançar os objetivos propostos. Inicialmente, iremos traçar o percurso histórico da circulação e da mobilidade no Jornalismo (objetivo específico um). Para isso, a narrativa será realizada a partir da descrição de quatro períodos: jornalismo físico, jornalismo eletrônico, jornalismo digital e jornalismo ubíquo.

A fim de identificar o significado de circulação jornalística ao longo da história do jornalismo (objetivo específico dois), descreveremos os conceitos propostos pelos autores e refletiremos sobre as mudanças conceituais.

Com o propósito de identificar o significado de mobilidade ao longo da história (objetivo específico três), descreveremos os conceitos dos autores e refletiremos sobre as mudanças conceituais.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

Para refletir sobre a ubiquidade como o conceito principal para a compreensão da circulação jornalística em mobilidade (objetivo específico quatro), descreveremos sobre tal conceito e analisaremos o porquê da ubiquidade tornar a mobilidade dos dispositivos móveis de conexão contínua diferente da mobilidade dos demais, como, o jornal impresso e o rádio.

Com a intenção de analisar as características da circulação jornalística em mobilidade nos diferentes períodos da história do Jornalismo (objetivo específico cinco), refletiremos sobre os quatro períodos em que narrativa foi dividida (jornalismo físico, jornalismo eletrônico, jornalismo digital e jornalismo ubíquo) através de dois conceitos operacionais – espaço e tempo.

Com base na reflexão dos objetivos específicos, iremos propor uma discussão teórica para a circulação jornalística em mobilidade nos diferentes períodos da história do Jornalismo (objetivo geral).

Ainda que o percurso metodológico esteja apresentado esquematicamente seguindo a sequência dos objetivos da pesquisa, isso não significa que as etapas ocorrerão ou que as descrições e as reflexões aparecerão na tese, necessariamente, nessa ordem.

Diante do que foi apresentado neste resumo expandido, gostaríamos de discutir a relevância da perspectiva histórica para as pesquisas teóricas em Jornalismo.

Referências

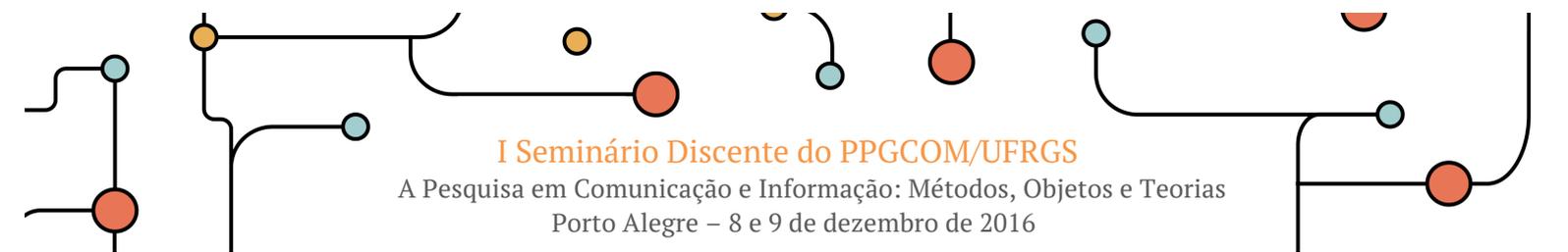
FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A Atualidade no Jornalismo**. Bases para sua delimitação teórica. Tese (Doutorado em Comunicação e Culturas Contemporâneas) - Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003.

PELLANDA, E. **Internet Móvel**: Novas relações na cibercultura derivadas da mobilidade na comunicação. 2005. 193f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.

PONTES, F. S.; SILVA, G. Percursos metodológicos e teóricos da Pesquisa em História do Jornalismo nas teses dos Programas de comunicação do Brasil. **Brazilian Journalism Research**, v. 6, n. 1, 2010.

SATUF, I. Jornalismo móvel: da prática à investigação acadêmica. In: CANAVILHAS, João; SATUF, Ivan (Orgs.). **Jornalismo para Dispositivos Móveis**: produção, distribuição e consumo. Covilhã: Livros LabCom, 2015.

SCHUDSON, M. Historical approaches to communication studies. In: JENSEN, Klaus Bruhn; JANKOWSKI, Nicholas W.. (Orgs.). **A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research**. New York: Routledge, 1991.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

SHELLER, M. **NEWS NOW**. Interface, ambience, flow, and the disruptive spatio-temporalities of mobile news media. In: Journalism Studies. v. 16, n. 1. 2015. (p. 12-26).

SILVA, F. F. **Jornalismo Móvel Digital**: o uso das tecnologias móveis digitais e a reconfiguração das rotinas de produção da reportagem de campo. 2013. 408f. Tese (Doutorado em Comunicação e Culturas Contemporâneas) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2013.

ARQUEOLOGIA DAS MATÉRIAS PRIMAS DA COMUNICAÇÃO DIGITAL: QUESTÕES DE MÉTODO

Marcio Telles¹

Palavras-chave

Arqueologia das mídias. Materialidades da Comunicação. Semiótica. Teoria da Comunicação. Cibercultura.

Se as “mídias determinam nossa situação” (KITTLER, 1999, p. XXXIX), o que determina as mídias? Em minha pesquisa, argumento que as mídias são determinadas em última instância pelas matérias primas com que são feitas. Compostos químicos e minerais, extraídos da Terra, determinam as capacidades e propriedades das nossas tecnologias de mídia. Se os materiais não estiverem disponíveis, ou se forem outros, ou se seus agenciamentos falharem em aumentar suas potências de agir, então as características das mídias e nossa relação com elas serão diferentes. Nós só podemos falar em ubiquidade se matérias-primas como cobalto e lítio, essenciais para o fabrico de baterias de segunda geração, estiverem agenciadas. E, mesmo nesse caso, as mídias estão condicionadas: afinal, as reservas são finitas e limitadas pelo próprio planeta.

Muitas das tecnologias de mídia são fontes de renovadas formas de desigualdade, exploração e alienação. Às vezes, elas são a desigualdade encarnada nas próprias matérias primas que as compõem. Dyer (2002, p.114) demonstra como os equipamentos de iluminação na fotografia e no cinema foram desenhados para iluminar a pele branca da melhor forma possível, dando preferência a luzes alógenas de carbono em detrimento das lâmpadas de tungstênio, mais modernas para os técnicos, mais econômicas para os produtores e mais confortáveis para os atores. Todavia, as lâmpadas de tungstênio possuem muito vermelho e amarelo em sua composição, cuja consequência é um “*blackening effect*” nos brancos. Se o cinema é ontologicamente branco, “então os críticos e os teóricos de cinema precisam encontrar uma maneira de lidar com o racismo materialista no núcleo econômico e tecnológico do cinema” (MALIN, 2016, p.17).

Não percebemos que muito antes de falarmos sobre o conteúdo das mídias e sua produção de sentido muito já foi produzido. Existem, para além das semióticas

¹ Doutorando em Comunicação e Informação na UFRGS. Linha 3: Cultura e Significação. Orientador: Alexandre Rocha da Silva. E-mail: tellesdasilveira@gmail.com



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

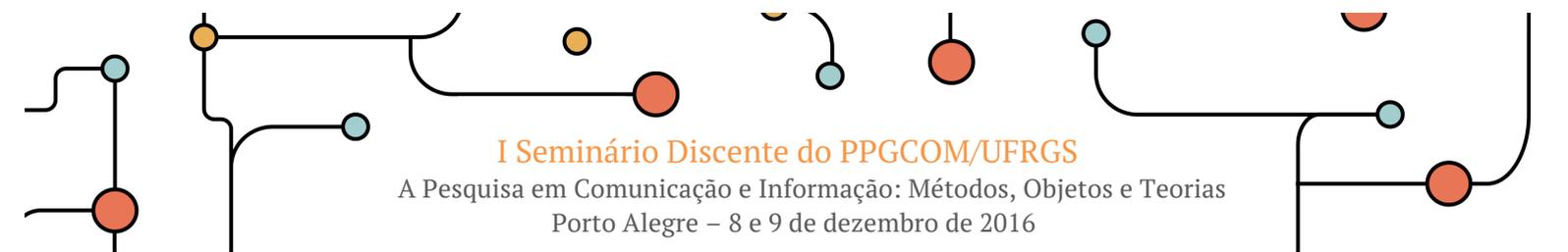
significantes, outras semióticas, a-significantes, que compõe o aparato tecnológico. A questão, diz Lazzarato (2014, p.95), “não é desvalorizar a linguagem e as semióticas significantes, mas, antes, [...] se colocar entre o discursivo e o não discursivo a fim de fazer a enunciação e a subjetivação ‘crescerem pelo meio’”.

Para tanto, será preciso uma história molecular da mídia: em vez de contar essa história através das grandes inovações e dos grandes inovadores, conta-la através de seus componentes – Niepce, Daguerre e Talbot experimentaram com estanho, iodeto, lactato e nitrato de prata, ciclos de carbono, nitrato de urânio e cloreto de ouro (PARIKKA, 2015, p.55) até que a fotografia pudesse nascer. Será uma ciência menor, *molecular*, como Deleuze e Guattari (2012) definem, em oposição às ciências maiores, nobres, rígidas e molares. Menor também em seus personagens: em vez do homem branco protestante que se coloca contra as adversidades da Natureza para realizar sua visão – Gutenberg, Samuel Morse, Steve Jobs –; os não-humanos como minerais, compostos químicos, infraestruturas etc. Curiosamente, a abertura para os não-humanos traz consigo uma multiplicidade étnica ausente da historiografia da mídia habitual: congoleses, chineses, chilenos e brasileiros fazem parte dessa história, para o bem e para o mal.

De modo geral, não pensamos as tecnologias, sejam elas midiáticas ou não, como possuindo um lastro material que conjuga, em si, realidades díspares. Quase sempre as pensamos como dadas. Esse discurso é sustentado não apenas pela indústria, mas também pela academia. John Perry Barlow (1996), um dos pioneiros do ciberespaço, chama a “realidade virtual” de “casa da Mente”, um local “sem matéria” e “incapaz de receber ordens através da coerção física”. Nicholas Negroponte declara sem culpa que a internet é uma questão “de bits, não de átomos”; e, caso seja necessário maior velocidade via fibra óptica (de sílica), não há problema, “é só fazer mais, afinal, é *apenas* areia” (1995, p.23, tradução e grifo meus).

Mesmo que o desenvolvimento desta história possa levar a muitos lugares e aparelhos diferentes, o objeto de estudo serão os computadores pessoais e as tecnologias móveis de mídia. Assim, se Manovich escreveu *Software takes command*, já que “as maneiras com que [as mídias] acessam, distribuem, analisam, geram e manipulam conteúdos devem-se ao software” (2011, p.1); pretendo realizar o trabalho inverso, *Hardware takes command*, de clara inspiração kittleriana – afinal, “não há software, apenas hardware” (KITTLER, 2013). Dito isso, uma das perguntas desse trabalho poderia muito bem ser: “com quantos elementos químicos se faz um iPhone?”.

A questão que me parece pertinente é sempre perguntar se o desenvolvimento no projeto de uma tecnologia foi limitado pelos componentes disponíveis. No caso da



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

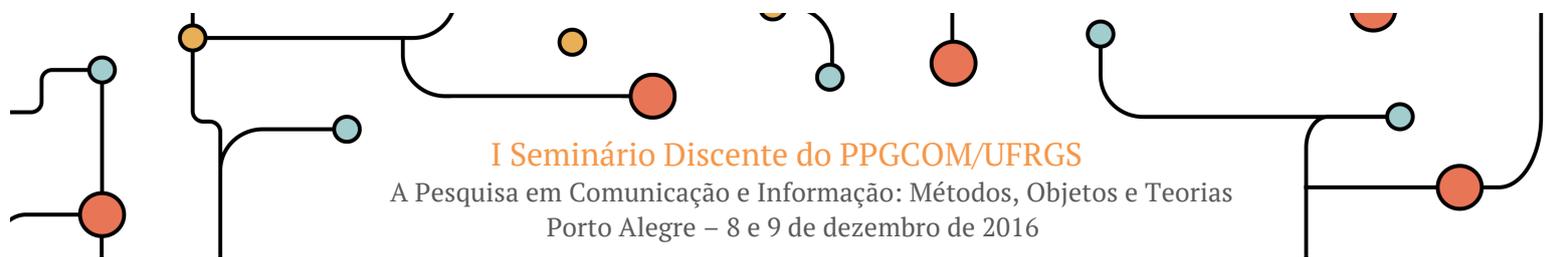
computação, por exemplo, por que os computadores eram seriais? Pelo quê eram limitados? Quais equipamentos de input/output usavam, e por quê? Essas decisões tiveram impacto no desenvolvimento das tecnologias e em como experimentamos hoje em dia as mídias digitais. Pensar alternativas a esses componentes, às vezes disponíveis somente dali a dois ou três anos depois, poderia ter levado a outras mídias disponíveis.

Portanto, esse trabalho, por a) escrever uma história alternativa das mídias; b) argumentar por desenvolvimentos que teriam levado a outras mídias (imaginárias); c) observar a recorrência de *topoi* na narrativa oficial; e d) pensar as tecnologias das mídias como uma camada que se espalha por sobre todo o planeta se insere na perspectiva teórica da arqueologia das mídias. Além da arqueologia da mídia, está prevista a adoção de outros pontos de vista teórico-metodológicos, sobretudo a metodologia da Teoria Ator-Rede (TAR), a fim de tornar possível a investigação dos diversos processos pelos quais passam as matérias primas na cadeia produtiva, juntando-a a uma perspectiva Ecosófica (GUATTARI, 1990), em que essas matérias se distribuem por quatro estratos transversais: Extração, Produção, Consumo e Descarte.

A maneira como a TAR observa os objetos que compõem outro objeto é através do conceito de *punctualization* ou pontualização. *Punctualization* refere-se ao processo através do qual atores-redes e caixas-pretas são ligados em outras redes a fim de criar atores-redes maiores: “o processo de *punctualization* converte, assim, uma rede inteira em um único ponto ou nó em outra rede” (Callon, 1991, p.153 apud CRESSMAN, 2009, p.7). Um passo importante dentro dessa perspectiva é aquilo que Bryant (2010) chama de “endologia”, o estudo das interações entre elementos internos de um objeto, em oposição à ecologia, as interações entre elementos externos. Neste sentido, percebe-se que as tecnologias existentes para o desenho de um *smartphone* (celulares, internet, chips de memória, torres de celulares, interfaces, baterias, microchips, etc.) não se entrosam umas com as outras e necessitam de trabalho, tanto intelectual quanto material. Daí que a questão das baterias secundárias jamais é como se alia seu ciclo de vida às exigências socioculturais do uso da internet e, sim, como se chegou ao composto exato de íon-lítio que permitisse a emergência de tais exigências.

No atual estágio de desenvolvimento da tese, descrevo a metodologia da seguinte forma:

Se a arqueologia das mídias advogava por uma espécie de movimento “descendente”, onde não se busca apenas descendentes históricos (diacronia), mas também as infraestruturas que compõem certa tecnologia (sincronia), a contribuição da



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

TAR é metodológica no sentido de oferecer um pensamento sobre redes constituídas em dois sentidos: a) entre os componentes agenciados em uma tecnologia (endologia); b) entre essa tecnologia e outros objetos (ecologia) nos quatro estratos pesquisados.

Existem duas maneiras de prosseguir. Por um lado, livros de história da computação, sobretudo de engenharia de *hardware*, relatam passo a passo o desenvolvimento das tecnologias de mídia e os materiais usados na confecção das peças – por exemplo, a necessidade de se misturar ouro ao germânio para produzir os primeiros transistores (BASHE ET AL., 1986, p.372). Por outro lado, relatos de jornalista, relatórios de ONGs e prospectos comerciais apontam para a cadeia ou a rede de produção dessas tecnologias em um determinado período no tempo. Nos dois casos, a questão é como tratar o artefato como monumentos que dão pistas a essas cadeias internas e externas, o real objeto de interesse desse projeto.

Interessa também certos pensamentos recorrentes ao longo da história da mídia digital. Para a análise destes, o conceito de *topoi* de Huhtamo (1995) é interessante: tópicos de pensamento que retornam nas falas e pontos de vista teóricos dos engenheiros e pesquisadores dessas tecnologias de mídia, como imaterial, realidade virtual, milenarismo, ubiquidade etc.

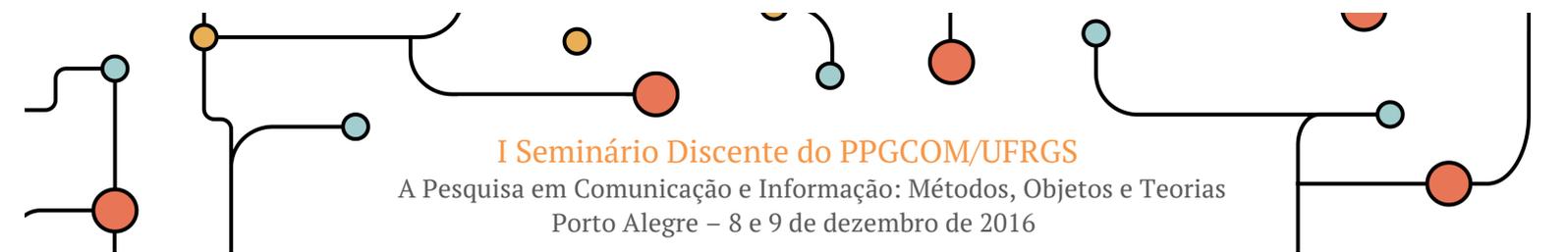
Em virtude desses desenvolvimentos, gostaria de trazer para debate essas questões teórico-metodológicas. Como uma matéria passa de um estrato a outro? Dentro do projeto, como lidar com essa tradução material entre, por exemplo, alumínio/homem-máquina/estética? Quais arquivos poderiam dar conta desse tipo de pesquisa? Em última instância, como substanciar que formas de expressão – como qualidade, tipos e formatos de imagem, ou mesmo formas de pensamento – são condicionados pelos materiais que se agenciam em uma tecnologia de mídia? Essa ligação me parece intuitiva, mas demonstrá-la é um desafio. Ao fim, será preciso que se desenvolva um método específico de análise, pois o objeto empírico não é pesquisado pela Comunicação do modo como pretendo fazer.

Referências

BARLOW, J.P. A Cyberspace Independence Declaration [1996]. Disponível em: https://w2.eff.org/Censorship/Internet_censorship_bills/barlow_0296.declaration. Acessado em 2 de novembro de 2016.

BASHE, C.J.; JOHNSON, L.R.; PALMER, J.H.; PUGH, E.W. **IBM'S Early Computers**. Cambridge, Estados Unidos: The MIT Press, 1986.

BRYANT, L. R. A Logic of Multiplicities: Deleuze, Immanence, and Ontology. **Analecta Hermeneutica**, n.3, p.1-19, 2010.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

CRESSMAN, D. A Brief Overview of Actor-Network Theory: punctualization, heterogeneous engineering & translation. 2009. Disponível em:

DELEUZE, G.; GUATTARI, F. **Mil Platôs – vol. 5**. São Paulo: Ed. 34, 2012.

DYER, R. **White**. Londres: Routledge, 2002.

GUATTARI, F. **As Três Ecologias**. Campinas, SP: Papirus, 1990.

HUHTAMO, E. Resurrecting the Technological Past. An Introduction to the Archaeology of Media Art. **InterCommunication**, n.14, 1995. Disponível em http://www.ntticc.or.jp/pub/ic_mag/ic014/huhtamo/huhtamo_e.html. Acesso em 14 nov. 2016.

KITTLER, F.A. **Gramophone, Film, Typewriter**. Stanford, California: Stanford University Press, 1999.

_____. **The Truth of the Technological World: essays on the Genealogy of Presence**. Stanford, California: Stanford University Press, 2013.

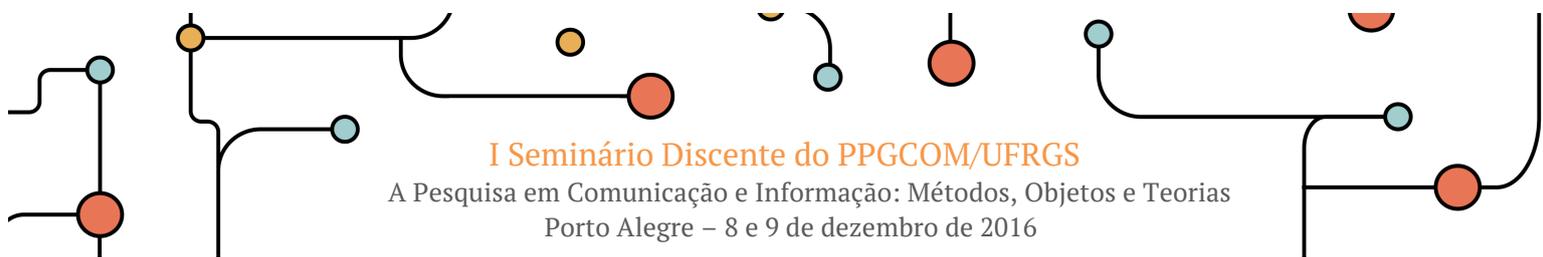
LAZZARATO, M. **Signos, Máquinas, Subjetividades**. São Paulo: Edições SESC; São Paulo: n-1 edições, 2014.

MALIN, B.J. Communicating with Objects: Ontology, Object-Orientations, and the Politics of Communication. **Communication Theory**, v.26, n.3, 2016.

MANOVICH, L. There is Only Software. Disponível em <http://manovich.net/index.php/projects/there-is-only-software>. Acesso em jun. 2016.

NEGROPONTE, N. **Being Digital**. Londres: Hodder and Stoughton, 1995.

PARIKKA, J. **A Geology of Media**. Minneapolis, EUA: University of Minnesota Press, 2015.



DESAFIOS DE UMA METODOLOGIA COMPLEXA PARA A PESQUISA EM FOTOGRAFIA

*Michel de Oliveira*¹

Palavras-chave

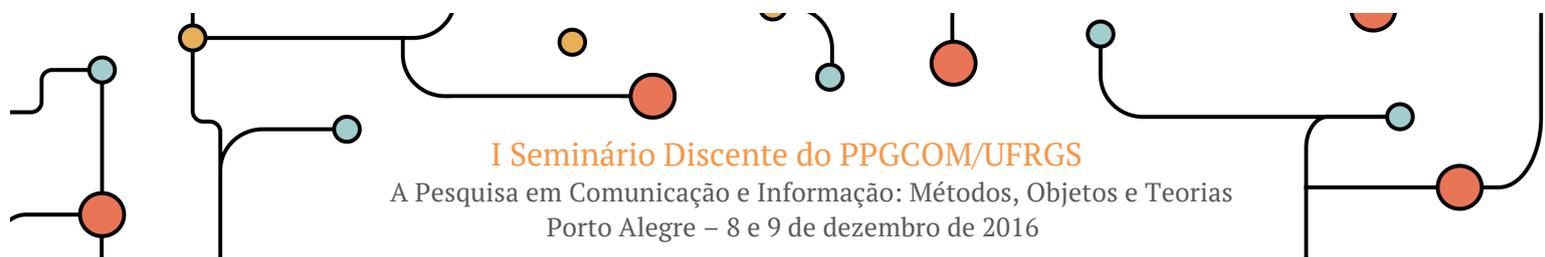
Fotografia. Paradigma da complexidade. Metodologia.

Toda a força da fotografia está em sua ambivalência, na lógica do “ao mesmo tempo”, considera Fañçois Soulages (2010, p. 92-93). Ao mesmo tempo em que é produto de um aparato técnico, é obra e produtora de estéticas. Ao passo que é documento histórico, é também expressão. Está atrelada ao real e ainda assim é ficção. As ambivalências se fazem presentes em todas as instâncias da imagem fotográfica, desde a produção até a circulação dos registros, sejam em suportes físicos, como álbuns de família, ou virtuais, a exemplo dos *selfies* compartilhados nas redes de relacionamento.

O caráter multifacetado e ambíguo é o que atrela fascínio à fotografia. Essa existência plurivalente dá as imagens produzidas por aparatos técnicos certo estatuto mágico de segunda ordem, como observa Flusser (2009). No entanto, essa potência capaz de gerar inúmeras poéticas nos processos criativos, se apresenta desafiadora quando a fotografia é escolhida como objeto de pesquisa. Ao ser observada nos limites racionais da ciência, embasada em princípios positivistas e cartesianos, a imagem fotográfica é dilacerada, ou seja, decomposta em partes que são analisadas separadamente. Isso pode ser percebido em muitos dos trabalhos que envolvem a fotografia, que se dedicam a alguns de seus aspectos, horas se debruçando sobre a estética, em outros momentos analisando apenas o produto final, isto é, a imagem fotográfica, sem apresentar uma discussão contextual das formas de produção e do período histórico em que foram tomadas ou que estão sendo analisadas.

Essa forma de decupar a fotografia em partes está alinhada ao pensamento dominante nas investigações acadêmicas, fortemente influenciadas por uma visão simplificadora. Mas esse modo de observar os fenômenos apresenta lacunas que não podem ser desconsideradas. No que diz respeito às pesquisas em fotografia, o paradigma cartesiano faz com que a compreensão seja reduzida a alguma de suas muitas facetas, por vezes desconsiderando as ambivalências inerentes aos registros da câmera escura.

¹ Doutorando em Comunicação e Informação na UFRGS. Linha 3: Cultura e Significação. Orientadora: Ana Taís Martins Portanova Barros. E-mail: michel.os@hotmail.com.br



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

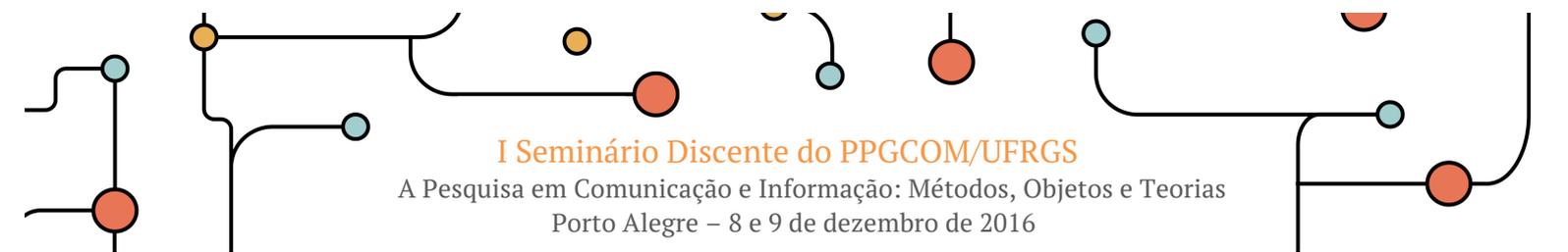
Ronaldo Entler (2012, p. 133) destaca que a fotografia é um lugar de articulações e, também, de conflitos:

[...] nela se cruzam autores, uma sociedade, um momento histórico, uma técnica, o objeto de representação e tantos outros olhares dedicados a ela ao longo do tempo [...], coisas que não são necessariamente solidárias entre si na produção de um sentido comum.

Ao se apresentar como encruzilhada de tantos caminhos possíveis, a fotografia questiona os limites da racionalidade, tensionando a simplificação do pensamento linear e totalizante. A fim de buscar outras formas de observar o fenômeno, no caso da pesquisa em andamento relacionada às transformações provocadas pela produção de fotografias por aparelhos conectados à internet, como *smartphones* e *tablets*, optou-se por outras referências que possam dar conta das ambivalências e ambiguidades da imagem fotográfica. Foi assim que o paradigma da complexidade, proposto por Edgar Morin (2008) se apresentou como possibilidade viável para investigar a fotografia a partir dos diversos fios que compõem a sua trama.

O paradigma da complexidade se opõe à noção dominante do pensamento científico ocidental, que isola fenômenos e objetos a fim de compreendê-los. Assim, entende-se o funcionamento de determinada estrutura sem levar em conta as interconexões às quais está submetida. O pensamento complexo busca compreender as inter-relações, opção que motiva um conhecimento transdisciplinar, e não mais a simplificação das especializações das áreas, que por vezes se mostra estéril por tentar delimitar fronteiras. Para Morin (2008, p. 106), “as fronteiras são sempre vagas, são sempre interferentes. É preciso, pois, procurar definir o coração e esta definição exige frequentemente macro-conceitos”.

Ao se opor à simplificação, o pensamento complexo busca integrar as realidades banidas pela ciência clássica. Para isso, observa as relações, ambiguidades, ambivalências e interdependências do fenômeno estudado, a fim de ter uma compreensão ampliada, que fuja do simplismo e das generalizações. No entanto, como o próprio Morin (2008) observa, não se deve confundir complexidade com completude, pois um dos princípios do pensamento complexo é considerar que há algo de inatingível e que a razão tem seus limites. Nesse sentido, “a consciência da complexidade faz-nos compreender que não podemos nunca escapar à incerteza e que não poderemos nunca ter um saber total” (MORIN, 2008, p. 100).



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

A adoção do paradigma da complexidade como base epistemológica não é novidade nos estudos em fotografias. Apesar de pontuais, alguns trabalhos se valeram do pensamento para tentar compreender a fotografia de maneira não simplificada, a exemplo de Gatto (2004), Vieira (2012; 2006) e De Carli (2014). Esses trabalhos apresentaram contribuições que se aproximam do dialogismo, que é um dos princípios da complexidade. Nesse sentido, as pesquisas buscaram estabelecer conexões entre as partes, mas apresentam um ponto frágil: a discussão da metodologia se resume à explanação do conceito de complexidade e à descrição de alguns procedimentos práticos adotados durante a pesquisa, não há, de fato, uma discussão sobre uma metodologia complexa. Longe de ser um demérito, esses trabalhos expõem o desafio de se trabalhar com o referencial da complexidade quando o paradigma dominante ainda é cartesiano.

O próprio Morin (2008) observa que ao embasar uma pesquisa no paradigma da complexidade é necessário encontrar uma metodologia que dê conta da transdisciplinaridade e do dialogismo, mas em nenhum momento descreve qual seria uma proposição adequada para tal fim. Por isso, alguns questionamentos ganham destaque nesta fase inicial da pesquisa: como elaborar uma metodologia complexa para pesquisar fotografia? Trabalhar com métodos distintos em conjunto seria uma alternativa? Como escolher os métodos de forma a tornar o trabalho factível?

Referências

DE CARLI, A. A. **Imagens entre a fotografia e o jornalismo**: uma leitura simbólica do fotojornalismo premiado. 2016. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016.

ENTLER, R. Um pensamento e lacunas, sobreposições e silêncios. In: SAMAIN, Etienne (Org.). **Como pensam as imagens**. Campinas: Editora da Unicamp, 2012.

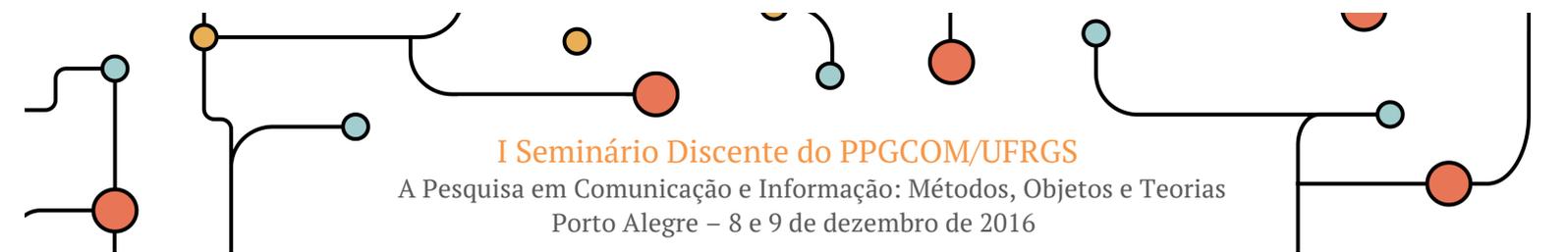
FLUSSER, V. **Filosofia da caixa preta**: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2009.

GATTO, P. S. **Fotografia e pensamento complexo**. 2004. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2004.

MORIN, E. **Introdução ao pensamento complexo**. Lisboa: Instituto Piaget, 2008.

SOULAGES, F. **Estética da fotografia**: perda e permanência. São Paulo: Senac, 2010.

VIEIRA, N. H. **A Fotografia Cultural e a religação das culturas**: um estudo sob o prisma do pensamento complexo. 2012. Tese (Doutorado em Educação) - Universidade Nove de Julho, São Paulo, 2012.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

VIEIRA, N. C. **A estética do olhar**: o ensino da fotografia sob o prisma do pensamento complexo. 2006. Dissertação (Mestrado em Educação) - Universidade Nove de Julho, São Paulo, 2006.

ALICES, ESPELHOS E O JOGO DE XADREZ EM BUSCA DA AUDIÊNCIA NO CIBERESPAÇO: A TRANSMISSÃO DE VÍDEO AO VIVO POR SMARTPHONES – O CASO *PERISCOPE*

Marjulia Angonese¹

Palavras-chave

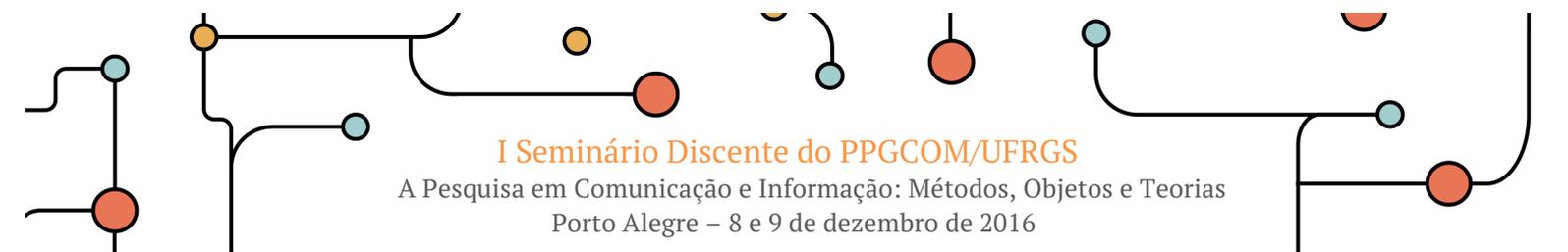
Periscope. Espelho. *Ethos*. Ao vivo. Performance.

“Oh, como vai ser engraçado quando me virem aqui, através do espelho, e não puderem me alcançar!”, diz Alice para sua gata *Kitty* no clássico *Alice através do espelho e o que ela encontrou por lá*, de Lewis Carrol, de 1872. Passados 143 anos da publicação da obra, o aplicativo de transmissão de vídeo ao vivo *Periscope* é lançado pela Twitter Inc., transformando qualquer *smartphone* com acesso à internet em *handcam* com *link* para vivo – secularizando cabos e antenas sobre furgões empregados nas coberturas em tempo real. Dos relatos privados da vida de um adolescente à cobertura por mídias tradicionais de um protesto no Morro Santa Teresa, qualquer transmissão pode ser feita a partir da palma da mão.

A pergunta deste trabalho é simples: é viável utilizar a alegoria deste mundo dentro do espelho descrito pelo matemático e escritor inglês para pensar nosso objeto empírico, o *Periscope*? Quais outras teorias correlacionadas à alegoria do espelho podem ser úteis enquanto objeto teórico?

O *Periscope* é um universo composto atualmente por 10 milhões de usuários, que assistiram 110 anos de vídeos em mais de 220 milhões de transmissões. O *app* entrou em funcionamento no mês de maio de 2015 sob o slogan “explore o mundo em tempo real através dos olhos dos outros”. Como na obra fantástica, o mundo visto a partir de um periscópio – conjunto de espelhos e lentes que permite a observação para além do campo de visão do observador – não é um simples reflexo do real, tampouco um mero simulacro. É outra coisa. Observador e observado são reposicionados, ressignificados a cada momento e a cada movimento. No *Periscope*, apresentador e espectador interagem, trocam

¹ Mestranda em Comunicação e Informação. Linha 1: Informação, Redes Sociais e Tecnologias. Orientador: Alex Teixeira Primo. E-mail: marjulieamartini@gmail.com



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

informações, performam e alteram suas concepções de mundo, ampliando seus pseudoentornos, nos temas de Lippmann (2008).

Assim como o mundo em que Alice adentra pelo espelho da sala não está “tão arrumado” quanto o que vivia, no ordenamento cultural da sociedade atual, as imagens deixam de ser reflexos e máscaras de uma realidade referencial para se tornarem simulacros tecnicamente autorreferentes, como afirma Muniz Sodré em sua obra *Antropológica do Espelho* (2002). Referenciando o pensamento de Goethe (“a conduta é o espelho em que todos exibem sua imagem”), o autor fala em um *ethos* midiaticizado, ou seja, uma tendência à virtualização ou telerrealização das relações humanas.

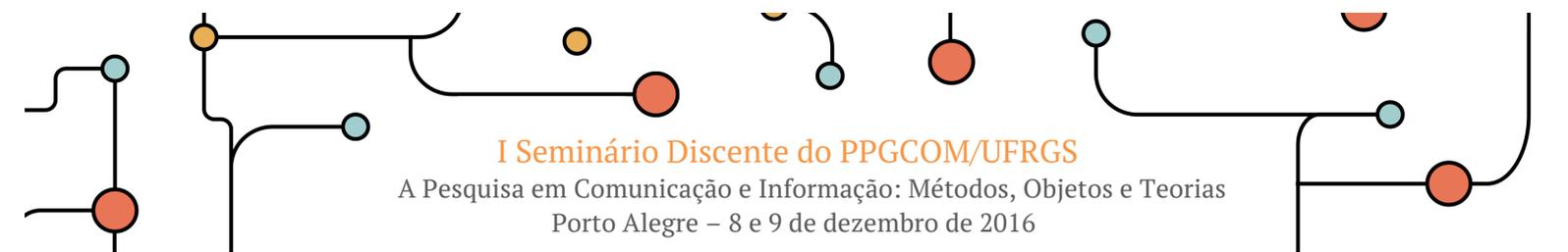
Partindo do princípio de que o termo *Periscope* vem do grego *periskopein*, que significa “ver em volta”, podemos compreender seu sentido ainda a partir do conceito de *medium* enunciado por Sodré (2002): uma imagem especular extensiva e intrusiva que nos permite olhar onde o olho não alcança. Podemos compreender o aplicativo *Periscope* então como um complexo não apenas de lentes e espelhos, mas formado por:

apresentador/ator → lente → espelho → espelho → lente → observador.

Se, na trama de Lewis Carrol, Alice adentra em um mundo onde se joga um eterno xadrez em busca do xeque-mate para conquistar o posto de rainha – ela interage com diversas personagens fantásticas e vai avançando casas –, em ambientes digitais, segundo Sodré (2002), o usuário pode “entrar” e mover-se, graças à interface gráfica, trocando a representação clássica pela vivência apresentativa. Conforme ele, o espelho midiático não é simples cópia, reprodução ou reflexo, implicando em novos parâmetros para a constituição das identidades pessoais e interrelações.

O *Periscope* traduz um desejo dos usuários da internet: a transmissão de vídeo ao vivo a partir de qualquer lugar para o olhar de qualquer espectador apenas com o uso de um telefone celular e conexão de dados. A investigação científica do aplicativo não apenas atende a um dos critérios fundamentais da pesquisa acadêmica, a inovação, mas garante ao pesquisador se debruçar sobre uma rede social onde a interação ainda é pouco – ou quase nada – condicionada a regras de condutas impostas por seus administradores.

Como o Netflix publicou em sua página no Facebook no dia 08 de setembro de 2015 para anunciar a disponibilização do documentário *Winter on Fire: Ukraine's Fight for Freedom*, “a revolução não será televisionada. Mas será filmada”. A parafernália de cabos, fios, antenas de transmissão via satélite, furgão, ilha de transmissão, computadores, microfones, câmeras com peso muitas vezes superior a oito quilos e uma equipe inteira para gerar imagens ao vivo para uma emissora de TV é substituída por um celular. O



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

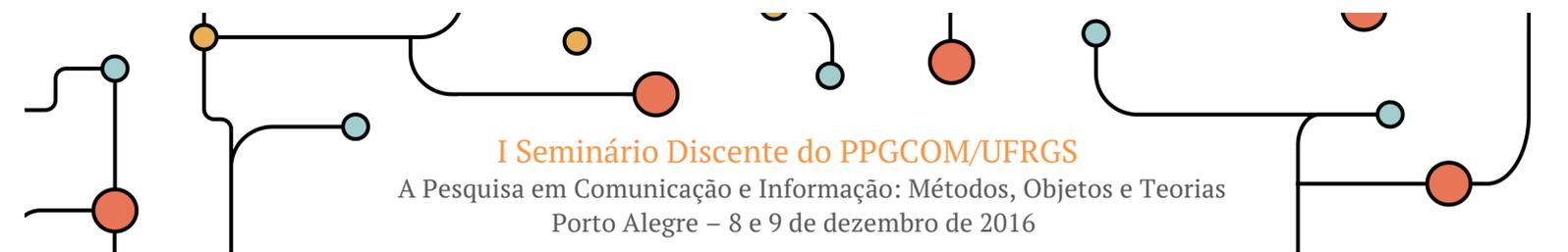
A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

smartphone se transforma em uma câmera para transmissão ao vivo a partir do aplicativo de interface simples e navegação intuitiva.

A partir de pesquisa exploratória, pudemos perceber que os apresentadores/atores agem de acordo com suas próprias vontades, sem condicionamento impostos pelo aplicativo. Neste sentido, a pesquisa mostra-se relevante para o campo da Comunicação por ser um *small world*, nos termos de Barabási (2002), no ciberespaço ainda sem regras impostas por diretrizes preestabelecidas pelos termos de uso do Twitter. Com a estratégia da observação participante, por exemplo, foi possível verificar que em transmissões feitas por mulheres, há tanto vídeos em que elas mostram partes do corpo espontaneamente como espectadores pedindo, em seus comentários, que elas mostrem os seios. Ainda, em transmissões de perfis evangélicos (caso do Pastor R.R. Soares, por exemplo), pessoas solicitando bênçãos aos casamentos falidos. É como se as pessoas não soubessem ou não se importassem com o fato de que outros espectadores podem ler seus comentários. Ou a publicização da esfera privada não é algo preocupante, ou os actantes não temem banimento do aplicativo. Mesmo que haja um mecanismo de denúncia de abusos, não parece haver coerção social suficiente, nos termos de Durkheim (1966, 1999), para inibir abusos de conduta tanto por parte de apresentadores quanto de expectadores.

Dessa forma, o *Periscope* permite a realização de uma espécie de semiexperimento, onde é possível controlar algumas variáveis sociocontextuais, parear grupos e até criar um grupo controle, por exemplo, a partir dos usuários mais “adorados”. Em outras palavras, o aplicativo se revela um campo de pesquisa, dentro do ciberespaço, em que o investigado está livre para atuar da maneira como desejar, mas estando sempre ao alcance do pesquisador.

Quais são as performances adotadas na e pela audiência em transmissões de vídeo online a partir de *smartphone*? A investigação sobre este problema de pesquisa em gestação tem como uma de suas principais chaves interpretativas a analogia do espelho, de Sodré, apresentada em seu livro *Antropológica do Espelho* (2002). Segundo o autor, o espelho e seus espectros   uma metáfora para o novo ordenamento artificial do mundo e suas resultantes em termos de poder, identidade, mentalidade e conduta.   uma figura relativa   comunica o em rede ou simplesmente, como ele denota,   “hiperm dia”. Em nota, Sodré reforça isso, ao afirmar que o espelho traduz reflexivamente o mundo sensível. Uma possível interpreta o do *Periscope*, portanto, d -se com base na diferencia o que Sodré (2002) faz de mediatiza o, media o e (tecno)interac o. Ele trata o *medium* como



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

uma extensão especular ou espectral que se habita, como um novo mundo, com nova ambiência, código próprio e sugestões de condutas, o que se pode adotar para compreensão do aplicativo em questão.

É plausível apontar algumas chaves interpretativas na 'Antropológica do Espelho' para entender a transformação da pauta de interesses e costumes, por efeito de uma qualificação virtualizante da vida (com o conceito de *ethos* midiaticizado), bem como os processos de construção da realidade, da memória e da identificação dos sujeitos, além da transformação do campo das normas e valores de sociabilidade. Sodr e ir a discorrer sobre o novo *oikomonos* tecnológico, o que pode ser uma das variáveis aplicáveis ao *Periscope* enquanto ferramenta social.

Dessa forma, Sodr e preconiza uma indiferenciação entre o homem e sua imagem, em que a vida no interior das tecnointerac  es tem, como horizonte, a interatividade absoluta. Essa midiaticização   qual o autor se refere consiste, pois, um novo *bios* – em se tratando da classificação aristotélica do modo de vida.

Para compreender a estrutura do *Periscope* enquanto rede social digital com regras próprias de formação, ecologia e emergências, no entanto,   imprescindível adotar a concepção de Albert-L zsl Barabási (2002) a respeito da complexidade das redes. Ainda, o aplicativo permite ainda a recuperação, ao menos parcial, do conceito de pseudoentornos, de Lipmann (2008), compreendidos como entornos sociais não alcan aveis a um observador senão a partir do relato mediado por pessoas neles imersas.

Por tr s do jogo na e pela audiência entre apresentadores e expectadores, acreditamos, esconde-se uma trama dialógica entre narcisismo e voyeurismo. Não sendo a performance orientada apenas pelos volumes de corações conquistados ou seguidores angariados, os estudos de Alex Primo (2009) sobre o tema podem auxiliar na compreensão do que está posto sobre este tabuleiro pelos usuários na plataforma.

Referências

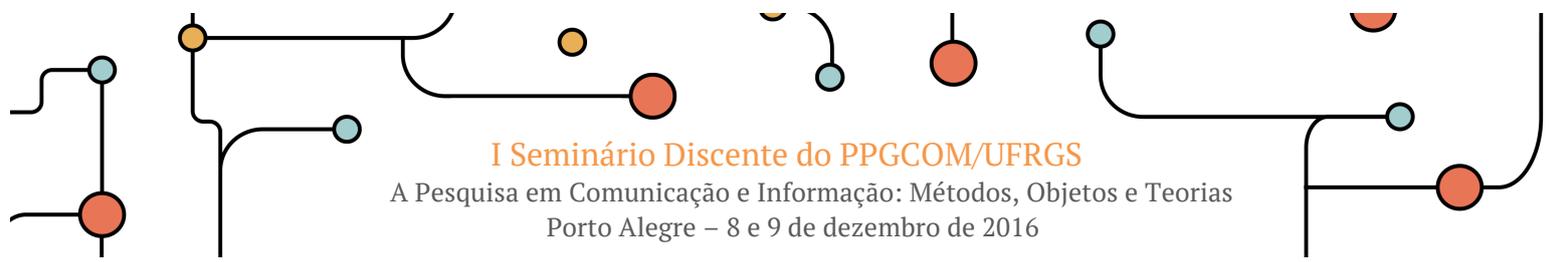
BARABÁSI, A-L. **Linked**. Leopardo Editora, 2002.

CARROLL, L. **Aventuras de Alice no País das Maravilhas & Alice Através do Espelho e o que Ela Encontrou Por L **. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

DURKHEIM, E. **Suicide**. Nova Iorque: The Free Press, 1966.

DURKHEIM, E. **Da divisão do trabalho social**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

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

PRIMO, A. **De narcisismo, celebridades, celetoides e subcelebridades**: o caso Tessália e sua personagem Twittess. Apresentado no XXXII Intercom, 2009.

SODRÉ, M. **Antropológica do Espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

AUTORIAS *QUEER* DE DIRETORES LGBT NO CINEMA BRASILEIRO CONTEMPORÂNEO

Dieison Marconi¹

Palavras-chave

Cinema *queer*. Autoria *queer*. LGBT.

No cinema e na fotografia, *close* é um plano íntimo, próximo e detalhado da personagem, de modo que ela ocupe expressivamente todo o cenário. No pajubá das travestis ou nas modernas gírias gays, *close* é dar pinta, é chamar a atenção, é mostrar-se, é exibir-se, é o bate-bate, é o dar *close* de travesti. É por meio destas duas linguagens que traduzo o objetivo de aprofundar o nosso conhecimento sobre o cinema realizado por pessoas LGBT no Brasil e de chamar a atenção para suas trajetórias profissionais que são, também, trajetórias narrativas atravessadas por temas como sexualidades, pornografias, gêneros, erotismos e afetos. Ao lançar meu olhar sobre as trajetórias desses realizadores, busco expandir o horizonte – teórico e metodológico – das pesquisas empreendidas em cinema *queer* no Brasil.

O cinema não é uma “região de silêncio” (FOUCAULT, 1988) na qual não podemos ou não devemos falar de sexualidade. Ao compartilhar da inteligibilidade de sexo/gênero (BUTLER, 2003), a prática cinematográfica sempre falou e sempre falará de sexualidades e, para isso, basta continuar produzindo sujeitos compulsoriamente gendrados e sexuados. Neste caso, “o gendrado e sexuado” pode ser sinônimo do sujeito que possui uma sexualidade saudável, um gênero coerente e um corpo inteligível. No entanto, também pode ser sinônimo de sujeitos que adentram ao campo de filmagem e desestabilizam as próprias marcas normativas e ontológicas de sexo/gênero. Estes sujeitos desviantes sempre estiveram presentes no cinema brasileiro, seja através do “fresco” ou “tipo afeminado transgênero” nas chanchadas dos anos 1950, ou como os caricatos e pervertidos nos anos das pornochanchadas. É possível fazer tal afirmação reconhecendo que há muitos estudos sobre as políticas de representação LGBT nos filmes nacionais do século XX e XXI, sendo que parte desses estudos até então reduziu seu campo reflexivo ao estabelecer parâmetros para entender o que seria uma representação positiva e negativa destes sujeitos, como é o caso da obra *A personagem homossexual no cinema*

¹ Doutoranda em Comunicação e Informação na UFRGS. Linha 4: Mediações e representações culturais e políticas. Orientadora: Miriam de Souza Rossini. E-mail: dieisonmarconi@gmail.com

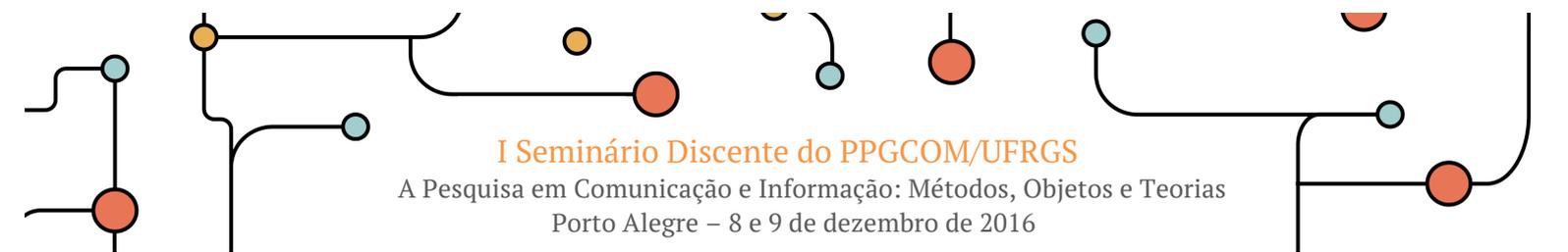


I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

brasileiro de Antônio Moreno (1996) e *Cinema gay: políticas de representação e além* de Francisco Lacerda (2015). Francisco Lacerda argumenta, inclusive, que ao escrever *A personagem homossexual no cinema brasileiro*, Antônio Moreno se filia ao modelo igualitário de ativismo – muito próximo do modelo estadunidense das lésbicas e gays assimilacionistas, definido pelo gênero do objeto de desejo e seguindo um padrão eminentemente branco, de classe média, jovem, cisgênero e monogâmico – que estava em amplo processo de disseminação através da conjunção entre os efeitos culturais da AIDS e da cooptação do movimento ativista pelo mercado nos anos 1990. Para Lacerda, a popularização deste modelo igualitário contou com uma estratégia de rejeição da figura da bicha, da travesti ou da sapatona. Desse modo, muitos dos filmes que para Moreno tinham elaborado representações negativas das personagens LGBT podem, por outro lado, serem considerados *queer* na medida em que exploram uma categoria de representação, estética e narrativa interessadas na interrupção das produções das normas sociais através da incorporação política do *outro-abjeto*.

Para ir além dessa política de identidades e diferenças, há atualmente uma série de estudos que tem pensando o cinema *queer* através das “pedagogias do desejo” (SARMENT, BALTAR, 2016) e de diferentes experimentações estéticas (LOPES, 2016). Essas reflexões tangenciam o desejo de compreender o que é, afinal, um cinema *queer* brasileiro para além de uma aplicação submissa da teoria *queer* euromericana. São reflexões que pensam a filmografia *queer* brasileira contemporânea e apontam que suas estéticas se sustentam através de elementos como a *artificialidade*, “o *camp*”, “o *lindo*”, o “*frívolo*”, o “*dandismo*” e um afastamento das verossimilhanças das imagens. Estes elementos estéticos conseguem demonstrar o que uma política identitária num cinema de tradição mais realista empreende com maior dificuldade, isto é, estes filmes conseguem através do excesso e da artificialidade escancarar o processo da naturalização que esconde as estratégias da operação discursiva e próstética que constroem o nosso sexo/gênero e a normatização da variabilidade sexual e afetiva. Por outro lado, acrescento que não devemos tão rápidos colocar os filmes que ainda se apegam a uma tradição de verossimilhança como um cinema que não partilha de uma estética e política *queer*. Mesmo estes filmes que apresentam uma estética mais palatável e com alguns traços aparentemente hegemônicos, é necessário considerar quais seriam os outros elementos *queer* ali presentes. Isto é, não podemos exigir um mesmo repertório estético e narrativo para todos os filmes *queer*, pois aí estaríamos essencializando uma potencialidade que sempre pode nos surpreender. Além disso, há uma séria ausência de reflexões sobre



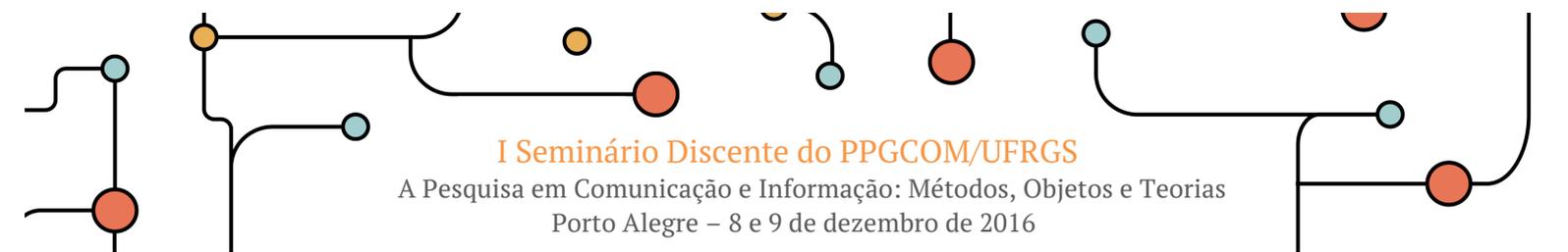
I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

autoria, processos de produção e espectralidade para entender o que é cinema *queer* no Brasil e o lugar das pessoas LGBT no cinema brasileiro.

Em função disso, o que me mobiliza nesse momento é o fato de que já há alguns anos em nosso país que as pessoas LGBT, especialmente gays e lésbicas, deixaram de ser apenas o objeto de representação e passaram a se utilizar das mídias, entre elas o cinema, para dar visibilidade aos seus próprios discursos e experiências. Mais especificamente, foi um movimento do início dos anos 2000: época de pós retomada do cinema nacional, do barateamento da produção fílmica com o uso de câmeras digitais e *softwares* de edição/finalização e do fortalecimento da internet. Em um mapeamento que elaborei para o projeto de tese, encontrei cerca de 30 realizadores LGBT com produção de filmes que tematizam questões de gênero, corpo e sexualidades. Alguns desses realizadores tem apresentado uma produção contínua de filmes com essas temáticas e personagens, como é o caso dos paulistas Lufe Steffen e Daniel Ribeiro. Para além desses nomes, me chama a atenção os realizadores que se organizam em coletivos e produtoras audiovisuais. Alguns desses coletivos e produtoras que apareceram no mapeamento que ainda está em construção são o *Surto e deslumbramento* (Recife/PE), *Fratura Filmes* (São Paulo/SP), *Avante Filmes* (Porto Alegre/RS), *Água Viva concentrado artístico* (Curitiba/PR), *Filmes de amor* (São Paulo/SP), *Maria João Filmes* (São Paulo/SP) e *Tardo Filmes* (Fortaleza/Ceará).

Com esses diretores, sugiro alguns pontos nodais de reflexão. (1) Há, em alguns desses coletivos um **engajamento político e social**, tendo em vista que estamos falando de uma produção audiovisual contínua com esses temas e personagens e muitos desses realizadores interpelam uma crítica *queer* contra uma cultura generificada e sexuada, como é o caso do *Surto e deslumbramento* em Recife. (2) Se faz necessário, inclusive, pensar nos tensionamentos que esse engajamento provoca entre os modos de produção, imagens, discursos e crítica *queer*. (3) Também penso que há um desejo desses diretores de falarem de suas experiências pessoais enquanto sujeitos de sexos/gêneros dissidentes. Esse é o caso dos diretores gaúchos Filipe Matzembacher e Marcio Roelon (*Avante Filmes*). O fato desses diretores assumirem que falam a partir de suas experiências particulares denota certo rompimento com as universalizações e essencialismos identitários que o próprio ativismo político tenta coletivizar e através do qual se baseiam as cobranças por representação. Deve ser necessário, então, pensar no trabalho desses sujeitos enquanto *engajamento afetivo e sensibilidades queer*. (4) Entendo que o trabalho desses grupos e diretores imprimem um cinema *queer* que traz à tona diferentes elementos audiovisuais, estéticos, narrativos e políticos que merecem ser melhor compreendidos, assim como



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

fazem emergir uma filmografia marcada não apenas pelas diferenças de sexo/gênero, mas também pelas diferenças culturais brasileiras. Por isso, me parece ser necessário considerar as *miudezas regionais* destes diretores e, principalmente, os seus *modelos de produção e processos criativos*. E por fim, com esses pontos ou categorias elencadas, me mobilizo em compreender o trabalho desses diretores através do que tenho chamado de autorias *queer*. É possível entender o cinema realizado por esses diretores LGBT brasileiros enquanto autorias *queer*?

Problema colocado, ainda há necessidades de delineamentos metodológicos. Já que tenho cerca de 30 diretores mapeados, torna-se impossível trabalhar com todos os nomes. Quais critérios utilizar para elaborar uma seleção desses diretores? Além daqueles nomes que possam atender as categorias enumeradas, penso que um critério importante é, de fato, considerar os diretores que apresentam uma produção mais contínua de filmes com temas e personagens LGBT. No entanto, ao considerar a produção contínua como um possível critério, sinto que acabo por privilegiar a presença maciça de homens gays/bissexuais e, nesse caso, não quero ignorar a produção de mulheres lésbicas/bissexuais e de pessoas transexuais. Diretores ou coletivos de produção? Apenas os Coletivos? Quais outros critérios e quais cruzamentos de critérios seriam possíveis? Após essa seleção desses diretores, tenho pensando em utilizar de entrevistas semiestruturadas e, talvez, acompanhar de perto os processos de produção e arriscando uma espécie de etnografia. Com as entrevistas, desejo compreender justamente suas trajetórias pessoais e profissionais, as rotinas de produção fílmica, o engajamento político e afetivo, os processos criativos e as estratégias de produção.

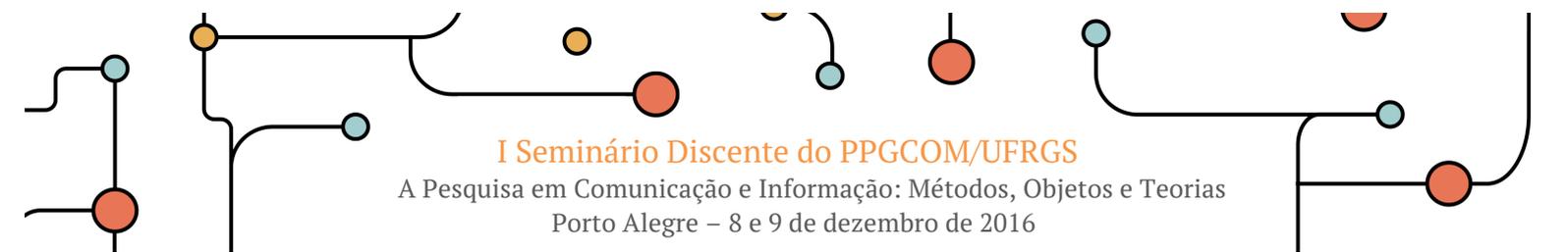
Referências

BUTLER, J. **Problemas de gênero**: feminismo e subversão da identidade. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2003

FOUCAULT, M. **História da sexualidade I** – A vontade de saber. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1988.

LACERDA, L. F. B. J.. **Cinema gay**: políticas de representação e além. Tese (Doutorado em Comunicação) Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2015.

LOPES, D. Afetos. Estudos Queer e Artifício na América Latina. **E-compós**, Brasília, v.19, n.2, maio/ago. 2016. p. 1-16. Disponível em: <
<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/1251/897>>.

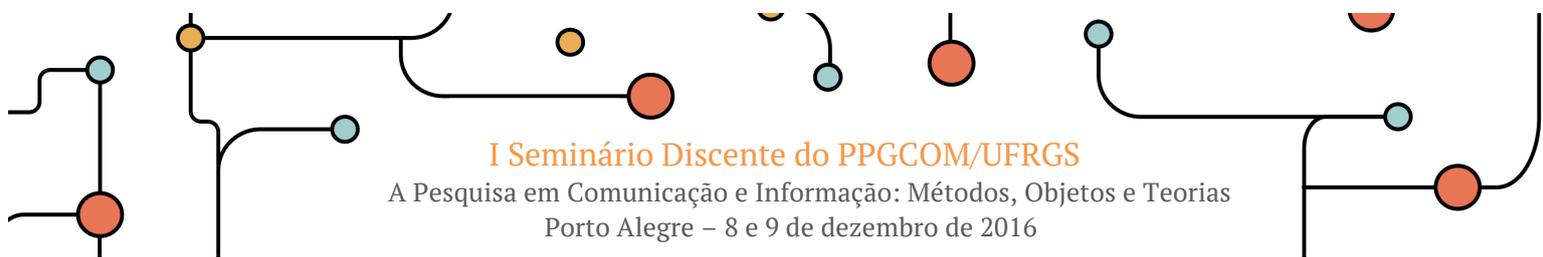


I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

MORENO, A. N. **A personagem homossexual no cinema brasileiro**. Dissertação (Mestrado). Instituto de Artes da UNICAMP, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1995.

SARMENT, É.; BALTAR, M. Pedagogias do desejo no cinema queer contemporâneo. **Textura**, Canoas, v. 18, n. 8, set./dez. 2016. P. 50-66. Disponível em: <
<http://www.periodicos.ulbra.br/index.php/txra/article/viewFile/2227/1938>>



MÁQUINAS (DE GUERRA) SEMIÓTICAS

André Araujo¹

Palavras-chave

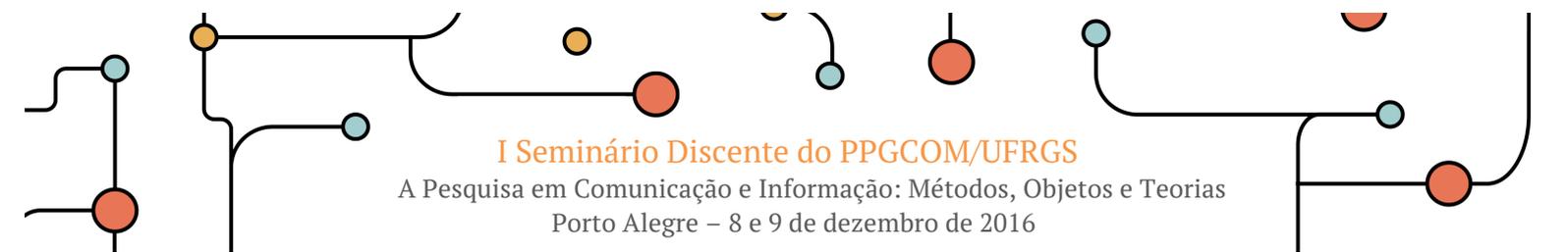
Guerrilha Comunicacional. Semiótica Maquínica. Micropolítica.

Publicado muito recentemente, em outubro de 2016, o ensaio de Eugênio Bucci “A forma bruta dos protestos” (BUCCI, 2016) tenta delinear uma análise das insurreições de junho de 2013 como atos comunicacionais. Para o autor, “as manifestações de rua se descortinam como um confronto não entre forças políticas, não entre classes sociais, não necessariamente entre governo e opositoristas, mas, acima de tudo isso, (e sem prejuízo disso tudo), como um confronto entre signos.” (BUCCI, 2016, p. 36). Haveria nos protestos de 2013 que ocorreram no Brasil, mas também em toda a linha histórica de manifestações anticapitalistas que se desenvolvem pelo menos desde 1999 com os protestos em Seattle, um tipo de forma comunicacional, uma linguagem ainda em vias de sistematização, mas cujos efeitos já são sentidos.

Compreender os protestos de rua como comunicação (BUCCI, p.30), implica, inicialmente, em deslocar a concepção do processo comunicativo enquanto transmissão de mensagens. Não há nesses protestos instâncias codificadas de emissor e receptor, muito menos qualquer mensagem linguística que possa ser delineada. Entretanto, e apesar disso, há uma forma. Uma forma que não se reduz às estruturas linguísticas do verbal, mas que ainda sim se articula semioticamente, produzindo efeitos de significação. Como diria McLuhan (2012), o meio é que é a mensagem. A produção e circulação de uma forma e os efeitos que a partir dela são produzidos é o processo comunicativo que podemos depreender se considerarmos que algo como um protesto de rua é comunicação.

Mas a forma comunicativa do protesto não surge em um vácuo. Não se trata da produção de uma forma de um ponto de vista artístico; ela visa um tipo de ação política, um confronto entre signos. Bucci afirma que se os protestos comunicam, também o espaço no qual estão inseridos possuem uma forma comunicacional. A cidade como expressão do poder infraestrutural e o seu funcionamento ordenado, excludente e estriado, é uma das formas comunicacionais do capitalismo contemporâneo, forma pela qual os protestos de rua dialogam conflitivamente. Como afirma o autor, os manifestantes:

¹ Doutorando em Comunicação e Informação na UFRGS. Linha 3: Cultura e Significação. Orientador: Alexandre Rocha da Silva. E-mail: andreसारजु@gmail.com



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

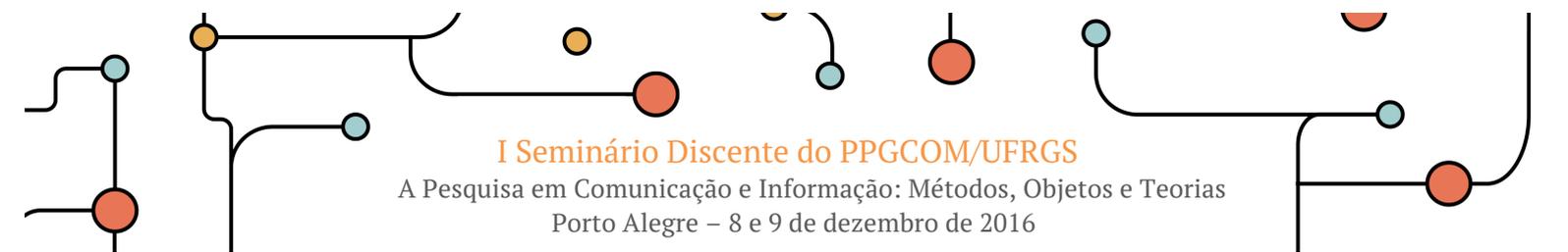
A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

compreenderam intuitivamente a gramática dessa urbe como linguagem e aprenderam a problematizá-la, a sabotar o fluxo de sentido que aí tem lugar; atuam como um vírus contradiscursivo. Como num curto-circuito provocado, como numa disfunção, os protestos desorganizam o ordenamento linguístico urbano para tornar visível a dissidência. Ao problematizar a “língua” ordenadora da cidade, eles “enfartam” o fluxo de sentidos na planta urbana para atrair olhar, pois só quando atraem olhar cumprem a meta de se afirmar como crítica ao poder. A linguagem que eles falam, então, é uma contralinguagem (contradiscursiva) em relação a linguagem ordenadora. (BUCCI, 2016, p. 31).

Nota-se que a dinâmica comunicacional que se estabelece entre a linguagem comunicacional da cidade e do protesto é conflituosa, verdadeiramente uma batalha travada não apenas nas ruas mas também do ponto de vista comunicativo. Podemos entrever que há uma guerra comunicacional atuando nessa dinâmica, uma semiouguerra entre as formas ordenadas de produção de subjetividade capitalista e a tentativa de abertura dessa produção, da produção de uma subjetividade contraordenada, minoritária, aberta ao devir.

A ideia de que há uma guerra sendo travada no campo da comunicação não é nova. Mesmo do ponto de vista da comunicação midiática, podemos notar como essa semiouguerra acontece desde o surgimento e expansão dos meios técnicos. Não precisamos nos deter nas formas de propaganda dos regimes totalitários do início do século ou no imperialismo cultural estadunidense para ver que o território de circulação da linguagem é um campo de batalha político. Mas se nessas experiências encontramos uma guerra entre Estados, simétrica, há também um outro tipo de guerra que a subjaz, assimétrica, tal como a dinâmica entre cidade-protesto, só que do ponto de vista estrito da comunicação midiática.

Umberto Eco (1983), em 1967, apregoa que o campo das comunicações é um campo de batalha que não exclui a figura do receptor da informação, daquele que não detêm os meios de veiculação de mensagens. Para o autor italiano, seria necessário estabelecer um tipo de “guerrilha semiológica”, uma atitude propositiva quanto ao modo verticalizado pelo qual, em sua visão, as mídias circulam a linguagem na sociedade. A proposição de Eco tem como centro a necessidade de engajar-se na recepção das mensagens dos meios de comunicação e a sua circulação de maneira não-prevista, de forma subversiva e conflitante com as leituras estabilizadas. Essa guerrilha semiológica proposta por Eco foi inspirada por manifestações artísticas, como o Dadaísmo e a Internacional Situacionista, e também ressoou para experiências posteriores, como o Culture Jamming (DERY, 1992), as Mídias Táticas (RALEY, 2013) entre outras. O coletivo Luther Blisset sistematizou essas propostas sob o nome de Guerrilhas Comunicacionais



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

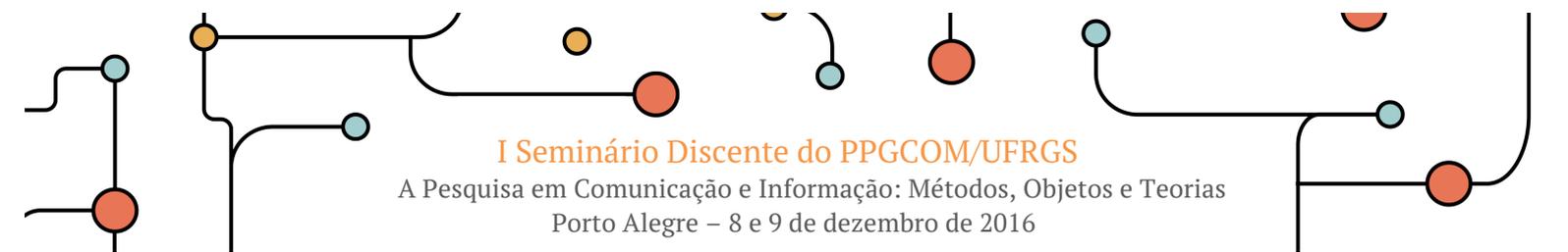
(BLISSET, 2000), como diferentes práticas e experiências de linguagem que visam colocar em xeque o modo pelo qual a comunicação midiática está estruturada.

Apesar da presciência de Eco (e sua efetividade política) ao publicar esse texto em 1967, o seu problema é o fato de que o autor italiano se utiliza de uma concepção de comunicação baseada na ideia de transmissão de mensagens. Para Eco, existe um Emissor, que envia uma determinada Mensagem, recebida por um Receptor. O que o escapa é que essas instâncias não existem em si: são produzidas justamente pelos modos como a comunicação está estruturada, a partir da lógica dos meios. Em nossa visão, a comunicação é muito mais uma questão de produção de subjetividades do que de transmissão de mensagens. Não há um telespectador antes da invenção da televisão, é a televisão enquanto agenciamento tecnológico e de linguagem que produz esse telespectador. Como afirma Maurizio Lazzarato, “a televisão se torna uma máquina de constituir maiorias, de criar um homem mediano e formar os padrões de subjetividade que neutralizam todo devir, que se opõem ao agenciamento das singularidades e à sua proliferação minoritária. A constituição do homem médio não é resultado do intercâmbio econômico, mas da troca comunicacional.” (LAZZARATO, 2009, p. 169). Na verdade, se há um motivo pelo qual declarar guerra aos meios massivos de comunicação é justamente esse, que produz subjetividades limitadas, majoritárias, medianas: o espectador, o consumidor, o assalariado - apenas modelos vazios, que não podemos fazer nada que não preenchê-los. Engajar-se numa guerrilha comunicacional utilizando-se dos mesmos conceitos que a motivam é criar uma armadilha que apenas irá restituir e replicar as estruturas de poder que os subjaz.

Contra essa concepção transmissionista ou hermenêutica de comunicação, pensamos em termos de uma pragmática comunicacional: mais do que transmitir, a linguagem e a comunicação produzem. Produzem o que? Como falamos anteriormente, produzem subjetividades, por certo, mas de um ponto de vista mais expandido podemos afirmar que produzem territórios existenciais: modelos de conduta, modelos perceptivos, modelos de ação política, em suma, modos de viver. O meio é a mensagem: pouco importam os conteúdos veiculados, mas sim o tipo de ambiente ou território de vivência que é inaugurado a partir da linguagem e de sua circulação através dos meios técnicos.

Parece que mais do que propor diferentes modos de fazer a linguagem circular, as Guerrilhas Comunicacionais propõem novos conceitos de comunicação e, por conseguinte, produzem subjetividades dissonantes e minoritárias. O filósofo francês Felix

Guattari, que partilha de uma concepção pragmática da comunicação, advoga que é



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

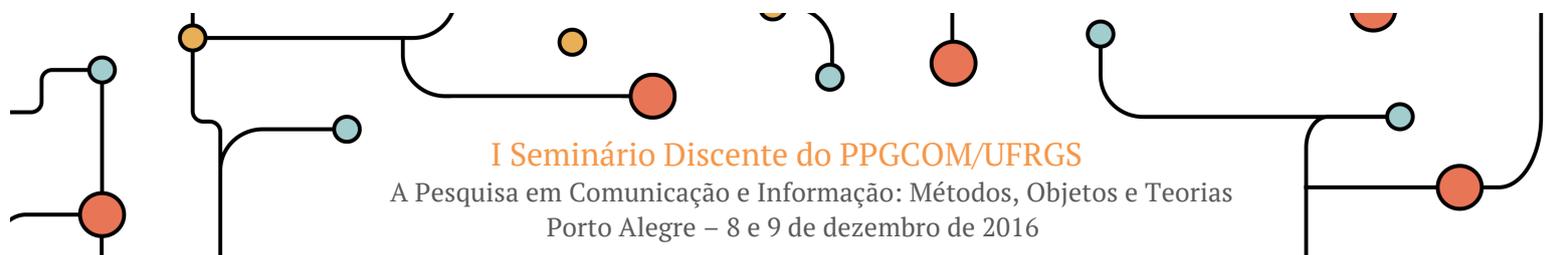
preciso “que as atuais máquinas comunicacionais e informacionais não se contentem em veicular conteúdos representativos, mas que concorram igualmente para a confecção de novos Agenciamentos de enunciação (individuais e/ou coletivos).” (GUATTARI, 2011, p. 178). Jamais é uma questão de veiculação de conteúdos ou sequer da criação de 'veículos independentes', como rádios e televisões que não sejam da propriedade de grandes conglomerados capitalistas. Trata-se, muitos mais, da criação de Agenciamentos formais, novas formas comunicacionais que disputem o que efetivamente é comunicação. Como bem afirma Michael Goddard, “

a resposta a respeito das guerrilhas comunicacionais não é técnica, mas sim micropolítica. Se as mídias em seu uso dominante podem ser vistas como máquinas gigantescas de produção de uma subjetividade consensual, então são as mídias de guerrilha que podem constituir uma produção alternativa de subjetividades mais afinada com uma transformação pós-mídia (GODDARD, 2011, online).

Voltemos ao início de nosso texto: depois dessa argumentação, poderíamos afirmar que as insurreições contemporâneas poderiam ser compreendidas como uma nova forma de Guerrilha Comunicacional? A partir de Bucci, expomos a concepção do protesto de rua como comunicação, mas nos parece ainda mais interessante pensar o fenômeno das ocupações sob a perspectiva da comunicação e da constituição de um diagrama da micropolítica comunicacional.

Nesse ponto, é importante destacar as nossas inquietações. Nossa hipótese é de que os contemporâneos movimentos políticos de rua - e mais especificamente a forma da ocupação - mais do que sua concepção política tradicional, funcionam também como máquinas de guerrilha comunicacional. Nos parece que a atual forma da Guerrilha Comunicacional escapou dos domínios propriamente midiáticos e agora se expressa nas ruas. Há uma forma comunicacional nas ocupações que nos parece se constituir de maneira semelhante às chamadas Guerrilhas Comunicacionais. Seria a forma contemporânea da Guerrilha Comunicacional a forma da ocupação? Poderíamos arriscar uma formulação de que as ocupações contemporâneas também funcionam como máquinas guerrilheiras de ocupação dos territórios de circulação da linguagem?

Para isso, nos parece ser preciso delinear um caminho duplo: por um lado, constituir diacronicamente as linhas gerais pelas quais se desenvolveram as chamadas Guerrilhas Comunicacionais e as formas pelas quais se expressaram ao longo da história. Por outro lado, nos parece ser necessária uma análise sincrônica de uma possível 'forma comunicacional' das ocupações, suas táticas e gramáticas, de um ponto de vista semiótico.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

Haveria entre essas duas formas algum tipo de correspondência que nos ajudaria a pensar como estão constituídas as práticas expressivas dissonantes que hoje observamos? Essa correspondência poderia contribuir para a descrição de uma forma micropolítica da comunicação contemporânea?

Referências

BLISSETT, Luther. **Manual de guerrilla de la comunicación**. Barcelona: Vírus, 2000.

BUCCI, Eugênio. **A forma bruta dos protestos**. SP: Cia das Letras, 2016.

DERY, Mark. **Culture Jamming: hacking, slashing, snipping in the empire of signs**. Nova York: Open Culture, 1992.

ECO, Umberto. **Towards a Semiological Guerilla Warfare**. Nova York: Harcourt, 1983.

GUATTARI, Felix. Da produção de Subjetividade. In: PARENTE, André. **Imagem Máquina**. São Paulo: Editora 34, 2011.

GODDARD, Michael. **Towards an Archaeology of Media Ecologies**. Online. Disponível em: <http://seventeen.fibreculturejournal.org/fcj-114-towards-an-archaeology-of-media-ecologies-%E2%80%98media-ecology%E2%80%99-political-subjectivation-and-free-radios/>

LAZZARATTO, Maurizio. **Revoluções do Capitalismo**. RJ: Civilização Brasileira, 2009.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 2012.

RALEY, Rita. **Tactical Media**. MN: MIT Press, 2013.

ENGAJAMENTO E DISCURSO SOBRE SI: TESTEMUNHOS EM MARCHAS E OCUPAÇÕES

Marcelo Xavier Parker¹

Palavras-chave

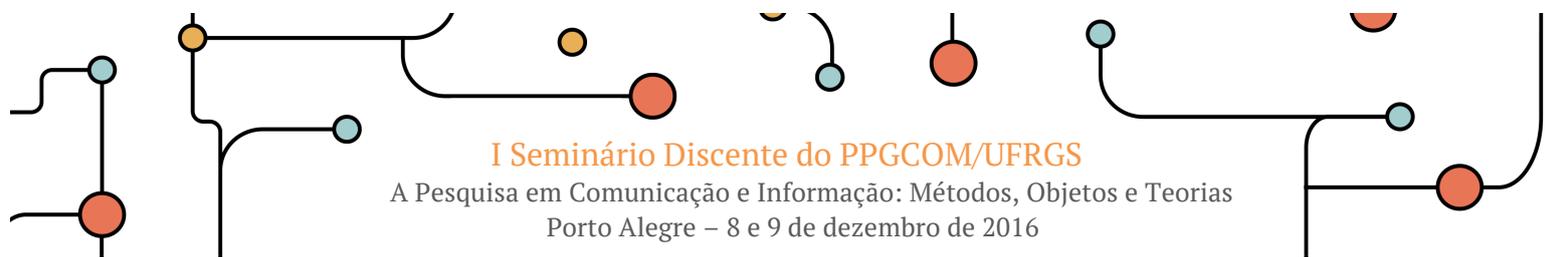
Mídia radical. Marchas. Ocupações. Comunicação pública.

Este resumo inclui alguns dos objetivos, hipóteses e referenciais teóricos da tese que está sendo construída desde março de 2014, sob orientação da professora Maria Helena Weber, e cujo título provisório é *Luta política e comunicação: marchas e ocupações no Brasil (2013-2016)*. Desde 2013, grandes protestos de rua e ocupações de espaços públicos tornaram-se relativamente rotineiros nas grandes cidades brasileiras, gerando um amplo processo de debate público, envolvendo diferentes instâncias do Estado, imprensa e diversos outros segmentos da sociedade civil. Nossa intenção com esta pesquisa é destacar a importância da comunicação nestes acontecimentos, analisando os repertórios de ação, as performances, as mídias radicais utilizadas por estes grupos. Entendemos que a luta política dos movimentos sociais e demais grupos de ativismo contemporâneos seja, acima de tudo, uma guerra de discursos e performances em espaços de visibilidade, o que aumenta a importância das estratégias de comunicação empregadas na luta política.

Os referenciais teóricos mais amplos deste trabalho são os conceitos de Comunicação Pública (ESTEVES, 2011), Biopolítica (FOUCAULT, 2008; VIRNO, 2013) e Reconhecimento (HONNETH, 2012). Para uma análise mais focada na comunicação produzida em marchas e ocupações, utilizo também as noções de repertório (TILLY; TARROW, 2008), performance (TILLY; TARROW, 2008; GOFFMAN, 2012) e mídias radicais (DOWNING, 2004).

Marchas e ocupações são repertórios de confronto. Este exercício de pesquisa busca, portanto, enxergar dentro destes repertórios os mecanismos que os operacionalizam. Por exemplo, em uma marcha, por si só um repertório de confronto, há muitas formas de expressão que portam discurso, como cantos, vaias, danças, palavras de ordem, pichações, bandeiras, cartazes, faixas, máscaras, lenços, bonecos, pinturas no corpo, nudez, megafones, carros de som, etc. Numa ocupação, as estratégias de comunicação incluem aulas abertas, audiências públicas, cartazes e faixas na fachada do

¹ Orientação: Maria Helena Weber. Linha de Pesquisa 4: Mediações e representações culturais e políticas. GT Métodos.



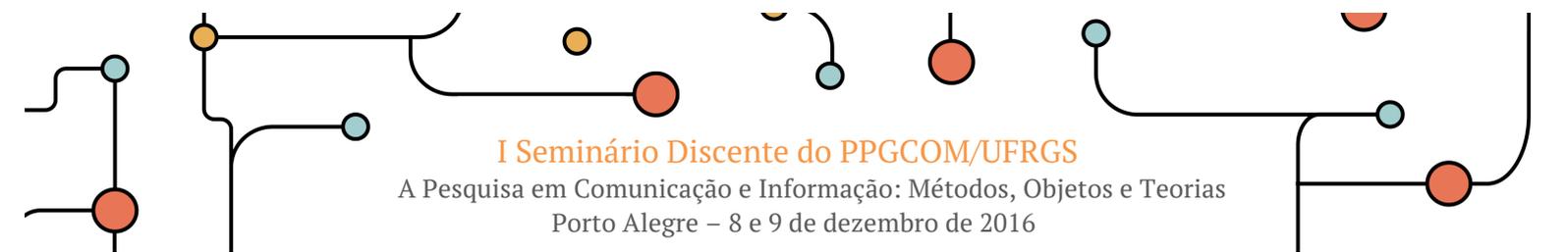
I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

local ocupado, além de material produzido para as redes sociais digitais, que também inclui performances as mais variadas, incluindo relatos e imagens sobre o cotidiano da ocupação. Neste tipo de repertório, tal qual vem sendo massivamente utilizado em diversos países, são formadas comissões responsáveis pela comunicação externa do grupo, relacionamento com a mídia, alimentação de material para as redes sociais virtuais, e muitas outras, caracterizando uma forma de organização que tem sido descrita como horizontal e de gestão compartilhada.

A utilização destes repertórios de confronto força um espaço de visibilidade em um terreno normalmente hostil e refratário às demandas sociais e, assim, provocam um debate público que invade os mais diversos segmentos da sociedade civil e do Estado. E mesmo que seus objetivos não sejam alcançados em curto prazo, temas sociais delicados e por vezes indigestos ao enquadramento tradicional midiático ganham projeção, obrigando setores a se pronunciar, provocando discussões legislativas que, por vezes, dão origem a projetos que podem ou não virar leis. Os lados conflitantes passam a disputar discursos através dos canais de comunicação tradicionais e das redes sociais digitais, principalmente o Youtube, o Facebook e o Twitter. A comunicação enquanto “modo de constituir os seres e não apenas um meio de trocar mensagens.” (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 72) passa a moldar a própria ação, uma vez que as performances são pensadas a partir da sua posterior difusão e do efeito multiplicador que podem vir a provocar. Os manifestantes vão se apropriando das novas tecnologias quase concomitantemente ao seu surgimento e adaptando-as às suas necessidades, por vezes subvertendo a sua utilização e ressignificando-as durante o calor dos conflitos.

Como bem destaca Esteves (2011), o espaço público e a comunicação possuem relação estreita. No caso da ação política realizada à margem dos canais institucionais de participação oferecidos pelas democracias ocidentais, através de marchas ou de ocupações, por exemplo, os desdobramentos assumem a forma de um amplo debate público, estabelecendo “uma poderosa rede de fluxos de comunicação que se destina a processar opiniões e a formar uma opinião pública qualificada.” (ESTEVES, 2011, p. 200). Grandes ciclos de protestos de rua são geradores de complexos processos de comunicação pública. Atores dos mais diversos segmentos, do Estado e da sociedade civil, são chamados ao debate, legislações são sugeridas e/ou promulgadas, movimentos sociais ganham centralidade – ainda que momentânea e, muitas vezes, sob uma abordagem criminalizadora – no espaço midiático. No Brasil, os protestos de 2013 obrigaram a grande imprensa a abordar temas normalmente ausentes na sua cobertura diária, como o da falta



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

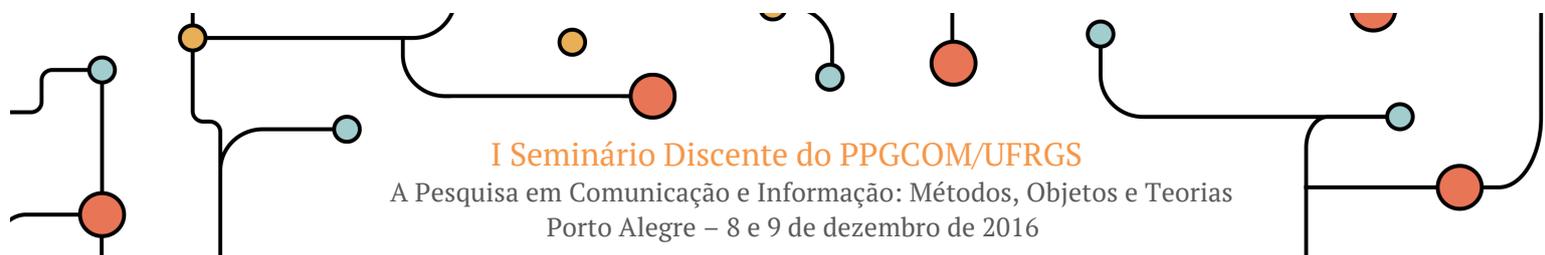
A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

de licitações para o serviço de transporte público e a possibilidade da tarifa zero, por exemplo. O assunto passou a ser discutido em câmaras dos vereadores e assembleias legislativas, processos licitatórios foram criados, contratos foram revistos. Tudo em decorrência de um fluxo de comunicação pública que iniciou nas ruas tomadas por milhares de pessoas.

Durante o primeiro ano do doutorado, em 2014, conversei sobre meu trabalho com o professor João Pissarra Esteves, durante o seminário que nos ministrou na Fabico sobre Comunicação Pública. Expus algumas dúvidas sobre o que era, na época, o meu projeto de tese. Ele me disse que eu não deveria descartar a possibilidade de fazer um trabalho ensaístico, o que, segundo ele, teria tanto valor quanto um trabalho empírico. Desde então situei mentalmente a minha pesquisa neste campo de um estudo mais teórico, imaginando talvez uma metodologia de análise de discurso para os objetos que fossem escolhidos. Também pensei, durante um tempo, em realizar entrevistas com participantes de marchas e ocupações ocorridas em 2013. É neste ponto que surge a dúvida que trago para este evento.

No ano passado realizei algumas entrevistas com duas meninas que participaram das ocupações das Câmaras dos Vereadores de Porto Alegre e Santa Maria, em 2013. Foi importante para me dar outras visões sobre os acontecimentos, mas com o tempo acabei desistindo de usá-las e orientando a pesquisa para outros caminhos. Mas a ocupação do prédio da Fabico pelos alunos da graduação, no dia 1º de novembro de 2016, o convívio com eles e com a experiência de reprodução de uma sociedade em um espaço de semi-confinamento, com regras próprias de funcionamento cotidiano, um território de exceção no coração de Porto Alegre, me fez voltar a considerar as entrevistas, mas agora com possibilidades tão grandes de utilização que seria ótimo conversar com quem já trabalhou, trabalha ou quer trabalhar com isso. Passei a pensar na ocupação, enquanto espaço de autonomia, como uma esfera pública, dentro dos marcos teóricos da Comunicação Pública, esquematizados por Esteves a partir do trabalho de Jurgen Habermas. As entrevistas, sob este ponto de vista, ajudariam a desvelar este microcosmo gerado a partir deste repertório de confronto.

Minha ideia inicial foi fazer uma entrevista de grupo. Pensei em cinco pessoas, talvez quatro, três. Acho a dinâmica de uma conversa com mais de uma pessoa importante para evitar, por exemplo, as dificuldades que enfrentei durante a produção da minha dissertação, quando trabalhei com “História Oral: os problemas da memória”, o esquecimento de pequenos detalhes que podem ser muito importantes para os objetivos do trabalho. Pensei também em filmar as entrevistas, para identificar claramente quem



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

está falando, pois a intenção é justamente fazer com que interfiram na fala um do outro, corrigindo uma informação, reforçando uma fala, discordando, enfim, a memória coletiva e a interação como um aprimoramento da lembrança individual, e numa gravação apenas de áudio eu teria dificuldade de identificar as vozes.

Estas são as dúvidas que pensei em trazer para este Seminário. Gostaria de ouvir impressões a respeito da possibilidade de uso de entrevistas e, no caso de realmente optar por fazê-las, como proceder, qual metodologia aplicar, etc. Numa espécie de precaução histórica, já comecei a coletar estes testemunhos ainda enquanto a ocupação está acontecendo, sem que eles próprios saibam exatamente o desfecho que os aguarda. Não sei se de fato usaria estas falas, baseadas em um questionário que preparei no calor dos acontecimentos, sem o devido rigor metodológico que tal procedimento requer, mas também me coloco à disposição para ouvir sugestões sobre este aspecto.

Referências

DOWNING, John. **Mídia radical**: rebeldia nas comunicações e nos movimentos sociais. São Paulo: Ed. Senac São Paulo: 2004.

ESTEVES, João P. **Sociologia da comunicação**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2011

FOUCAULT, Michel. **Nascimento da biopolítica**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

GOFFMAN, Ervin. **Os quadros da experiência social**: uma perspectiva de análise. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

HONNETH, Axel. **Luta por reconhecimento**: a gramática moral dos conflitos sociais. São Paulo: Ed. 34, 2003.

MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. **A internet e a rua**: ciberativismo e mobilização nas redes sociais. Porto Alegre: Sulina, 2013.

TILLY, Charles; TARROW, Sidney. **Politique(s) du conflict**: de la grève à la révolution. Paris: Presses de Sciences Po, 2008.

VIRNO, Paolo. **Gramática da multidão**: para uma análise das formas de vida contemporâneas. São Paulo: Annablume, 2013.

A DESQUALIFICAÇÃO DA POLÍTICA NA FICÇÃO TELEVISIVA: UMA PROBLEMATIZAÇÃO CONCEITUAL A PARTIR DE TELENÓVELAS E MINISSÉRIES DA REDE GLOBO

Guilherme Fumeo Almeida¹

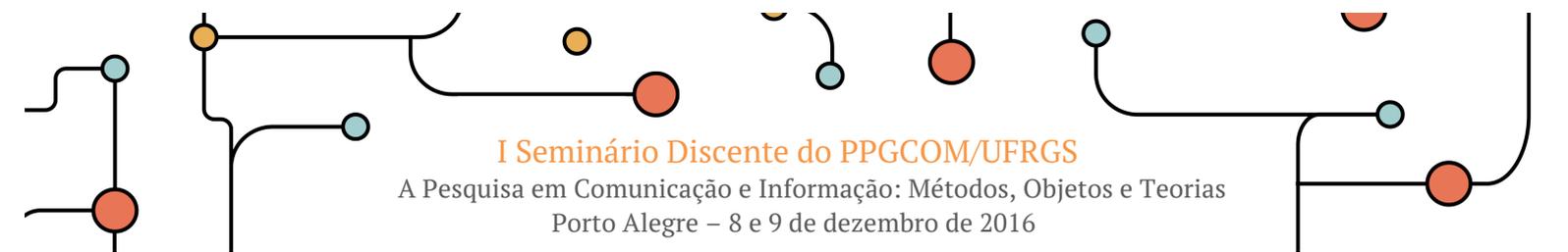
Palavras-chave

Desqualificação da política. Rede Globo. Telenovelas. Minisséries.

Este trabalho pretende problematizar o conceito de desqualificação da política a partir da análise de construções sobre a temática política na ficção televisiva brasileira, tendo como exemplos as telenovelas e minisséries da Rede Globo. Para fazer a ponte entre o conceito e sua presença nos objetos em análise, o estudo será estruturado a partir de duas diretrizes: a) a relação entre o contexto político e a noção de desqualificação da política aplicada às telenovelas e minisséries e b) a importância das telenovelas e minisséries enquanto formadoras de sentido sobre a identidade histórica e política nacional. Dessa forma, a pergunta problema que norteia a discussão é: De que forma é possível problematizar o conceito de desqualificação da política a partir da análise da construção da temática política em telenovelas e minisséries da Rede Globo?

Em sua análise do contexto político brasileiro pós-redemocratização, José Álvaro Moisés (2008) vê a permanência de traços autoritários, em um país no qual são frequentes as violações de direitos fundamentais, especialmente das minorias, com um cenário de violência marcado pela ausência do Estado de direito. Segundo Moisés, os comportamentos autoritários e ambivalentes se fortalecem nos países em que a tradição democrática e a demanda por reformas institucionais ainda não se consolidaram, como o Brasil, e facilitam a consolidação de regimes democráticos incompletos, nos quais o parlamento e os partidos políticos são marginalizados. É a emergência do modelo da democracia sem congresso, em que uma distância entre as dimensões normativas e o apoio à democracia, que, somada a traços autoritários e distorções no funcionamento das instituições democráticas, justificaria a preferência por soluções que enfraquecem mecanismos da democracia representativa, mostrando um descompasso entre a oferta democrática e a demanda dos indivíduos.

¹ Mestrando em Comunicação e Informação na UFRGS. Linha 4: Mediações e Representações Culturais e Políticas. Orientadora: Miriam de Souza Rossini. E-mail: almeidaguif@gmail.com



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

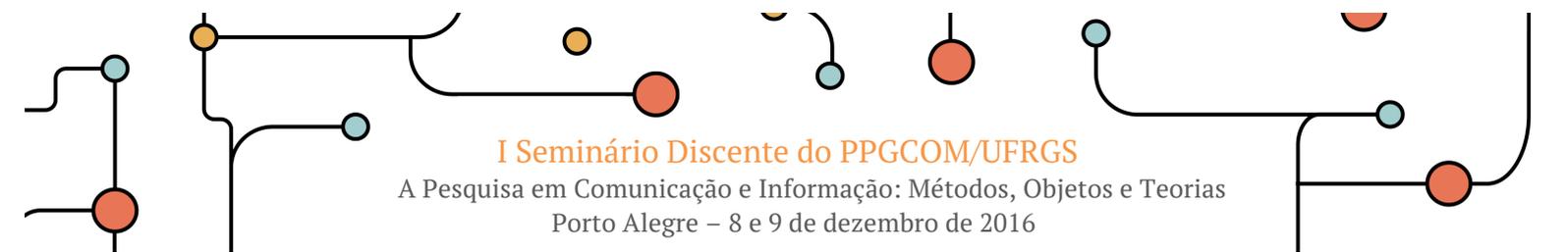
A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

Maria Helena Weber (1990), por sua vez, identifica a relação entre o discurso midiático e o contexto de autoritarismo, personalismo e distância entre Estado e sociedade, problematizando a noção de despolitização dentro do papel político dos meios de comunicação. Em seu estudo sobre três telenovelas exibidas pela Rede Globo no contexto das eleições presidenciais de 1989 - *Vale Tudo* (Gilberto Braga, Aguinaldo Silva e Leonor Bassères, de maio de 1988 a janeiro de 1989), *O Salvador da Pátria* (Lauro César Muniz, de janeiro a agosto de 1989) e *Que Rei Sou Eu?* (Cassiano Gabus Mendes, de fevereiro a setembro de 1989), Weber ressalta que é possível enxergar a tentativa da Rede Globo de desqualificar a discussão política e a participação dos indivíduos no processo de redemocratização do país.

As novelas teriam papel importante para tal desqualificação, constituindo uma pedagogia de despolitização, ao fortalecerem um imaginário de desinformação, mostrando os políticos como incompetentes e a política enquanto um fazer sombrio e restrito. A desqualificação da política se fortaleceria, segundo Weber, se pensada enquanto uma noção que reside na relação entre um poder midiático de disseminação de informações e representações de um país com instituições frágeis e que não conseguem suprir as demandas dos cidadãos. Aumentando a falta de diálogo entre Estado e sociedade, os meios de comunicação ganhariam espaço para creditá-la a uma atividade política que dizem ser eminentemente corrupta, mas que não explicam como de fato funciona. Assim, se fortalece o esvaziamento da discussão e do estímulo à participação política.

Assim, destaque para a problematização dessa construção negativa sobre a política em duas das telenovelas analisadas por Weber. Na elegância e no cinismo de *Vale Tudo*, os pobres enriquecem pelo trabalho ou pela herança e os ricos trabalham muito ou trapaceiam bastante, com o descrédito de um país desprovido de um jeito e repleto de jeitinhos. Já na ingenuidade e na força do amor de *O Salvador da Pátria*, a honestidade brejeira de Sassá Mutema conseguiu fazê-lo chegar ao poder. Em ambas, a política como construto social e coletivo passa longe de ser problematizada. Tanto a vilania oportunista e preconceituosa dos antagonistas da primeira quanto a maldade endêmica da segunda, que iguala mafiosos e políticos profissionais, esvaziam a discussão sobre mobilização social em torno de interesses comuns e formação de um homem público. Dessa maneira, “irrelevante para um político seria conhecer política, ideologia ou mesmo pertencer a um partido. Bastam as boas intenções.” (WEBER, 1990, p. 80).

Pensando na telenovela brasileira como gênero ficcional que promove representações sobre o cotidiano e sobre um país, refletindo suas mudanças sociais e culturais, Maria Immacolata Vassalo de Lopes (2003) relaciona a formação e consolidação



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

do gênero com o processo de formação de um espaço público no qual o controle dos repertórios deixou de ser exclusivo dos ocupantes de postos de comando social, como políticos e intelectuais. Tal processo se mostrou duplamente contraditório, para Lopes (2003, p. 18 e 19), por ser simbolizado pela telenovela, enquanto produto lucrativo criado pelo setor privado, “e sob a égide da vida privada, uma vez que a narrativa televisiva já foi definida como uma narrativa por excelência sob a família.”.

Enquanto gênero ficcional que reflete as mudanças históricas e sociais de sua época, a telenovela também passou por transformações significativas ao longo do tempo. Segundo a autora (2003, p. 18 e 19), enquanto as décadas de 1970 e 80 foram marcadas por produções que representavam um contexto social de modernização centrado principalmente nos dramas privados das famílias de classe média de São Paulo e Rio de Janeiro, os anos 1990, em função de suas mudanças televisivas – difusão da TV a cabo, maior concorrência entre as emissoras – e políticas – redemocratização, globalização – abriram espaço “para novas representações que questionam as representações modernizantes anteriores.”.

Através dessa capacidade de modificar-se e continuar representando um contexto político e social que passava por constantes mutações, a telenovela se consolidou enquanto veículo de expressão da opinião pública sobre comportamentos públicos e privados dentro de suas inserções na sociedade brasileira. Ao construir o que define enquanto “fórum de debates sobre o país”, Lopes (2003, p. 28) destaca que a telenovela fez com que a lógica das relações sociais prevalecesse sobre os problemas sociais, sendo que “a fusão dos domínios público e privado realizada pelas novelas lhes permite sintetizar problemáticas amplas em figuras e tramas pontuais e, ao mesmo tempo, sugerir que dramas pessoais e pontuais podem vir a ter significado amplo.”.

Já Maria Cristina Mungioli (2009), em sua análise da produção de sentido nas minisséries nacionais, pensa a teledramaturgia como um espaço de memória, construção de significados e forma de constituição de uma determinada identidade brasileira, criando sentidos nacionais. Portanto, para a autora (2009, p. 2), as minisséries seriam responsáveis pela criação de um discurso carregado de complexidade, em que “ocorre a luta pela hegemonia e no qual é possível observar a linguagem não apenas como forma de comunicação, mas como elemento (en)formador da consciência e dos discursos.”.

A partir de uma busca por verossimilhança, com narrativas fragmentadas em que elementos da identidade e do cotidiano brasileiro se fazem presentes, como as diferenças sociais e a corrupção, as minisséries fariam retratos do país. Assim, dentro da mesma tradição das telenovelas, elas operariam uma ponte entre ficção, cotidiano e realidade,



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

oferecendo "ao espectador uma forma de ver o mundo e de ver-se no mundo por meio de um tratamento estético e temático em que as cores e as dores do Brasil se revelam tanto pela presença quanto pela ausência." (MUNGIOLI, 2009 p. 3).

Como títulos mais contemporâneos do gênero produzidos pela Rede Globo que problematizam as questões políticas do cenário brasileiro, destaque para *O Brado Retumbante* (Euclides Marinho, 2012). Em apenas oito episódios, Paulo Ventura passa de deputado a presidente, tornando-se um herói nacional ao travar uma luta contra a corrupção que permeava toda a atividade política. Através do melodrama, da luta simplista do bem contra o mal, *O Brado Retumbante* consegue superar o desencanto, a descrença com a atividade política, graças ao heroísmo e à coragem sem limites de Ventura.

O contexto político brasileiro está presente de forma constante na minissérie, mas de forma a reforçar seus sentidos negativos, como a distância entre as demandas dos cidadãos e a capacidade das instituições de cumpri-las, gerando um abismo entre Estado e sociedade, e a busca por um sistema político que por vezes desconsidera instituições basilares da democracia, em função da descrença dos cidadãos em instâncias como o Congresso Nacional e os partidos políticos. Tal reforço cria uma representação aparentemente fidedigna da realidade política brasileira, mas que distorce suas especificidades em privilégio de uma noção desqualificadora da política enquanto atividade coletiva e institucional.

Referências

LOPES, Maria Imacollata Vassalo de. Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. **Comunicação & Educação**, São Paulo, jan./abr. 2003.

MOISÉS, José Álvaro. Cultura política, instituições e democracia - lições da experiência brasileira. **Revista Brasileira de Ciências Sociais** - v. 23, n. 66, fev. 2008.

MUNGIOLI, Maria Cristina Palma. Produção de Sentido de Nacionalidade na Minissérie Queridos Amigos. **Revista Rumores** - v.1, ed. 6, setembro-dezembro 2009.

WEBER, Maria Helena. Pedagogias de despolitização e desqualificação da política brasileira: as telenovelas da Globo nas eleições de 1989. **Comunicação & Política**, v. 1, p. 67-84, 1990.

A COBERTURA JORNALÍSTICA DA SEGURANÇA PÚBLICA COMO OBJETO DE PESQUISA DOS ESTUDOS DE JORNALISMO

Anelise Schutz Dias¹

Palavras-chave

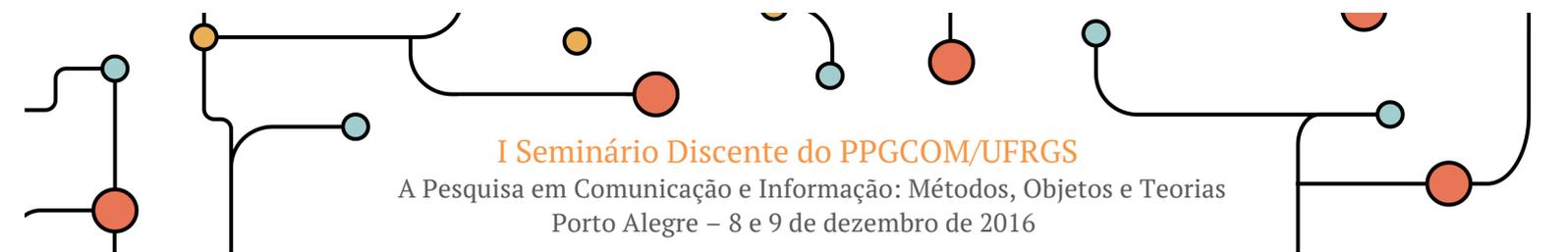
Objetos de Pesquisa. Estudos de Jornalismo. Segurança Pública.

A questão que esse resumo propõe é a cobertura jornalística da segurança pública como objeto de pesquisa dos Estudos de Jornalismo. Para além da observação dos modos de noticiar casos de crime e violência no jornalismo, propomos tratar desse objeto a partir de um conceito mais amplo de segurança pública, que parte do entendimento de que se trataria da “estabilização universalizada, no âmbito de uma sociedade em que vigora o Estado democrático de direito, de expectativas positivas a respeito das interações sociais – ou da sociabilidade, em todas as esferas da experiência individual.” (SOARES, 2011). Partindo desta concepção, outros temas relacionados à segurança pública, que não apenas o relato de crimes e violência, deveriam aparecer na cobertura jornalística e serem também discutidos em nossas pesquisas.

Ao mapear as pesquisas de dissertações e teses brasileiras sobre essa cobertura percebemos que o jornalismo é tomado, muitas vezes, como objeto empírico por disciplinas de outros campos de conhecimento, sem que sejam realizadas as problematizações e teorizações que exige enquanto objeto de estudo com corpo teórico próprio. As Ciências Sociais e Jurídicas, como a Sociologia e o Direito, por exemplo, reúnem diversos trabalhos que debatem o papel do jornalismo, o qual é tratado comumente (e de modo genérico) como mídia (DIAS, 2016), mas que estão atentos apenas ao conteúdo, isto é, ao texto tal qual se apresenta, e não tratam das condições de produção do jornalismo. Apenas apontar problemas nos conteúdos ou supor efeitos na recepção serve muito pouco à qualificação da cobertura que vem sendo feita. É preciso que as teorizações proponham novas maneiras de tratar o tema, mas também que sua justificação esteja baseada em questões da prática para que faça sentido. O distanciamento entre teoria e prática, aliás, é uma preocupação presente desde a obra de Otto Groth (1960)² e reaparece também na de

¹ Doutoranda em Comunicação e Informação na UFRGS. Linha 2: Jornalismo e Processos Editoriais. Orientadora: Márcia Benetti. E-mail: anelisesdias@gmail.com

² “Antes de todo conceito geral, encontra-se sempre a experiência do concreto, e o pensamento recebe constantemente impulso e direção, confirmação e contestação da experiência do concreto” (GROTH, [1960] 2006, p. 199).



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

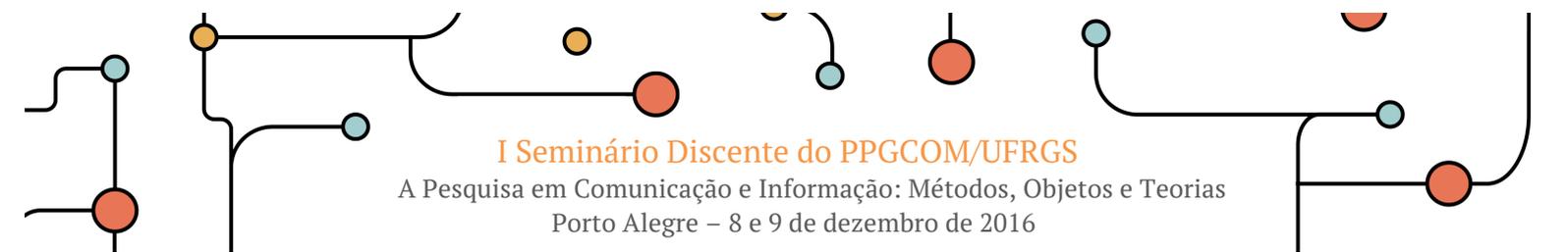
Adelmo Genro Filho (1987). Parece-nos importante, portanto, ter como norte a aproximação dessas duas dimensões, pois, se não dialogarmos com a prática e estimularmos mudanças reais nos modos de cobrir determinados temas, de pouco serve a teorização que viemos construindo.

Vale citar, nessa mesma direção, o livro organizado por Silvia Ramos e Anabela Paiva, em 2007, “Novas tendências na cobertura de criminalidade e segurança no Brasil”. A obra é um compilado dos resultados de pesquisas realizadas pelo Centro de Estudos de Segurança e Cidadania (CeSec), entre 2004 e 2006, que investigaram a cobertura da violência e da criminalidade tanto por meio da análise das produções jornalísticas quanto por meio de workshops e entrevistas com profissionais que atuam ou estão envolvidos de alguma forma nesta cobertura³. Os resultados que obtiveram a partir da observação dos jornais demonstram a necessidade de aprofundamento da cobertura: quase 70% dos textos tratou apenas do factual e não fez relações entre o evento relatado e o contexto da segurança pública; menos de 5% das matérias tratou de políticas de segurança pública como eixo-central; a polícia apareceu como fonte principal em cerca de 30% das notícias; mais de 50% das reportagens foi construída com informações de uma fonte/instituição; quase 50% dos textos que trataram de temas sobre segurança pública foram notas e grandes colunas e não apresentaram fonte; a polícia apareceu como fonte mais consultada, seguido das vítimas, do poder Executivo, especialistas e (menos de 1% das fontes ouvidas) a sociedade civil organizada.

A pesquisa de Ramos e Paiva (2007) também apontou para a necessidade de especialização dos jornalistas que se dedicam à cobertura de temas relacionados à segurança pública. Os jornalistas entrevistados relataram, dentre outros, o desconhecimento sobre o funcionamento da justiça criminal (papéis, atribuições e limites na atuação de cada órgão) e sobre legislação, a dificuldade de acesso aos dados e informações da área e na compreensão dos parâmetros por meio dos quais são construídas as estatísticas de segurança pública.

A urgência da retomada desse objeto de estudo pelos Estudos de Jornalismo, tendo como norte a qualificação da prática jornalística, também pode ser percebida quando a NiemanReports, órgão ligado à Nieman Foundation at Harvard, publica o texto

³ As pesquisas a que nos referimos foram realizadas em duas etapas: uma analisou nove jornais de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas, em 2004, e, a outra, oito jornais do Rio de Janeiro, em 2006. Segundo Ramos e Paiva (2007, p. 18): “A pesquisa Brasil analisou 2.514 textos dos seguintes jornais: O Globo, O Dia e JB; Folha de S. Paulo, Estado de S. Paulo e Agora São Paulo Agora; O Estado de Minas, Hoje em Dia e Diário da Tarde. A pesquisa Rio analisou 2.651 textos, ao longo do ano de 2006, dos seguintes jornais: O Globo, O Dia, Jornal do Brasil, O Povo, Tribuna da Imprensa, Meia Hora, O Fluminense, Extra. Ambas as pesquisas utilizaram técnica de amostragem consagrada para análise de mídia, chamada “mês composto”. Os resultados completos da pesquisa Brasil podem ser consultados em www.ucamcesec.com.br.”



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

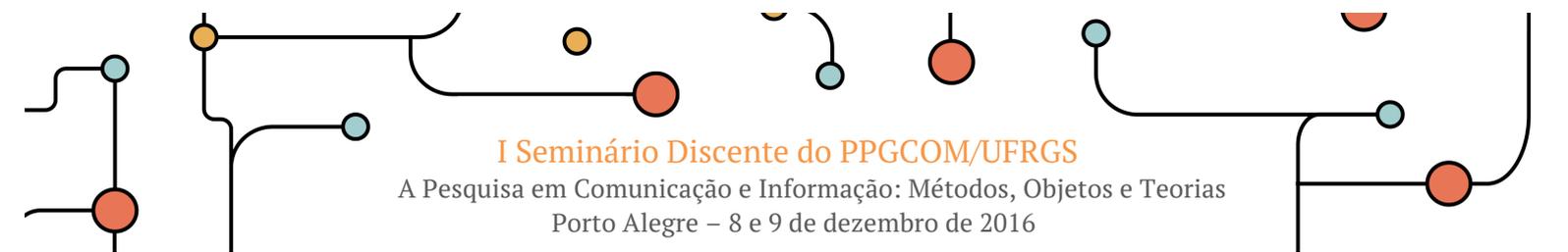
“Why cannabis coverage need to be a serious beat” (2016)⁴, em que aborda novas questões que se colocam com a descriminalização da maconha em alguns estados dos Estados Unidos e com o debate sobre os potenciais efeitos medicinais do THC, às quais o jornalismo precisa estar atento. Por exemplo, quais são as implicações disso para a segurança, para a saúde, para economia e para a cultura? Quem e o que se ganha com a não-regulamentação ou proibição? A questão das drogas (do proibicionismo à descriminalização/legalização) é apenas um dentre os temas de segurança pública a que o jornalismo tem se dedicado atualmente. Porém, embora tenha intersecção com diversos outros campos da vida social, é ainda tratado majoritariamente pelo viés das polícias e da justiça criminal.

Por fim, lembramos que Groth chamou a época em que vivia de “época jornalística”. Ele entendia que “o jornalismo determina, sobretudo, a direção do pensamento e da vontade das amplas camadas da sociedade, e não só dessas: dele depende, em grande parte, o patrimônio do conhecimento e, por conseguinte, a capacidade de julgamento de todo o povo.” (GROTH, [1960], 2006, p.184). Mesmo com as transformações sociais ocorridas entre o período em que Groth escreveu sua obra até aqui, não podemos negar que ainda persiste a centralidade do jornalismo na vida pública e privada, constatada pelo autor já na primeira metade do século XX. Por isso, assim como o autor, defendemos que é necessário que, ao investigar o jornalismo, ele esteja no centro das teorizações e das problematizações. Quando propomos que nos ocupemos da cobertura da segurança pública como objeto dos Estudos de Jornalismo está implicada, portanto, a retomada do objeto jornalístico não apenas como empírico, de onde se extrai certo conteúdo observável e dele se inferem determinados efeitos, como fazem outras áreas de conhecimento que também têm se ocupado desse objeto, mas como lugar teórico e epistemológico. Isso não significa, porém, que devemos ignorar o constructo das outras ciências que têm se dedicado ao objeto, mas, ao dar centralidade ao jornalismo, propomos tomá-las como auxiliares na compreensão do fenômeno observado.

Referências

DIAS, Anelise Schütz. **A redução da idade penal no jornalismo de referência: uma análise sobre os sentidos de segurança pública**. Jan, 2016. 168p. Dissertação. UFRGS, Porto Alegre, janeiro de 2016. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/132820/000984923.pdf?sequence=1>.

⁴ Disponível em: <http://niemanreports.org/articles/why-cannabis-coverage-needs-to-be-a-serious-beat/>



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

GENRO FILHO, Adelmo. **O Segredo da Pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo**. Porto Alegre: Ed. Ortiz, 1987.

GROTH, Otto. Tarefa da pesquisa da ciência da cultura. IN: MAROCCO, Beatriz, BERGER, Christa (orgs.). **A era glacial do jornalismo** - teorias sociais da imprensa: pensamento crítico sobre os jornais. Porto Alegre: Sulina, 2006.

NIEMAN REPORTS. Why Cannabis Coverage Needs to be a Serious Beat. Cambridge, MA, EUA, 18 de outubro de 2016. Disponível em: <http://niemanreports.org/articles/why-cannabis-coverage-needs-to-be-a-serious-beat/> react-text: 223 >. Acesso em: 25 de outubro de 2016.

RAMOS Silvia, PAIVA, Anabela. **Mídia e Violência: tendências na cobertura da criminalidade e segurança no Brasil**. Rio de Janeiro: UPERJ, 2007.

SOARES, Luiz Eduardo. **Temas do Pensamento Social Brasileiro – Segurança Pública**, 2011. Disponível em: <http://www.luizeduardosoares.com/?p=136>. Acesso em 10/08/2016.

PUBLICAÇÕES AMPLIADAS: PROPOSTA DE INTEGRAÇÃO DE REPOSITÓRIOS EM UM AMBIENTE *LINKED DATA*

*Daiane Barrili dos Santos*¹

Palavras-chave

Publicações ampliadas. Open data. Linked data. Linked open data. Repositórios de dados abertos.

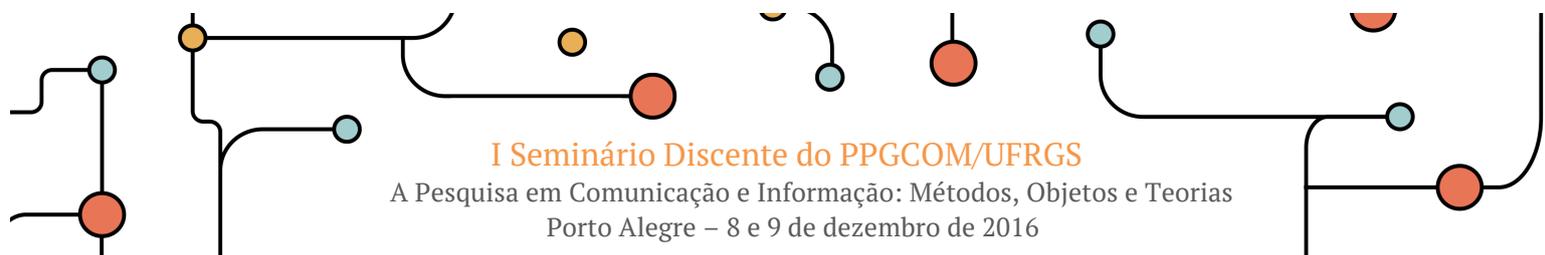
A transferência de informações científicas e tecnológicas entre pesquisadores está vinculada à comunicação. Na comunidade científica utilizam-se diferentes tipos de publicações para a divulgação e disseminação de trabalhos científicos, os quais podem estar disponíveis em ambientes digitais, que se caracterizam por ser uma fonte valiosa de disponibilização de conteúdos. Pesquisadores de várias áreas trabalham em cooperação e, segundo Recuero (2009, p. 81), “A cooperação é o processo formador das estruturas sociais. Sem cooperação, no sentido de um agir organizado, não há sociedade. A cooperação pode ser gerada pelos interesses individuais, pelo capital social envolvido e pelas finalidades do grupo”.

A divulgação de trabalhos científicos e o desenvolvimento da ciência estão diretamente ligados à melhoria contínua de tecnologias da informação. O aperfeiçoamento dessas tecnologias possibilitou o processo de disponibilização de materiais digitais por meio de ferramentas que possuem a finalidade de organizar a informação e de disseminar o uso do conhecimento.

Nesse âmbito os repositórios digitais surgem facilitando a consulta e o acesso às publicações. Conforme Viana, Márdero-Arellano e Shintaku, (2005, p. 3) “Um repositório digital é uma forma de armazenamento de objetos digitais que tem a capacidade de manter e gerenciar material por longos períodos de tempo e prover o acesso apropriado”.

A internet é uma aliada da pesquisa e da comunicação científica devido ao seu potencial de ampliar o alcance de resultados de pesquisas e publicações científicas. Na Web está disponível uma imensurável quantidade destes dados. Na tentativa de estruturar e tornar acessível estes dados surge a Web Semântica que “[...] é o uso de uma linguagem

¹ Mestranda em Comunicação e Informação na UFRGS. Linha 1: Informação, Redes Sociais e Tecnologias. Orientador: Moisés Rockembach. E-mail: dai.b.santos@hotmail.com



formal para representar o conhecimento conceitual de um determinado domínio de conhecimento presente na Web de forma estruturada e compreensível.” (Souza, 2013, p. 1).

Com o aprimoramento de tecnologias que possibilitam a armazenagem e o compartilhamento de informações, iniciativas de acesso aberto (*open access*) vêm alterando as formas de disseminação e uso dessas informações. As tecnologias digitais têm transformado a forma como conjuntos de dados eram caracterizados. Após o término de pesquisas e publicações, os dados eram muitas vezes descartados ou armazenados em servidores sem a devida gestão (SAYÃO; SALES, 2014).

Neste contexto, outros movimentos e iniciativas surgem nos fazendo repensar o modelo atual de disseminação de resultados de pesquisas. Uma das iniciativas mais recentes na Web é o movimento Dados abertos. Os dados abertos (*open data*), segundo a Open Knowledge Foundation ², podem ser livremente usados, modificados e compartilhados por qualquer um para qualquer finalidade.

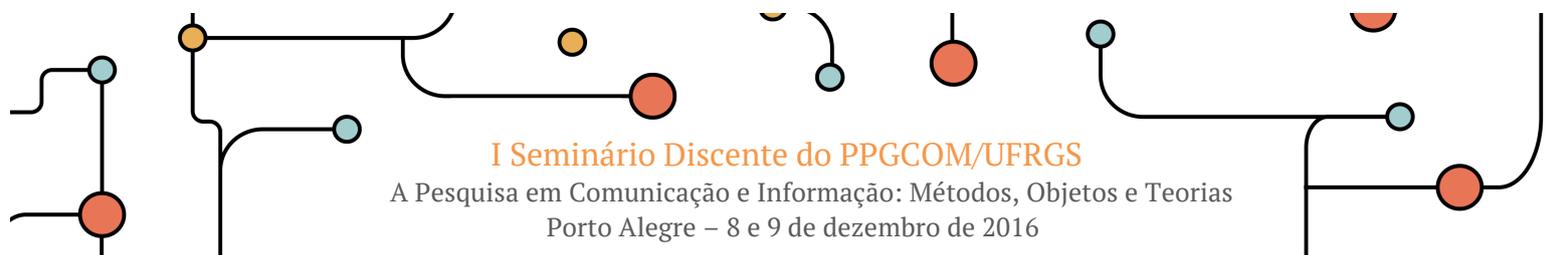
A iniciativa *Linked Data* é definida como um conjunto de dados interligados na Web. (W3C, 2015). Esse termo foi cunhado por Tim Berners-Lee em 2006 e refere-se a uma web que possa conectar dados relacionados, tornando-os mais úteis, e que contribua para diminuição das barreiras para ligar dados (*LINKED DATA*, 2013). O *Linked Open Data* (LOD) é um projeto aberto mundial iniciado em 2007 e que visa a publicação de vários conjuntos de dados de forma que as ligações sejam possíveis entre eles.

Neste âmbito, com a aceleração da ciência, um novo conceito surge: a E-science, com o objetivo de compartilhamento de dados científicos primários. Considera-se que os dados primários “[...] são todos os materiais registrados durante uma pesquisa e que servem para certificar os resultados alcançados.” (TORRES-SALINAS³; ROBINSON-GARCÍA; CABEZAS-CLAVIJO, 2012, p. 175 apud MEDEIROS; CAREGNATO, 2012, p. 318). O compartilhamento permite o reuso desses dados científicos, que segundo Medeiros e Caregnato (2012), pode ser visto como “[...] a utilização de dados já utilizados, ou seja, são dados utilizados mais de uma vez, mas com intenções originais”.

Devido ao crescimento contínuo da quantidade de dados produzidos e a expectativa no desenvolvimento de novos modelos de gestão e disseminação que garantam que esses dados tenham qualidade necessária para apoiar investigações futuras, nota-se a necessidade de implementação de planos de gestão para repositórios de dados

² Disponível em: <<http://br.okfn.org/>>. Acesso em: 10 mar. 2016.

³ TORRES-SALINAS, D.; ROBINSON-GARCÍA, N.; CABEZAS-CLAVIJO, A. Compartir los datos de investigación en ciencia: introducción al data sharing. *El profesional de la información*, v. 21, n. 2, p. 173-184, mar./abr. 2012.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

de pesquisa, onde esses dados se interligariam a repositórios institucionais de publicações científicas, se encaixando em um modelo de publicação ampliada.

Conforme Medeiros (2015, p. 25), “Poder realizar testes em dados previamente coletados e anotados com metadados, isto é, reutilizar o que já foi mapeado, possibilita maiores e melhores progressos na ciência, além de oportunizar que recursos financeiros e humanos sejam poupados”.

Os dados digitais distribuídos em redes de computadores tem como premissa maximizar a visibilidade das pesquisas desenvolvidas, aumentar o índice de citações de autores, potencializar a troca de conhecimento e possibilitar que futuras pesquisas sejam realizadas com o reuso de dados evitando-se, desta forma, investigações repetidas e os custos a elas inerentes. Neste contexto, uma nova modalidade de publicação científica é desenvolvida, a publicação ampliada (*Enhanced Publication*). Esse tipo de publicação possibilita o compartilhamento de dados, a colaboração entre pesquisadores, a conectividade e a convergência.

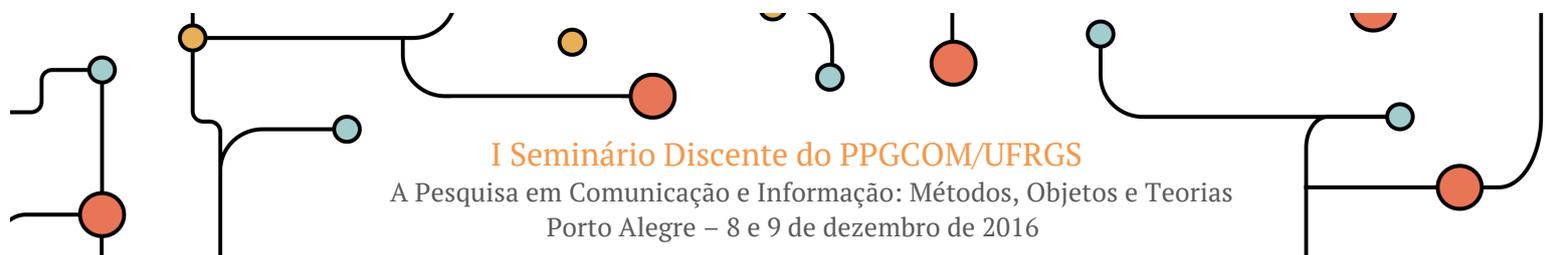
A partilha de dados científicos caracteriza-se por ser uma área ainda em consolidação e formação. O processo tradicional de publicação da comunicação científica pode ser aperfeiçoado por meio da utilização de tecnologias da internet. Conforme Jenkins (2009) o ambiente da internet é favorável para a ampliação da interação social e como um espaço de criação colaborativa.

Mucheroni (2015) salienta que “Uma publicação ampliada é uma nova forma de publicação onde a forma tradicional (um relatório, um artigo, um livro) é enriquecida com informações adicionais, ela depende das possibilidades de ligações-conexões da Web.” Com a publicação ampliada, há a possibilidade de adicionar comentários como também permite que uma pesquisa se torne mais visível e transparente para a sociedade.

Para a divulgação de dados abertos de pesquisa são necessárias algumas ações como o tratamento e o gerenciamento, de modo que a autenticidade, o reuso e a preservação desses dados sejam garantidos.

O plano de gestão de dados de pesquisa é um documento que possui a finalidade de orientar as etapas de implementação de um repositório. Para a divulgação e abertura dos dados de pesquisa em um repositório deve-se obedecer a padrões mínimos de qualidade, incluindo-se padrões de organização, formatação e catalogação. Atividades envolvidas na gestão de dados são caracterizadas como curadoria digital.

A curadoria digital proporciona maiores oportunidades de buscas e de colaboração. Sales e Sayão (2012) descrevem a sequência de ações da curadoria digital:



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

conceituar; criar e receber; avaliar e selecionar; capturar; ação de preservação; armazenar; acessar, usar e reusar; transformar; eliminar; reavaliar e migrar.

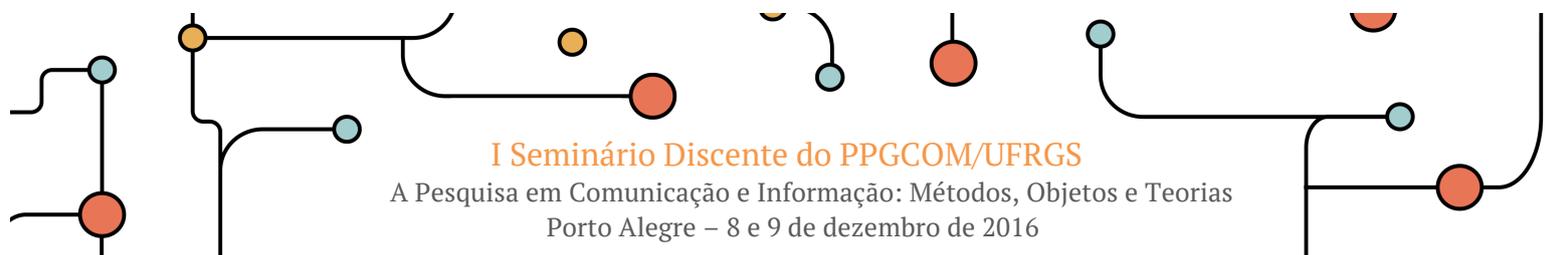
A web 2.0, o novo ambiente de pesquisa baseado em redes e o processamento de dados dão origem à curadoria digital como também à metodologias de gestão e preservação de dados de pesquisa com base no reuso. (SALES; SAYÃO, 2012). Aspectos relacionados à representação e ao tratamento da informação também devem estar descritas no plano de gestão. Portanto, o assunto em estudo é identificado pelo seguinte problema de pesquisa: Como implementar um plano de gestão de dados de pesquisa e um modelo de integração baseado no modelo de publicações ampliadas?

A etapa de estruturação metodológica desta pesquisa ainda encontra-se em desenvolvimento. A seguir são descritos alguns objetivos que pretende-se alcançar: identificar os repositórios e periódicos que interligam suas publicações científicas à repositórios de dados de pesquisa; verificar como o reuso de dados pode otimizar futuras pesquisas; realizar uma análise de como os dados de pesquisa interligados às publicações científicas podem contribuir com a comunicação científica; propor um plano de gestão de dados de pesquisa e um modelo de publicação ampliada para promover o compartilhamento e o reuso de dados provenientes de pesquisas científicas.

A Comunicação Científica vêm sofrendo transformações com o advento da web e os pesquisadores estão se apropriando das tecnologias oferecidas para disseminar as produções científicas através de diversas alternativas de publicações. A web 2.0 possibilita o aumento da visibilidade de pesquisas, facilita o acesso a todos os tipos de materiais, como, por exemplo, os dados científicos.

A pesquisa proposta terá como objetivo analisar o compartilhamento e uso de dados abertos; compreender através da literatura, a estrutura de redes que interliga esses dados; analisar como a cooperação e colaboração entre pesquisadores, através de compartilhamento de dados de pesquisa, maximizam a visibilidade de pesquisas; e verificar a importância do desenvolvimento de um plano de gestão de repositórios de dados abertos de pesquisa.

Esta pesquisa apresentará conceitos e a contextualização dos dados abertos e suas possíveis aplicações demonstrando como podem ser livremente usados, reutilizados e como podem promover a colaboração entre os pesquisadores. Será apresentada uma nova forma de publicação – Publicação ampliada – que depende das possibilidades de ligações da web. Esse tipo de publicação proporciona a colaboração entre pesquisadores, a conectividade, o compartilhamento de dados e a convergência.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

Neste sentido, um conjunto de dados abertos de pesquisa, disponíveis em um repositório digital, possibilita o reuso, o aumento do índice de citações de autores, potencializa a troca de conhecimento e evita que futuras pesquisas sobre um determinado tema se repitam evitando desperdício com verbas e com o tempo. Observou-se que temas relacionados aos dados abertos ainda carecem de estudos que apresentem de forma clara como esses dados podem ser usados, reutilizados e compartilhados necessitando repensar o modelo atual de disseminação de resultados de pesquisas.

Referências

BERLIN. **Declaration on Open Access to Knowledge in the Sciences and Humanities.**

Berlin; 2003. Disponível em: <http://www.fu-berlin.de/sites/open_access/Veranstaltungen/oa_berlin/poster/Berlin-Declaration_Simone-Rieger_MPIWG.pdf>. Acesso em: 05 jul. 2016.

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

LINKED data. Disponível em: <www.linkeddata.org>. Acesso em: 01 ago. 2016.

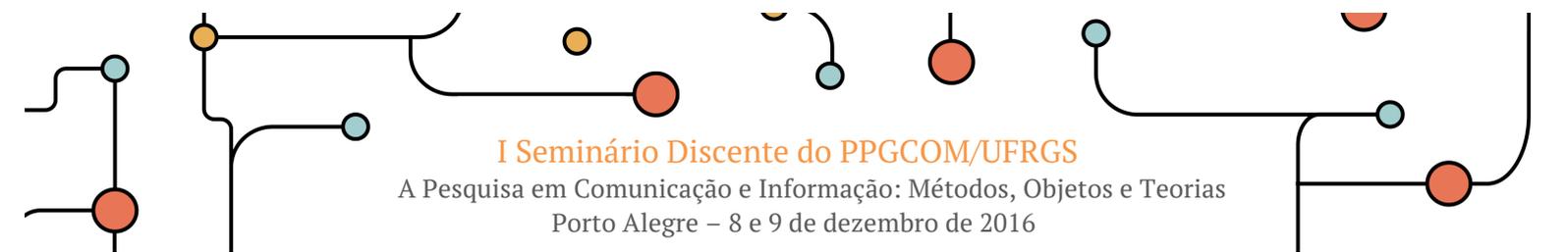
MEDEIROS, Jackson da Silva; CAREGNATO, Sônia Elisa. Compartilhamento de dados e e-Science: explorando um novo conceito para a comunicação científica. **Liinc em Revista**, v.8, n.2, setembro, 2012, Rio de Janeiro, p. 311-322 . Disponível em: <<http://liinc.revista.ibict.br/index.php/liinc/article/view/488/373> >. Acesso em: 16 maio. 2016.

MUCHERONI, M. L.; SILVA, F. J. M.; PALETTA, C. F. Entre a publicação ampliada e a multimodalidade. **Enancib**, v. 16, 2015. Disponível em: <<http://www.brapci.ufpr.br/brapci/index.php/article/view/0000017566/524e08c83118ed11f73ea166974e6d52>>. Acesso em: 02 ago. 2016.

SALES, Luana Farias; SAYÃO, Luís Fernando. O impacto da curadoria digital dos dados de pesquisa na comunicação científica. **Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e Ciência da Informação.** Florianópolis, v. 17, n. esp. 2 – III SBCC, p.118-135, 2012. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/viewFile/15182924.2012v17nesp2p118/23573>>. Acesso em: 13 jul. 2016.

SAYÃO, Luís Fernando; SALESI, Luana Farias. Dados abertos de pesquisa: ampliando o conceito de acesso livre. **RECIIS | 2014** jun.; 8(2) – p.76-92, 2014. Disponível em: <www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/download/611/1252>. Acesso em: 02 ago. 2016.

SOUZA, Ricardo Augusto Teixeira de. **Predição de tags usando linked data: um estudo de caso no banco de dados Arquigrafia.** Dissertação (Mestrado), 2013. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/45/45134/tde-04062014-230955/pt-br.php>>. Acesso em: 11 ago. 2016.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. Disponível em: <http://www.ichca.ufal.br/graduacao/biblioteconomia/v1/wpcontent/uploads/redes_sociaisnainternetrecuero.pdf>. Acesso em: 26 jul. 2016.

VIANA, Cassandra Lúcia de Maya; MÁRDERO-ARELLANO, Miguel Angel; SHINTAKU, Milton. Repositórios Institucionais em Ciência e Tecnologia: uma experiência de customização do DSpace. 2005. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE BIBLIOTECAS DIGITAIS, 2005, São Paulo. **Anais...** São Paulo: IBICT, 2005. Disponível em: <<http://eprints.rclis.org/7168/1/viana358.pdf>>. Acesso em: 18 maio. 2016.

INTERAÇÃO ENTRE CIÊNCIA E TECNOLOGIA: PANORAMA DE ARTIGOS CIENTÍFICOS E PATENTES NA ÁREA DE CIÊNCIAS FARMACÊUTICAS DA UFRGS

Ana Paula Medeiros Magnus¹

Palavras-chave

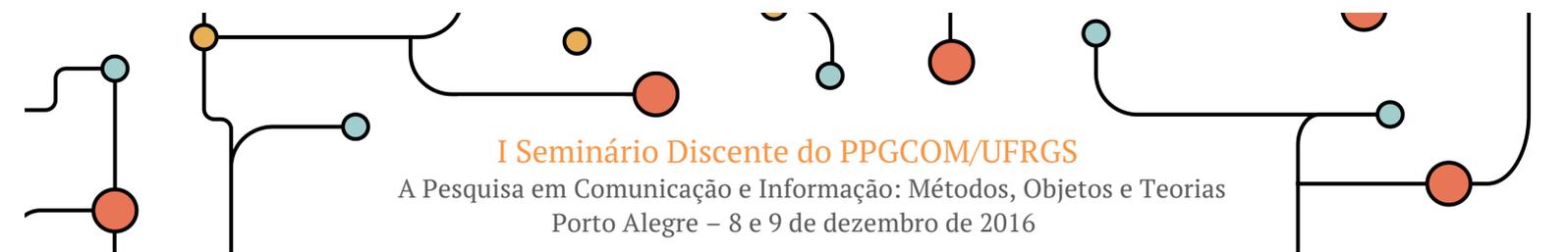
Interação C&T. Cientometria. Produção Científica. Produção Tecnológica. Ciências Farmacêuticas.

Ainda que no passado fosse difícil perceber com clareza a interferência da ciência em nossas vidas, o fato é que esta sempre se fez presente “[...] nos grandes eventos da humanidade, por exemplo, desde a percepção do ser humano para a manutenção e aproveitamento do fogo e das técnicas de preparação de corpos por mumificação.” (OLIVEIRA; SILVEIRA, 2013, p. 169). Atualmente, existe um grande desafio para a ciência em tentar aplicar o conhecimento adquirido nas pesquisas à melhoria e desenvolvimento da sociedade. Se isso não é feito, não há sentido para a ciência. Esta possui “[...] papel fundamental no conhecimento do ser humano em torno da realidade e do significado do mundo em que vivemos.” (OLIVEIRA; SILVEIRA, 2013, p. 169).

A pesquisa básica, principalmente no Brasil, relaciona-se com as universidades. É nesse ambiente que a ciência é feita. E é também por meio dessa pesquisa básica que algumas tecnologias podem ser descobertas e, conseqüentemente, tornarem-se um pedido de patente. Essa característica do fazer científico nos mostra o ciclo da pesquisa científica: pesquisa-se para se produzir ciência com o objetivo de gerar conhecimento e que, conseqüentemente, esse conhecimento se transforme em algo tangível para solucionar problemas vivenciados na sociedade. Logo, os problemas solucionados acarretarão em novas experiências e, novamente, retornaremos para a pesquisa básica. Essa interação entre Ciência e Tecnologia (C&T) pode apontar “[...] que a produção tecnológica correlaciona-se com a produção científica num processo de retroalimentação.” (MOURA, 2009, p.15).

Segundo Maricato (2010, p. 3), entender como se relacionam C&T é uma questão de suma importância em diferentes áreas de estudo como “[...] política científica, estudos

¹ Mestranda em Comunicação e Informação na UFRGS. Linha 1: Informação, Redes Sociais e Tecnologia. Orientadora: Ana Maria Mielniczuk de Moura. E-mail: magnus.ana@gmail.com



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

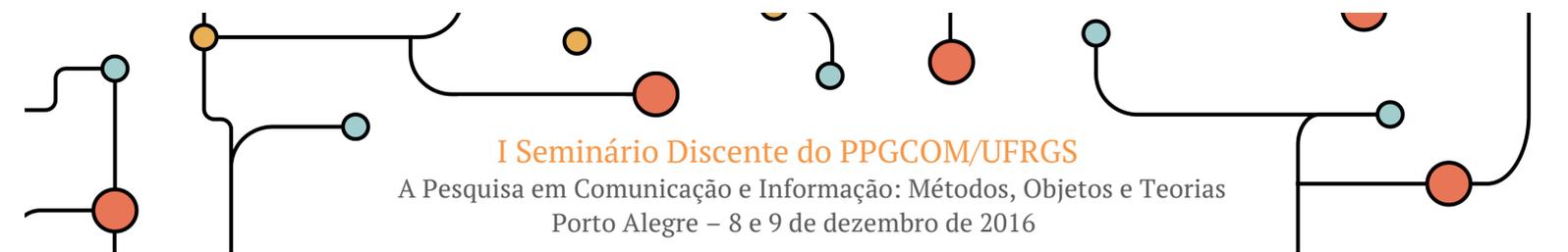
de inovação, economia e história da ciência e da tecnologia. [...] responder questões relacionadas à influência da ciência no desenvolvimento de tecnologia [...] são pontos importantes para melhorar processos de financiamento na área de C&T, na organização e planejamento de instituições científicas [...].”.

Por isso, tanto os artigos científicos como os documentos de patentes são considerados fontes e suportes de informação e “[...] podem ser analisados a partir das mesmas técnicas cientométricas, pois possuem características análogas pelo ponto de vista do documento (autor/inventor, instituição/depositante, classificação bibliométrica/classificação oficial, etc.), embora sobre a perspectiva de produção, apresentam diferenças significativas [...]” (MOURA, 2009, p. 15). É evidente que existem diferenças entre essas duas tipologias documentais, pois são processos distintos, mas que podem se relacionar. O ponto chave dessa questão é encontrar o que há em comum entre um artigo científico e uma patente (MOURA, 2009).

A área de Ciências Farmacêuticas, atualmente, se tornou uma ciência complexa. Essencialmente, o profissional dessa área pode atuar em laboratórios de análises clínicas, na indústria farmacêutica, alimentícia, de cosméticos, em farmácias magistrais (que são estabelecimentos de manipulação de fórmulas magistrais e oficinais, e de comércio de medicamentos), públicas, privadas ou hospitalares (CONSELHO FEDERAL DE FARMÁCIA, 2013). No entanto, há uma nova vertente chamada Atenção Farmacêutica, que visa incluir o profissional nas questões que envolvem o acompanhamento farmacoterapêutico e o uso consciente de medicamentos pelos pacientes, com o objetivo de alcançar resultados terapêuticos definidos na saúde e na qualidade de vida do paciente, bem como o uso racional e seguro de medicamentos. Segundo Schenkel *et al.* (2006) os objetivos de quem atua na área são: 1) apoiar o desenvolvimento científico-tecnológico do Brasil na área de fármacos e medicamentos; 2) dar visibilidade à área; 3) consolidar o profissional como de fundamental importância para a qualificação do sistema de saúde.

Tendo como base o primeiro objetivo proposto por Schenkel *et al.* (2006), apoiar o desenvolvimento científico-tecnológico do Brasil na área de fármacos e medicamentos, observa-se como importante o estudo entre a interação da produção científica e tecnológica. Por isso, essa pesquisa motiva-se no seguinte questionamento: Como se dá a interação entre ciência e tecnologia na área de Ciências Farmacêuticas, de acordo com os artigos científicos publicados e patentes depositadas pelos pesquisadores do Programa de Pós-Graduação em Ciências Farmacêuticas da UFRGS?

O objetivo geral da pesquisa é traçar um panorama entre a interação científica e tecnológica (artigos e patentes) do grupo de pesquisadores do Programa de Pós-



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

Graduação em Ciências Farmacêuticas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

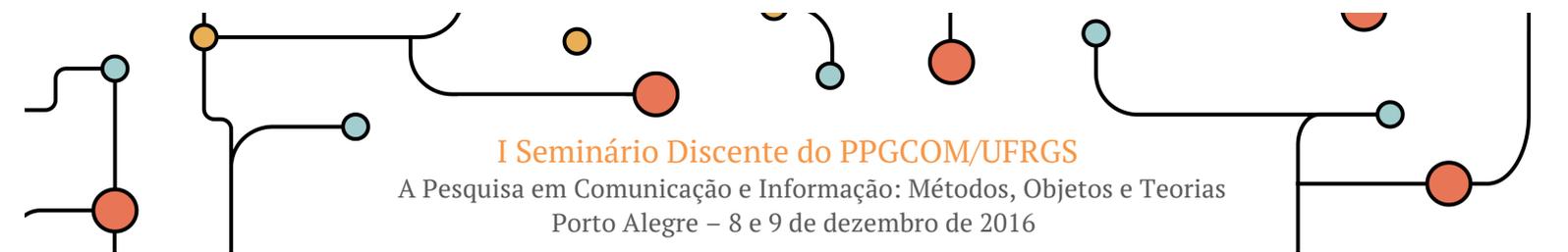
Como objetivos específicos delimitam-se:

- 1) Caracterizar a produção científica e tecnológica dos pesquisadores de acordo com os artigos e patentes indexados na *Web of Science (WoS)* e *Derwent Innovations Index (DII)*, respectivamente;
- 2) Identificar quais os níveis (entre pesquisadores, instituições, países, etc.) de colaboração científica dos pesquisadores;
- 3) Verificar se há relação entre a produção científica e tecnológica (se quem publica também deposita patentes) entre o grupo de pesquisadores selecionados;
- 4) Identificar os depósitos de patentes e os artigos científicos indexados na DII e na WoS;
- 5) Definir quais são as áreas de estudo e tendências temáticas de cada pesquisador, de acordo com os artigos e patentes identificados para a pesquisa;
- 6) Investigar se há semelhanças entre coautoria e coinvenção nas patentes e artigos selecionados para o estudo;
- 7) Analisar se há correlação entre as citações utilizadas nos artigos científicos e nas patentes levantadas de acordo com a pesquisa na DII e WoS.

Partindo-se do pressuposto de que não há levantamentos sobre a produção científica e tecnológica na área de Ciências Farmacêuticas da UFRGS, e que essa área produz importante conhecimento para o desenvolvimento da sociedade, a pesquisa propõe seguir o estudo exploratório como metodologia. Para Cervo, Bervian e Silva (2007, p. 63) “[A pesquisa exploratória] traz a formulação de hipóteses significativas para posteriores pesquisas”. Busca definir objetivos e informações sobre o tema a ser estudado para, assim, se obter maior familiarização, bem como novas percepções e ideias.

A pesquisa também apresenta uma abordagem quantitativa, uma vez que dados serão coletados e medidos através de técnicas estatísticas e programas específicos utilizados para caracterizar a produção científica e tecnológica da área do conhecimento estudada. Lakatos e Marconi (2007) citam como vantagens dessa abordagem a precisão e o controle, além da não interferência da subjetividade do pesquisador.

As análises bibliométricas serão de nível micro, pois a investigação se dará em torno de um grupo pequeno de pesquisadores de uma determinada área. As técnicas utilizadas para as análises serão: Cientométricas e Patentométricas. Na técnica cientométrica pretende-se abordar indicadores de ligação (coautoria, coinvenção,



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

coclassificação e *co-words*); indicadores de produção científica (número de publicações por tipologia documental, por instituição, área do conhecimento, etc.); e indicadores de citação (número de citações recebidas por uma publicação e/ou autor) (MOURA, 2009). Já a técnica patentométrica ficará em torno das questões relativas às análises dos documentos de patentes que serão recuperados na pesquisa.

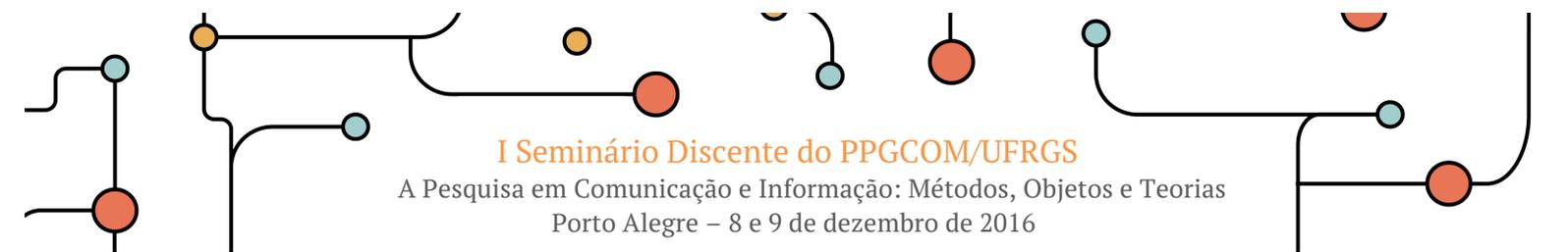
As fontes de coleta de dados serão a *Web of Science* (WoS) e a *Derwent Innovations Index* (DII), ambas são produtos comercializados pela Thomson Reuters e disponibilizadas no Portal de Periódicos da CAPES, por serem referências em índices bibliométricos. Segundo Hoppen (2014, p. 61), a WoS agrega “[...] publicações científicas consideradas de alta qualidade e [reúne] dados destas publicações (como nome completo, endereço de todos os autores e citações feitas aos documentos indexados), a WoS é uma fonte consagrada nas pesquisas bibliométricas.”. Em relação a DII, conforme Consoni (2016, p. 66) “[...] é uma base de dados multifuncional [...], que permite a busca pela estrutura química da substância, além de possuir acesso integrado com outros dados e ferramentas da Web of Science [...]”. Além disso, essa base dispõe de uma Ferramenta de Análise, que possibilita cruzar os dados recuperados, para encontrar tendências e padrões nas patentes.

O estudo será realizado a partir de lista dos docentes vinculados no Programa de Pós-Graduação na área de Ciências Farmacêuticas da UFRGS (lista atualizada no site em janeiro de 2016). A princípio, reuniu-se 36 pesquisadores distribuídos em 3 linhas de pesquisa distintas: *Desenvolvimento, Avaliação da Qualidade e Utilização de Insumos e Produtos Farmacêuticos e Cosméticos; Investigação de Alvos Terapêuticos e Biomarcadores; e Prospecção, Síntese e Avaliação Biológica de Moléculas de Interesse Farmacêutico*. Com a lista preparada, pesquisou-se na base de dados WoS, na busca avançada, os nomes de cada pesquisador utilizando os rótulos AU (autor) e AD (endereço) – esses rótulos são oferecidos nas opções da busca avançada da base. Posteriormente, buscou-se na base de dados que indexa patentes, DII, cada pesquisador vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Farmacêuticas da UFRGS.

O próximo passo, e o grande impasse da pesquisa, é como analisar os dados obtidos e como conseguir relacionar a produção científica com a produção tecnológica de acordo com os objetivos propostos.

Referências

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; SILVA, R. da. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

CONSELHO FEDERAL DE FARMÁCIA. **Resolução nº 572, de 25 de abril de 2013**. Dispõe sobre a regulamentação das especialidades farmacêuticas, por linhas de atuação. Brasília: CFV, 2013.

CONSONI, L. A. E. A. **Biodiesel**: análise dos indicadores tecnológicos a partir dos depósitos de patentes indexados na Derwent Innovations Index, entre 2008 e 2015: projeto de pesquisa. 2016. 92 f. Projeto de Pesquisa (Mestrado em Comunicação e Informação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016.

HOPPEN, N. H. F. **A neurociências no Brasil de 2006 a 2013, indexada na Web of Science**: produção científica, colaboração e impacto. 2014. 163 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Metodologia do trabalho científico**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MARICATO, J. M. **Dinâmica das relações entre Ciência e Tecnologia**: estudo bibliométrico e cientométrico de múltiplos indicadores de artigos e patentes em biodiesel. 2010. 378 f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.

MOURA, A. M. M. de. **A interação entre artigos e patentes**: um estudo cientométrico da comunicação científica e tecnológica em Biotecnologia. 2009. 270 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

OLIVEIRA, A. G. de; SILVEIRA, D. A importância da ciência para a sociedade. **Infarma Ciências Farmacêuticas**, v. 25, n.3, p. 169, 2013.

SCHENKEL, E. P. et al. Educação Farmacêutica em nível de Pós-Graduação no Brasil. **R B P G**, Brasília, v. 3, n. 6, p. 175-192, dez. 2006.

ANÁLISE TEMÁTICA DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA EM ALTMETRIA

Vildeane da Rocha Borba¹

Palavras-chave

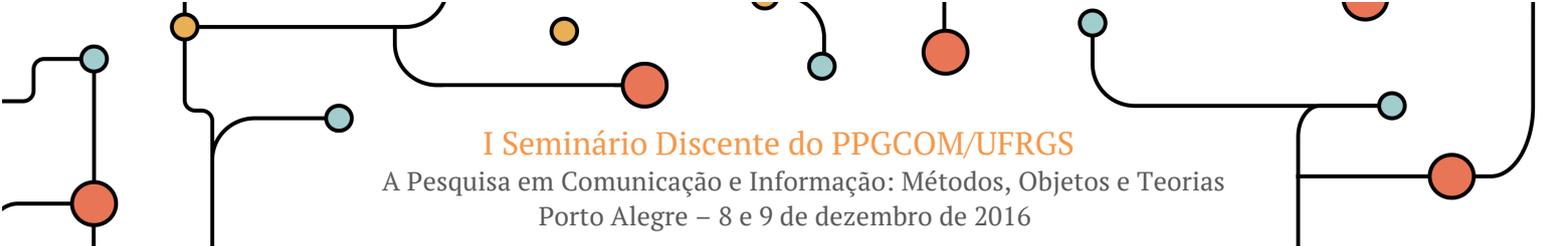
Altmatria. Produção científica. Mineração de dados.

O desenvolvimento e utilização de mídias sociais como meio de expressão e comunicação tem se difundido no mundo. Em relatório sobre o estudo do universo digital no mundo, focando o uso social de mídias digitais de 2016, dos mais de 7 bilhões da população mundial, 3.419 bilhões são usuários de internet, dos quais 2.307 bilhões são usuários ativos de mídias sociais, tendo visualizado um crescimento de mais de 10% desde janeiro de 2015 de usuários ativos que utilizam a internet e mídias sociais. O número de usuários ativos que utilizam mídias sociais em relação a quantidade da população mundial ultrapassa 30% e estes dados são expressivos para um novo lócus de expressão e comunicação. (KEMP, 2016)

Dentre os vários conteúdos produzidos, disseminados e compartilhados em mídias sociais, o conteúdo acadêmico e científico tem sido discutido, marcado e difundido nestas plataformas, formando um novo nicho de estudo baseado em eventos de mídias sociais que tem como foco a comunicação científica.

Relacionada com o fenômeno da utilização das mídias sociais para divulgação, disseminação, compartilhamento e visibilidade de conteúdos científicos, a altmetria surge como uma nova métrica que visa complementar o impacto da comunicação científica, possibilitando indicações rápidas do impacto social e a inserção de um público e fontes mais amplas e diversificadas (ERDT et al., 2016). O termo foi originado a partir da *hashtag* #altmetrics descrito por Jason Priem no Twitter em setembro de 2010, que possibilitou um crescimento das investigações nesta área, apresentando uma evolução de publicações desde 2011 (HAUSTEIN; BOWMAN; COSTAS, 2016; PRIEM, 2010; SANKAR; KAVITHA, 2016).

¹ Doutoranda em Comunicação e Informação da UFRGS. Linha 1: Informação, Redes sociais e Tecnologia. Orientadora: Sônia Caregnato. E-mail: vildeane.borba@gmail.com



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

Técnicas de mineração de dados fornecem um meio de observar grandes quantidades de dados sobre os termos de assuntos utilizados para descrever uma pesquisa. A mineração de dados é vista como um método de pesquisa altamente robusto utilizado para identificar tendências, padrões e categorias para descoberta de conhecimentos (STEVENSON; ZHANG, 2015).

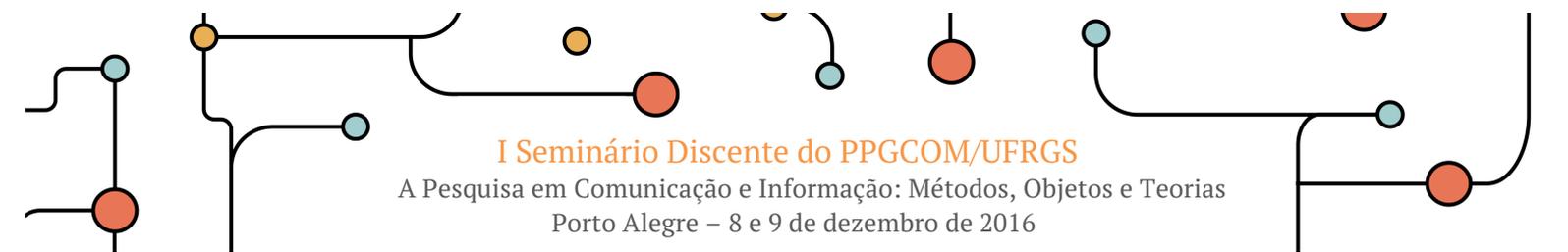
Neste sentido, este trabalho tem o objetivo de identificar as temáticas de estudo a partir da produção científica sobre a altmetria, levantando os assuntos mais abordados, através do método de mineração de dados e análise de conteúdo.

Trata-se de uma pesquisa de caráter quali-quantitativo, que utiliza os métodos da mineração de dados e análise de conteúdo. Os dados foram coletados a partir da base Scopus, na ferramenta que abrange a busca por todos os campos do termo *altmetrics* em 13 de novembro de 2016. Restringindo a busca para os tipos documentais *article*, *article in press*, *conference paper* e *chapter book*, no período de 2011 a 2015, foram recuperadas 401 publicações, dos quais 339 são indexadas com palavras-chave, totalizando 4182 palavras-chave.

O campo utilizado para mineração de dados foi palavras-chave que está descrito pelos termos dos autores da publicação (*author key-words*) e pelos termos controlados da base Scopus a partir de tesouros (*index key-words*). A análise de conteúdo foi realizada pelo resumo e título das publicações, como também, caso necessário, pelo texto completo.

A ferramenta utilizada para mineração de dados foi o VOSViewer que é utilizada para visualização da informação, realizando a mineração de dados e formação de clusters em seu resultado, apresentando relações e densidade pela frequência dos termos. Neste sentido esta ferramenta demonstra termos simples e compostos que possuem maior ocorrência, possibilitando inferir temáticas para o campo de estudo.

A lista dos termos com o maior número de ocorrências relacionadas ao tema compreendeu palavras simples e compostas que possuíam uma similaridade semântica, com significações que puderam ser interpretadas para o contexto da análise. Neste sentido, a partir deste primeiro resultado, foi desenvolvido um quadro com os principais termos e seus possíveis agrupamentos da representação temática dos conteúdos relacionados à produção científica em altmetria. Os Grupos



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

compreenderam: A – Comunicação científica, B- Métricas, C – Fontes de dados e D – Avaliação de impacto e E – Padronização.

Quadro 1 – Lista das 30 palavras-chave com o maior número de ocorrências

Palavras-chave	ocorrência	Palavras-chave	ocorrência
Altmetrics	101	journal impact factor	19
social media	62	scientific literature	19
Bibliometrics	61	social network	19
Publishing	41	information processing	16
social networking (online)	40	mendeley	16
Research	36	peer review	16
citation analysis	34	medical literature	15
scholarly communication	30	webometrics	15
open access	27	digital libraries	13
medical research	26	scientometrics	13
information Science	23	web of science	13
Twitter	22	biomedical research	12
information dissemination	21	information retrieval	11
research evaluation	21	world wide web	11
impact fator	20	bibliometric	11

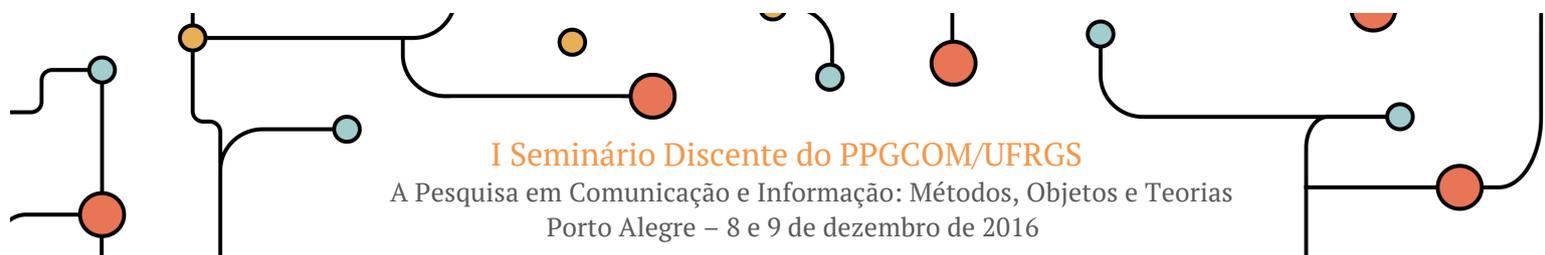
Fonte: Dados de pesquisa.

O termo com a maior ocorrência foi “*altmetrics*”, bem como sua flexão gramatical no singular, porém o termo métricas alternativas (*alternative metrics*) não apresentou uma ocorrência alta. A baixa ocorrência do termo métricas alternativas pode ser decorrente do não consentimento quanto a utilização do termo “alternativas” na literatura publicada.

Inserido no propósito de complementar a avaliação científica, a altmetria tem como foco a relação entre conteúdos científicos disponibilizados, discutidos e compartilhados em mídias sociais e/ou em ambientes alternativos e neste sentido o Grupo A abrange em seus termos significados relativos à comunicação científica.

Se insere também o termo *open access* tem sido bastante recorrente devido às vantagens da altmetria em trabalhar com dados de acesso aberto e transparentes, porém algumas fontes de dados podem ser descontinuadas e sua cobertura em mídia social depende do país, demografia e audiência. (ERDT et al., 2016).

O Grupo B, inclui a temática sobre métricas, área de estudo da Ciência da Informação que abrange diversos métodos de estudo como a Bibliometria,



Cientometria, Informetria, webometria. Os termos meta-análise e correlação traduzem uma produção que inicialmente tentou entender o nível de correlação entre as citações tradicionais e as citações em mídias sociais, visualizada em pesquisas sobre a validação de métrica cruzada, estudos transversais e cálculos da correlação. De forma geral, estes estudos mostraram fraca correlação média entre métricas alternativas e métricas tradicionais. (ERDT et al., 2016).

O Grupo C foi reunido por relacionar-se com as fontes de dados utilizadas para estudos altimétricos. Em sua maioria, as mídias sociais são bastante presentes, enfatizando a recorrência do Twitter e Mendeley desde 2012. “A maioria dos estudos concluem que Mendeley e Twitter tem sido as fontes de dados mais predominantes para métricas alternativas”. (ERDT et al., 2016).

O Grupo D foi agregado pelos termos que dizem respeito à avaliação do impacto da pesquisa, sendo o objetivo principal dos estudos métricos. Os indicadores de h-index e fator de impacto se fizeram presentes na produção científica sobre altmetria.

O Grupo E, abrangeu o termo “normalização”, que advém da necessidade de padronização pela natureza das fontes de dados em que eventos podem ser medidos de diversas maneiras, não existindo uma definição padrão de um evento em métricas alternativas e que surge a partir das publicações de 2015. Uma norma NISO está sendo desenvolvida para propor melhores práticas e desenvolver diretrizes e recomendações para o uso de métricas alternativas para avaliar o impacto da investigação. (ERDT et al., 2016)

Pode-se perceber neste estudo a importância dos métodos da mineração de dados e análise de conteúdo como uma ferramenta capaz de identificar temáticas, tendências e relações entre termos de um determinado campo, contribuindo para o entendimento de sua evolução e relações.

A altmetria é um tema emergente que tem evoluído e demonstrado possíveis tendências e preferências de estudo, visando o aprofundamento do campo e as possibilidades de complementação na avaliação do impacto científico, entendendo a importância deste fenômeno em mídias não tradicionais.

Referências



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

ERDT, M. et al. Altmetrics: an analysis of the state-of-the-art in measuring research impact on social media. **Scientometrics**, vol. 109, n. 2, p. 1117 – 1166, nov. 2016.

HAUSTEIN, S.; BOWMAN, T. D.; COSTAS, R. Interpreting “altmetrics”: Viewing acts on social media through the lens of citation and social theories. In: SUGIMOTO, C. R. (Ed.). **Theories of Informetrics and scholarly communication**. Frankfurt: De Gruyter, 2016.

KEMP, Simon. **Digital in 2016**: we are social’s compendium of global digital, social, and mobile data, trends, and statistics. London: we are social, 2016. Disponível em: <<http://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2016>>. Acesso em: 25 out. 2016.

PRIEM, J. et al. **Altmetrics**: A manifesto. 2010. Disponível em: <<http://altmetrics.org/manifesto>>. Acesso em: 30 jul. 2016.

SANKAR, P.; KAVITHA, E. S. Altmetrics: new research tool in the growth social media. **E-Journal of Library and Information Science**, v. 3, n. 1, Jan./Feb. 2016. Disponível em: <<http://www.klibjlis.com/3.1.12.pdf>>. Acesso em: 17 set. 2016.

STEVENSON, J. A.; ZHANG, J. A temporal analysis of institutional repository research. **Scientometrics**, v. 105, p. 1491–1525, 2015.

AS LACUNAS DA IMPRENSA SOBRE A COBERTURA RELACIONADA AO TABACO: EM BUSCA DE POSSIBILIDADES METODOLÓGICAS POR MEIO DOS BANCOS DE DADOS

Marília Gehrke¹

Palavras-chave

Tabaco. Jornalismo de dados. Jornalismo sistema. Metodologia.

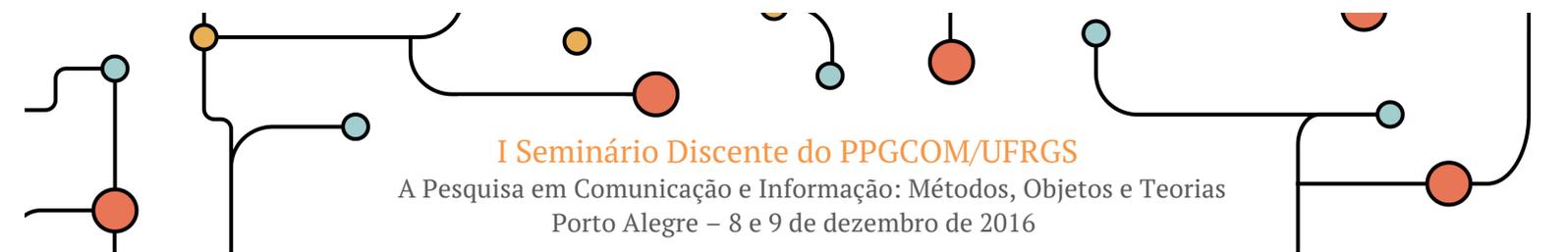
Este resumo deriva de um projeto de dissertação que pretende analisar a forma como a imprensa trata as questões ligadas ao tabaco. Considerando que a sustentação teórica e o objeto empírico estão em fase de delimitação, a possibilidade metodológica mais latente, no momento, diz respeito à análise de conteúdo combinada ao uso de técnicas do jornalismo de dados em um estudo comparativo entre bancos de dados públicos e registros noticiosos veiculados pela imprensa. Esse procedimento estará amparado na perspectiva do jornalismo como sistema (FONTCUBERTA, 2006) para casos que exigem uma abordagem múltipla e complexa, como as notícias sobre o fumo.

A cadeia produtiva do tabaco gera impacto não só sobre o fumicultor, a indústria e o consumidor final, mas afeta também outros setores que vão além da agricultura, da saúde e da economia, a exemplo do meio ambiente e da política. O tema chega à pauta principalmente em épocas de realização da Conferência das Partes (COP) da Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco (CQCT), evento promovido pela Organização Mundial da Saúde (OMS)² a cada dois anos a fim de estabelecer ações contra o tabagismo em nível internacional. Em 2016, a COP7 ocorre na Índia, entre os dias 7 e 12 de novembro.

O Brasil, principal exportador e segundo maior produtor de fumo no mundo, é um dos 180 países que até março de 2015 ratificaram a CQCT, primeiro tratado internacional de saúde pública. A plantação de tabaco em território nacional é centenária e, de acordo com Silva (2002), recebeu apoio do governo na época do Brasil Colônia. No Rio Grande do Sul, o cultivo se deu com os imigrantes alemães – em São Leopoldo, com a fundação da colônia, em 1824, e Santa Cruz do Sul, em 1849 (VOGT, 1997).

¹ Mestranda em Comunicação e Informação na UFRGS. Linha 2: Jornalismo e Processos Editoriais. Orientadora: Luciana Mielniczuk. E-mail: mariliagehrke@gmail.com.

² World Health Organization (WHO), em inglês.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

Nos últimos anos do Século XIX, explica Silva (2002), o centro da produção fumageira do Brasil se deslocou da Bahia – que se manteve na produção de fumos escuros, utilizados na confecção de charutos – para o Rio Grande do Sul, que concentra fumos claros, usados na fabricação de cigarros.

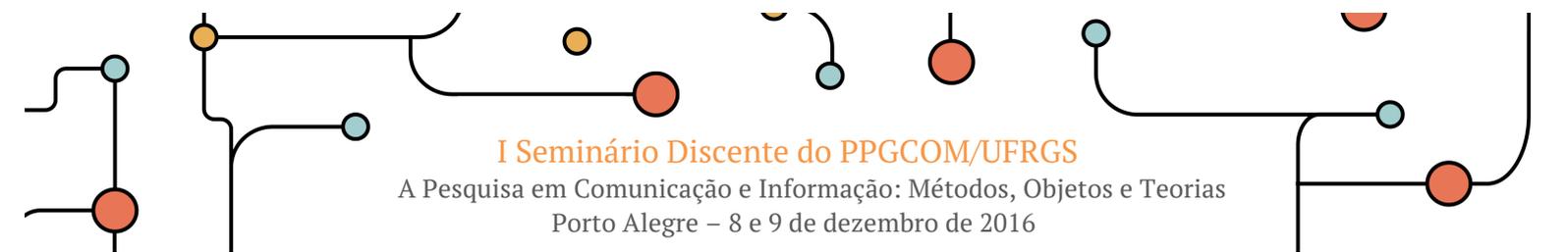
O início da transformação de Santa Cruz do Sul como polo industrial ocorreu em 1917, com a instalação da empresa *Brazilian Tobacco Corporation*, pertencente à *British American Tobacco* (B.A.T), que detinha o controle acionário da Souza Cruz (SILVA, 2002). Naquele mesmo ano em que foi instalada a primeira usina de processamento de fumo do País, a Souza Cruz deu início ao sistema integrado de produção, que se mantém até hoje.

Um estudo que se propôs a verificar como a imprensa tratou a 6ª Conferência das Partes (COP6) da CQCT mostrou que, dos 91 registros noticiosos publicados por integrantes da Associação Nacional de Jornais (ANJ) em 2014, 84,6% do conteúdo era formado por notícias e somente 9,9% por reportagens, gênero que em geral comporta uma maior contextualização, de uma só vez, de um mesmo tema abordado (GEHRKE, AMORIM e MIELNICZUK, 2016). Somente 57,1% do conteúdo apresentou fontes de diferentes áreas, enquanto 39,6% trabalhou apenas com fontes de uma mesma área temática e 3,3% sequer adotou fontes.

O mesmo estudo apontou que, dos 91 registros, 45,0% tinham como tema predominante a saúde, 28,6% a economia, 17,6% misto (em que não há apenas uma área temática sobressalente) e 8,8% política (GEHRKE, AMORIM e MIELNICZUK, 2016). Os números sustentam que, em geral, apenas uma parte do todo é evidenciada pela imprensa. É a lógica do jornalismo sistema, da qual fala Fontcuberta (2006), que parece faltar à cobertura do tabaco: uma explicação que ajude a entender sua complexidade.

Os pedaços da cobertura factual até informam, mas nunca apresentam o todo. Essa questão remete ao que diz Fontcuberta (2006, p. 39) sobre os conceitos de “jornalismo mosaico” e “jornalismo sistema”. A cultura mosaico, que a autora considera uma das condições pós-modernas, é constituída por fragmentos oferecidos pelos meios de comunicação e expostos sem nenhuma hierarquização. Dessa forma, ao invés de ajudar o público a compreender o todo, são prejudiciais na compreensão da realidade.

Já o sistema, segundo Fontcuberta (2006), configura uma totalidade complexa composta por diferentes partes conectadas. O jornalismo de abordagem sistêmica explica, analisa e interpreta os fatos do início ao fim. Segundo a autora, é como se fossem muitas pontas de *iceberg* cujas partes ocultas nunca foram suficientemente mostradas.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

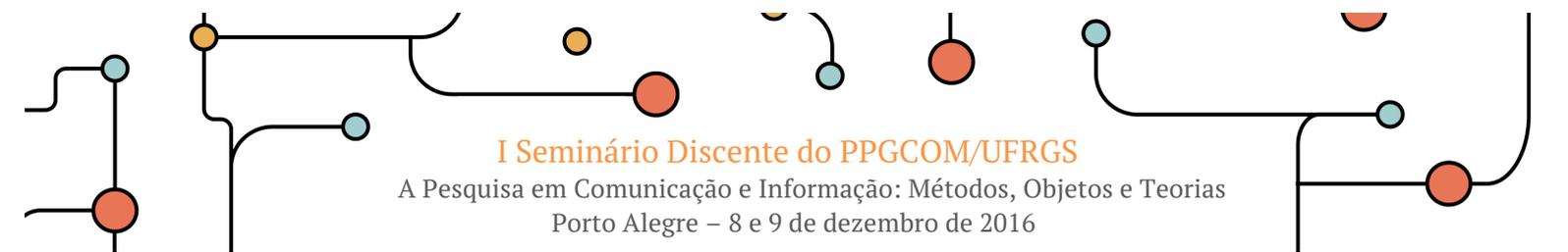
Com o objetivo de verificar se os bancos de dados públicos podem ajudar o jornalismo a construir abordagens mais complexas e ao mesmo tempo acessíveis ao público, este resumo busca descobrir se o uso de técnicas do jornalismo de dados combinado à análise de conteúdo e da ideia de jornalismo sistema são recursos suficientes para sustentar o estudo comparativo de informações entre o que é publicado pela imprensa, a respeito do tabaco, e os repositórios oferecidos por órgãos de governo e instituições.

A análise de conteúdo não tem procedimentos fixos, mas possui princípios adaptados ao objeto de pesquisa. Trata-se, conforme Leal e Antunes (2011, p. 20), “[...] da observação da manifestação de recorrências, regularidades, dados, enfim, que são tomados como indicadores das dimensões da vida social em estudo.”. A análise de conteúdo, que será utilizada na dissertação, produz, segundo os autores, dados sistemáticos, permitindo apontar e medir a presença de temas e ideias.

A forma como os jornalistas tratam os dados sugere a existência de uma abordagem fragmentada, quando na verdade o tabaco tem potencial para ser o ponto de partida de uma análise muito mais complexa. Devido à falta de tempo e de conhecimento técnico por parte dos jornalistas, acredita-se, muitos portais de dados abertos acabam subaproveitados no jornalismo. E, por consequência, tornam-se mais distantes dos cidadãos, que dificilmente fazem buscas individuais.

O jornalismo guiado por dados, também conhecido apenas como jornalismo de dados, envolve o uso de computação e saberes sociais na coleta, no processamento, na interpretação e na apresentação (ou visualização) dos dados (TRÄSEL, 2014). Em suas raízes estão aspectos do jornalismo de precisão e da Reportagem Assistida por Computador (RAC). O primeiro foi desenvolvido na segunda metade dos anos de 1960 por Philip Meyer, a partir do uso de métodos quantitativos de pesquisa social na prática da reportagem. Já a RAC é uma reformulação do jornalismo de precisão e passou a ser adotada com mais frequência pelas redações entre o final dos anos de 1980 e início dos anos 1990, usando o computador para a busca de dados, por exemplo (CODDINGTON, 2014).

Para Bounegru (2012), uma das primeiras formulações do que se entende hoje por jornalismo de dados partiu de Adrian Holovaty, em 2006. Em um artigo publicado naquele ano, Holovaty (2006) dizia que os jornalistas deveriam apostar em dados estruturados e compreensíveis por máquinas. O autor, no entanto, não se referia aos



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

formatos responsivos, que se adaptam a diferentes dispositivos. Ele falava de mudanças na estruturação das informações.

De forma geral, a imprensa publica informações fatiadas, que dificilmente serão reaproveitadas ou otimizadas de forma que ajude o leitor a compreender o todo. Em um incêndio, por exemplo, o jornalista poderia fazer muito mais do que cobrir somente o momento, mas também trazer informações sobre data, horário, local, vítimas, distância do local em relação ao quartel dos bombeiros, anos de experiência dos bombeiros envolvidos na ocorrência, tempo que demorou o início do atendimento, além de detalhes de casos anteriores e subsequentes (HOLOVATY, 2006).

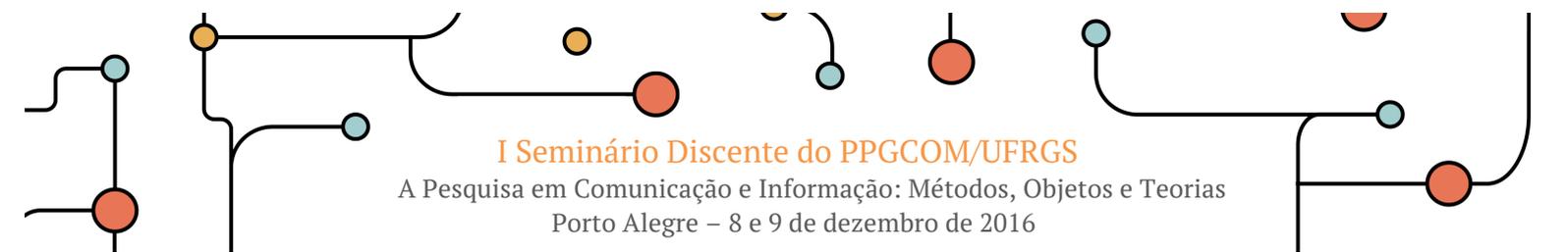
O uso de técnicas do jornalismo de dados tem potencial para desenvolver o jornalismo sistema, conectando, articulando e explicando seus conteúdos (FONTCUBERTA, 2006). Entre as características do jornalismo como sistema aberto, a autora aponta a disposição dos fatos em um contexto que mostra seus processos de origem, suas causas e consequências, e o oferecimento de dados ao receptor, neste contexto tratado como usuário.

Para mostrar que existe a possibilidade de explorar diferentes bancos de dados a fim de oferecer um conteúdo que se aproxime do jornalismo sistema, o exercício a seguir traz uma notícia publicada por Zero Hora e relacionada ao tabaco. A partir do uso de técnicas ligadas ao jornalismo de dados, busca-se mostrar que é possível tornar mais explicativo o conteúdo oferecido ao público.

Na notícia intitulada “Em busca de equilíbrio para o tabaco brasileiro”, publicada por Zero Hora em 13 de outubro de 2014, um trecho oferece números, mas não apresenta a fonte utilizada. “Maior exportador mundial de tabaco, o Brasil embarcou no ano passado 627 mil toneladas de uma safra de pouco mais de 720 mil toneladas.” (COLUSSI, 2014). Uma pesquisa no banco de dados abertos da Organização para Alimentação e Agricultura¹ das Nações Unidas permite confrontar este dado: em 2013, indica que a produção de tabaco no Brasil foi de 850.673 toneladas. Em 2012 foi de 810.550, em 2011 de 951.933 e em 2010 de 787.817 (FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS, 2016).

Além de possibilitar uma comparação ano a ano na produção de um mesmo país, os dados abertos ainda permitem fazer comparações com o desempenho de outros países. China, o maior produtor de fumo do mundo, cultivou, em 2013, 3.150.197 toneladas. A

¹ Food and Agriculture Organization (FAO), em inglês.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

Índia, por sua vez, produziu 830.000 toneladas de tabaco. Em menor escala estão Estados Unidos, com 345.837 toneladas produzidas em 2013, e Zimbábue, com 150.000 toneladas.

O trecho final da mesma notícia, publicada no site de Zero Hora, igualmente tem potencial para ser explorado por meio dos números. “Com tantas questões em jogo, envolvendo também saúde pública, equilibrar o interesse econômico e social será um desafio e tanto para o Brasil na mesa de negociação.” (COLUSSI, 2014). Neste caso, valeria o complemento de quanto o governo brasileiro gasta nas atividades de controle do tabaco. Em 2014, por exemplo, o orçamento para ações com essa finalidade foi de R\$ 33.700.000,00 (WORLD HEALTH ORGANIZATION, 2015a).

Outras informações sobre o consumo e a venda de cigarros poderiam ser acrescentadas. Neste mesmo banco de dados da OMS é possível obter o preço mínimo e máximo de uma carteira com 20 cigarros, bem como a média de valor. No Brasil, o preço médio da carteira de cigarro da marca mais vendida (assim classificada no banco de dados) é R\$ 5,94, dos quais 64,9% equivalem a impostos. Além disso, a política de aumento das taxas de cigarro explicam perto de 46% da redução do fumo na população adulta entre 1989 e 2010 (WORLD HEALTH ORGANIZATION, 2015b).

Esses são apenas exemplos de bancos de dados que poderiam ser acessados ainda sob um viés de saúde pública e economia, mas com necessidade de ampliação, já que a complexidade do tema exige uma pesquisa de maior fôlego e uma gama variada de repositórios. Acredita-se que informações como essas, associadas à análise de conteúdo, a ser desenvolvida, contribuiriam para o entendimento do leitor sobre a complexidade do tema tabaco levando em conta a perspectiva do jornalismo sistema.

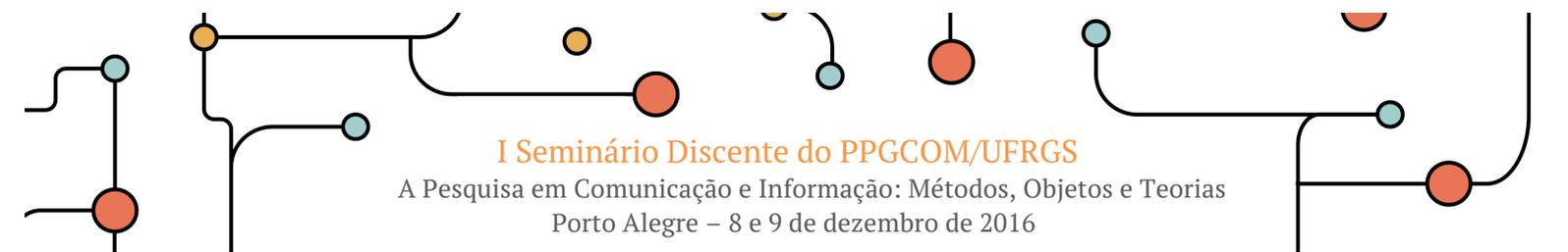
Referências

BOUNEGRU, Liliana. Data journalism in perspective. In: GRAY, Jonathan; BOUNEGRU, Liliana; CHAMBERS, Lucy (Org.). **The Data Journalism Handbook**: how journalists can use data to improve the news. Sebastopol: O’Reilly: 2012. p. 17-22.

CODDINGTON, Mark. Clarifying journalism’s quantitative turn: a typology for evaluating data journalism, computational journalism, and computer-assisted reporting. **Digital Journalism**, 2014. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1080/21670811.2014.976400>>. Acesso em: 5 jul. 2016.

COLUSSI, Joana. Em busca de equilíbrio para o tabaco brasileiro. **Zero Hora**, Porto Alegre, 13 out. 2014. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/campo-e-lavoura/noticia/2014/10/em-busca-de-equilibrio-para-o-tabaco-brasileiro-4619816.html>>. Acesso em: 3 nov. 2016.

FONTCUBERTA, Mar de. El periódico em una sociedad compleja. In: BORRAT, Héctor;



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

FONTCUBERTA, Mar de. **Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción.** Buenos Aires: La Crujía, 2006. p. 19-53.

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS. **Faostat beta**, 2016. Disponível em: <<http://faostat.fao.org/beta/en/#data/QC>>. Acesso em: 4 nov. 2016.

GEHRKE, Marília; AMORIM, Francisco; MIELNICZUK, Luciana. Tabaco, saúde e economia: uma análise estatística sobre o emprego de fontes jornalísticas na cobertura da COP6. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM JORNALISMO INVESTIGATIVO, 3., 2016, São Paulo. **Anais...** São Paulo: ABRAJI, 2016.

HOLOVATY, Adrian. **A fundamental way newspapers sites need to change**, 2006. Disponível em: < <http://www.holovaty.com/writing/fundamental-change/>>. Acesso em: 4 nov. 2016.

LEAL, Bruno Souza; ANTUNES, Elton. O acontecimento como conteúdo: limites e implicações de uma metodologia. In: LEAL, Bruno Souza; ANTUNES, Elton; VAZ, Paulo Bernardo (Org.). **Jornalismo e acontecimento: percursos metodológicos.** Florianópolis: Insular, 2011. p. 17-36.

SILVA, Leonardo Xavier da. **Análise do complexo agroindustrial fumageiro sul-brasileiro sob o enfoque dos custos de transação.** Tese (Doutorado em Economia), UFRGS, Porto Alegre, 2002.

TRÄSEL, Marcelo. **Entrevistando planilhas: estudo das crenças e do ethos de um grupo de profissionais de jornalismo guiado por dados no Brasil.** Tese (Doutorado em Comunicação Social), PUCRS, Porto Alegre, 2014.

VOGT, Olgário Paulo. **A produção de fumo em Santa Cruz do Sul, RS: 1849-1993.** Santa Cruz do Sul: Edunisc, 1997.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. **WHO report on the global tobacco epidemic, 2015: rasing taxes on tobacco, 2015a.** Download the full dataset. Disponível em: < http://www.who.int/tobacco/global_report/access_form/en/>. Acesso em: 4 nov. 2016.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. **WHO report on the global tobacco epidemic, 2015: rasing taxes on tobacco, 2015b.** Disponível em: < http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/178574/1/9789240694606_eng.pdf?ua=1&ua=1>. Acesso em: 4 nov. 2016.

QUE BATIDA É ESSA QUE NA BALADA É SENSAÇÃO”? CAMINHOS PARA DISCUTIR O FUNK PROIBIDÃO E O FUNK OSTENTAÇÃO

*Annelena Silva da Luz*¹

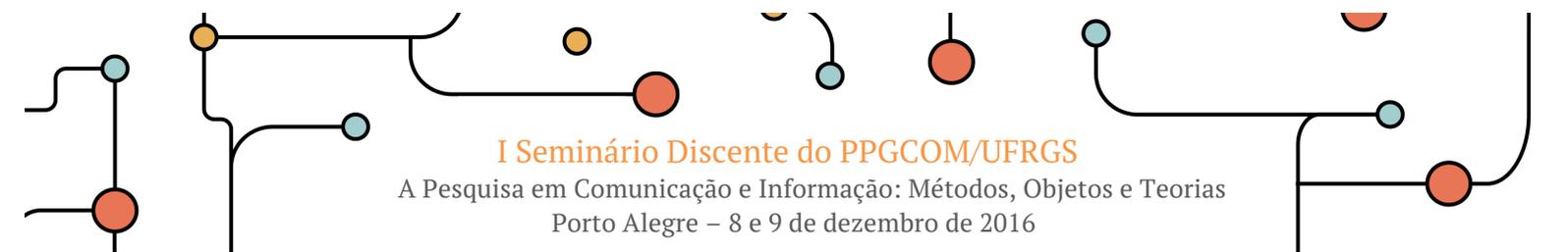
Palavras-chaves

Funk. Leitura simbólica. Imaginário.

Primeiramente, meu trabalho tinha como tema central a discussão da temática do luxo dentro da cultura do funk. Com o desenvolvimento da pesquisa, ao longo de um ano, alguns pontos foram anexados à discussão. O funk é uma cultura popular fruto tipicamente do Brasil, sua riqueza vem de sua origem e das diversas apropriações e modos de construção que fizeram o funk ganhar cada vez mais voz. Em meio a um cenário dúbio de discussões na mídia, como aponta Lopes (2011), o funk é visto ora como algo positivo ora como algo ameaçador e perigoso. E, nesse ponto, é que começo a construir meu trabalho, entendendo onde e como se dá a mídia ou a comunicação no funk. Compreendo o funk como um fenômeno que se manifesta na superfície da cultura e, logo, tem raízes mais profundas conectadas às necessidades que o fizeram brotar. Assim, para além de um entendimento de observar o funk na mídia, aponto para o conceito de Sodré (2014) em que mídia é uma parte da comunicação, mas tampouco é seu sinônimo. Comunicação é a parte primeira, é a pulsão e o desejo de contato com o outro, a relação de se pôr em comum e se compreender mutuamente. O funk propõe essa comunicação e coloca em comum pulsões de vida de um contexto que sempre foi excluído ou escondido de todos. A música é o que garante seu contato e sua visibilidade, dá muito mais do que voz, ela garante presença e empatia para com todos que entram em comunicação ou, como diria Sodré, entram em comum com o funk.

O proibidão e a ostentação são dois estilos que compõem o funk, a escolha por ambos se deu pelas diferenças notórias entre o que cantavam. Estilos tão discrepantes, mas que ainda são funks. Enquanto o primeiro trata de temas que abordam tráfico de drogas, armas, confrontos e sexo explícito, o segundo fala da vida de riqueza, de marcas de luxo, de carros e joias. Em meio a isso começaram a surgir algumas indagações: por

¹ Mestranda da linha Cultura e Significação (PPGCOM/UFRGS), orientadora: Prof. Dra. Ana Taís Portanova Barros, e-mail: annelena.life@gmail.com.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

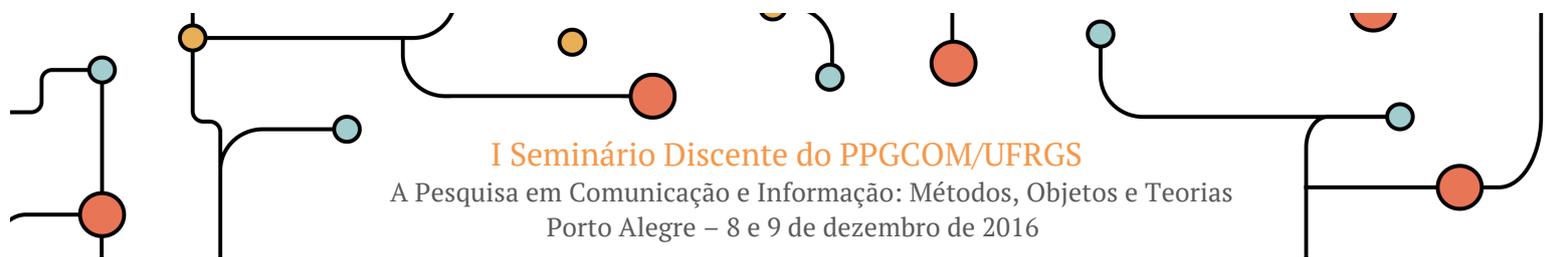
exemplo, como essas diferenças são importantes para demarcar o estilo de vida do *funkeiro* e o que causou a emergência de tratar desses temas dentro do funk. Assim, a pergunta central da minha dissertação busca compreender as diferenças simbólicas entre o funk proibidão e o funk ostentação e, também, verificar como essas diferenças se dão.

Dentro da Teoria Geral do Imaginário o funk é compreendido através de uma heurística que parte de tudo que nos coloca em comum com ele, suas músicas, os videoclipes, livros, artes, enfim tudo que é visto na cultura. Ademais, propomos um mergulho na direção mais próxima possível de qual pulsão fez o funk nascer e se colocar na cultura do jeito que o faz. Por isso, conhecer as diferenças simbólicas entre esses estilos podem apontar qual desejo humano mais íntimo nos conecta com o batidão e porque ele se expressa ora em proibidão que pega em armas e fala de sexo ora em ostentação que brinda o dinheiro.

Para isso, listei alguns objetivos com o interesse de me cercar de tudo que o tema propõe nessa esfera do “visível” que é a cultura e tracei as características da ostentação e do proibidão desde de sua origem até a contemporaneidade. Também discuti aspectos relativos à cultura voltado para a compreensão do simbólico e da produção e degradação das imagens, conforme explica Barros (2010). Partindo da ideia de que o mundo é um lugar de manifestação do simbólico e que é apenas dessa maneira que o homem compreende e dá sentido à sua própria existência.

O funk é fruto desse simbolismo, assim como qualquer outro elemento da cultura, pois é isso que compõe o imaginário. Segundo Durand (1993;1996;1998;2012), simbolizamos para poder oferecer respostas para as perguntas que nunca conseguimos responder acerca de nossa existência, do mundo, da vida e das coisas. Compreendendo o funk ostentação e proibidão dentro dessas discussões acerca das imagens, do simbólico e da cultura, a proposta se encaminha para uma leitura simbólica das letras de seis funks proibidão e seis funks ostentação. Assim, será possível verificar as diferenças entre os estilos e como essas se dão nos processos que compõem esse trajeto entre as pulsões e a esfera do fenômeno, ou seja, a cultura. A escolha pela letra das músicas se dá pelo fato de que são elas o principal produto da cultura do funk e também são criações de seus próprios agentes. Ainda, essas músicas foram escolhidas de acordo com indicações bibliográficas e documentários produzidos por pesquisadores e funkeiros.

A proposta do método da leitura simbólica se configura como uma leitura ontológica das imagens que surgirão dessas letras. Considerada uma hermenêutica pluridisciplinar, conforme Araújo, Gomes e Almeida (2014), que busca no objeto que se debruça interpretação das imagens, dos símbolos e dos mitos no imaginário das culturas.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

Assim, o empasse que compartilho é: Como organizar a leitura simbólica de modo a se tornar compreensível e ao mesmo tempo respeitando a proposta teórica de não apresentar uma análise tão estruturada?

A dificuldade se encontra por se tratar de um método que exige da sensibilidade do pesquisador para poder pegar os elementos visíveis, neste caso as letras, e achar outros elementos que estão tácitos por entre as metáforas, unindo isso a todo o conhecimento previamente construído pela leitura das bibliografias. Como usar a sensibilidade e como passá-la para um texto, que muitas vezes não vai conseguir conter dentro dele a riqueza e as sensações que a música passa. Vale a pena trazer para a discussão até que ponto no meio científico da comunicação podemos falar sobre e através das metáforas que constituem a nossa vida e têm uma ligação profunda com o simbólico e as imagens, principalmente, quando conectamos isso à arte e à cultura.

Referências

ARAÚJO, A.; GOMES, E. S. L.; ALMEIDA, R. **O mito revivido: mitanálise como método de investigação do imaginário.** São Paulo, Képos, 2014.

BARROS, A. T. P. Comunicação e imaginário-uma proposta metodológica. IN: **Intercom Revista Brasileira de Ciências da Comunicação.** v.33, n.2, p. 125-143, jul./dez. 2010.

DURAND, G. **O imaginário: ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem.** Rio de Janeiro: Difel, 1998.

_____. **As estruturas antropológicas do Imaginário: introdução à arquetipologia geral:** Tradução Hélder Godinho. 4ªed. São Paulo: Editora WMF Martins fontes, 2012.

_____. **A imaginação Simbólica.** Lisboa: Edições 70, 1993.

_____. **Campos do Imaginário.** Lisboa: Ellug- Instituto Piaget, 1996.

LOPES, A. **Funk-se quem quiser: no batidão negro da cidade carioca.** 1ªed. Rio de Janeiro: FAPERJ, 2011.

SODRÉ, M. **A ciência do comum: notas para um método comunicacional.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

ETNOGRAFIA DE UMA CENA MUSICAL: REFLEXÕES SOBRE A ABORDAGEM METODOLÓGICA

*Dulce Mazer*¹

Palavras-chave

Juventude. Consumo cultural e midiático; Música; Rap.

O texto tem o objetivo de pôr em discussão o método qualitativo e técnicas escolhidas para o projeto de tese “Racionalidades do consumo musical: um estudo sobre práticas juvenis na cena rap porto alegre²”, vinculado aos Estudos Culturais. A abordagem é inspirada pela etnografia e o problema de pesquisa se concretiza na pergunta: diante do atual cenário de produção musical e formas emergentes de circulação midiática da música, quais as (novas) práticas juvenis de produção e escuta do rap entre jovens porto alegrenses?

O objetivo geral é investigar as racionalidades do consumo que atravessam as práticas juvenis de escuta do rap na cena porto alegre entre as (novas) formas de circulação midiática da música³. Os objetivos específicos são: mapear a cena relacionada à subcultura hip hop para a escuta de rap na cidade de Porto Alegre; descrever e analisar as práticas individuais e coletivas de escuta musical realizadas pelos jovens na cena musical investigada; e identificar ações relacionadas ao consumo musical juvenil a partir do uso de plataformas criativas ou digitais para consumo de rap informadas pelos participantes.

Para definir o (novo) cenário de consumo musical, baseamo-nos nas discussões teóricas pautadas por Yudice (2011), Herschmann (2011) e Vicente (2014) que atualizam questões de mercados e tecnologias da música. Ao estudar empiricamente os jovens nas redes sociais (JACKS et al, 2015), observamos profunda relação entre interesses de consumo cultural, gêneros musicais e manifestações do gosto (MAZER et al, 2015).

Os aportes metodológicos foram construídos após investigação exploratória, dividida entre a cena porto alegre e a da Cidade do México⁴. Alguns dos procedimentos

¹ Doutoranda na linha de Significação e Cultura (PPGCOM/UFRGS), orientadora: Profa. Dra. Nilda Jacks, e-mail: mazerdulce@yahoo.com.br.

² A cena rap de Porto Alegre é um importante local de desenvolvimento da subcultura hip hop, enquanto nossos informantes são seu público, majoritariamente jovem.

³ Que temos entendido como o (novo) cenário de consumo musical.

⁴ Em 2014 iniciamos uma pesquisa exploratória com os organizadores e alguns participantes da Batalha do Mercado, um dos principais pontos de encontro da cena musical rap porto alegre. Em 2016 desenvolvemos uma fase da pesquisa

I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

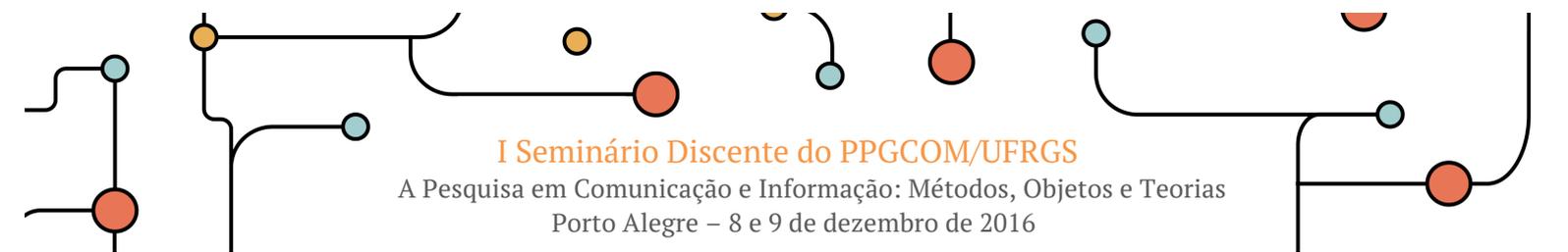
das etapas exploratórias foram entrevistas, mapeamento da cena com a ferramenta Tripline, questionários e observações etnográficas, assim como observações na rede social Facebook, por meio de ferramentas de etnografia digital (HINE, 2004; ARDÈVOL, 2013). Exploramos as cenas rap das duas cidades como um espaço social majoritariamente juvenil com pontos de encontro que organizam as práticas culturais de consumo do rap. Com base nos procedimentos experimentados em campo, a pesquisa na cena rap porto-alegrense será conduzida de acordo com o cronograma geral (quadro 1), método e técnicas (quadro 2) correspondentes a cada objetivo.

Quadro 1 – Cronograma geral.

Período / Atividade	2016	2017												2018		
	Dez	jan	fev	mar	abr	mai	Jun	Jul	Ago	set	out	nov	dez	jan	Fev	mar
identificação do grupo estudado/ informantes	X	X														
preparo das técnicas de coleta de dados	X	X														
coleta de dados (pesquisa de campo)		X	X	X	X	X										
organização do material coletado						X										
análise descritiva							X	X								
análise interpretativa								X	X							
preparo do relatório final										X	X	X	X	X		
revisão bibliográfica	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
defesa de tese															X	

Fonte: elaboração da autora.

exploratória na cidade do México, a fim de testar os procedimentos metodológicos, conhecer características do grupo estudado para futura construção de amostras e testar nossa destreza em campo.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

Com a ferramenta de geolocalização *Tripline* com uso da técnica de observação etnográfica, propomos realizar o mapeamento da cena rap porto alegreense, indicando pontos de encontro, de realização de Batalhas, de festas e concertos estúdios, lojas de discos e produtos especializados, ou outros locais de convivência que permitam o encontro com os ouvintes e outros agentes da cena rap.

Para a análise das práticas individuais e coletivas de escuta musical será necessária a busca por informantes entre jovens da cena. Procederemos com uma abordagem qualitativa, triangulando entrevistas semi-estruturadas, como técnica qualitativa e questionários, como técnica quantitativa, além de dados secundários. A abordagem qualitativa pressupõe um sujeito interpretativo em todo o processo, na qual “a interpretação é uma atividade de entrecruzamentos que um pesquisador individual empreende de maneira contínua.” (JENSEN, 2014, p. 427). Esta perspectiva metodológica colabora para traçar um caminho a partir de pontos de vista, teorias, técnicas diferentes, resultando em análises abrangentes (FLICK, 2009). Segundo Angrosino (2009), a boa etnografia é resultado da triangulação, uso de múltiplas técnicas, como observação etnográfica, entrevistas, estudo em arquivos, mapas, entrevistas abertas ou semi estruturadas, um processo sistemático de construção de dados. O observador-como-participante realiza observações “durante breves períodos, possivelmente visando estabelecer o contexto para entrevistas ou outros tipos de pesquisa.” (ibidem, p.75).

O instrumento questionário terá perguntas relacionadas a mídia, aparatos, suportes, redes sociais, plataformas de audiovisuais, de escuta por streaming, etc. As entrevistas buscarão responder as lacunas quanto aos rituais de uso e as práticas para a escuta musical. Os procedimentos também nos ajudarão a identificar ações relacionadas ao consumo musical juvenil a partir do uso de plataformas criativas ou digitais para consumo de rap.

Quadro 2 – Método ou técnicas de investigação empregados para realização dos objetivos e cronograma para sua realização.

	Objetivo geral	Objetivos específicos		
Objetivos	investigar as racionalidades do consumo que atravessam as práticas juvenis de escuta do rap na cena porto alegreense entre as (novas) formas de circulação midiática da música, novo cenário de consumo musical	mapear a cena relacionada à subcultura hip hop para a escuta de rap na cidade de Porto Alegre	descrever e analisar as práticas individuais e coletivas de escuta musical realizadas pelos jovens nas cena musical investigada	identificar ações relacionadas ao consumo musical juvenil a partir do uso de plataformas criativas ou digitais para consumo de rap informadas pelos participantes

I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

Método/ técnicas de investigação	Método etnográfico. Abordagem qualitativa, triangulando entrevistas semi-estruturadas, como técnica qualitativa, mapeamento da cena e questionários, como técnica quantitativa, além de apropriação de dados secundários	Método etnográfico. Técnica de observação etnográfica	Questionários sobre consumo midiático. Técnica qualitativa de entrevistas semi estruturadas.	Método etnográfico, técnica de entrevistas semi estruturadas sobre práticas de consumo de música, a partir das indicações dos questionários
Tarefa e período de realização	identificação de informantes na cena rap (grupo estudado); preparo das técnicas de coleta de dados (dez/2016 jan/2017); análise descritiva (junho e julho/2017); análise interpretativa (julho/2017).	coleta de dados (pesquisa de campo) (janeiro – maio/2017);		

Fonte: elaboração da autora.

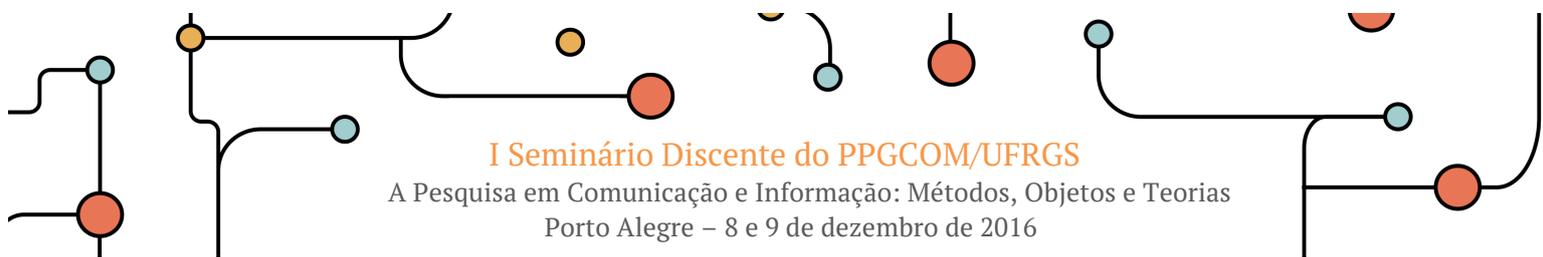
Junto à técnicas etnográficas, o enfoque a partir da teoria sociocultural e as racionalidades do consumo cultural (GARCÍA CANCLINI, 1991) se convertem, neste projeto, em uma proposta de análise das práticas culturais de escuta musical, conforme apontaremos no quadro 3, nunca nos descuidando do que o campo poderá mostrar da realidade:

Quadro 3 – procedimento analítico de práticas de consumo cultural e midiático.

Práticas	Especificidades	Consumo	Racionalidades/modelos	Descrição
Práticas de consumo cultural e/ou midiático identificadas em campo	Descrições das formas de acesso, usos, compartilhamentos, percepções, modos de escuta, entre outras ações específicas a partir da prática cultural	Preenchimento das linhas de cada especificidade com o tipo de consumo, se cultural e/ou midiático	Econômica	lugar de reprodução da força de trabalho e de expansão de capital
			Sócio-política interativa	onde as classes e os grupos competem pela apropriação do produto social
			Simbólico-estética	diferenciação de classes sociais e distinção simbólica e material entre grupos
			Integrativa e comunicativa	sistema de integração e comunicação integração social por sistemas culturais e de comunicação, mesmo mantendo certas distinções
			Desejos	cenário de objetivação dos desejos
			Antropológica	processo ritual
			Tecnológica	domínios tecnológicos
			Criatividade	processo criativo

Fonte: Categorias em desenvolvimento. Elaboração da autora.

O esquema analítico poderia identificar se uma prática de consumo cultural ou midiático é atravessada por racionalidades, estabelecendo categorias, de modo que cada



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

especificidade desta prática de consumo poderia ser analisada individualmente, que encontraríamos nela aspectos envolvendo um ou mais racionalidades, quando respeitarem as realidades encontradas entre os informantes da cena, ou seja, na esfera microssocial⁵ do consumo de rap. As racionalidades e suas descrições (GARCÍA CANCLINI, 1991) seriam o aporte de análise das práticas juvenis. As especificidades seriam informações sobre usos, compartilhamentos, formas de acesso, percepções, modos de escuta, entre outras ações específicas individuais ou coletivas. Desse modo, poderíamos identificar o tipo de consumo (se cultural, midiático, ou as duas formas). As racionalidades não destacadas (em branco) no quadro corresponderiam à possibilidades de análise perpassadas pelas esferas tecnológica e criatividade, ainda em desenvolvimento com base nas referências teóricas e na etapa exploratória.

Referências

ANGROSINO, M. **Etnografia e observação participante**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

ARDEVOL, E. **Cultura digital y prácticas creativas: tientos etnográficos en torno a la cultura libre**. Barcelona: IN3-Working Paper Series, 2013.

FLICK, U. Triangulação de pesquisa qualitativa e quantitativa. In: FLICK, U. (Coord.). **Qualidade na pesquisa qualitativa**. Coleção Pesquisa Qualitativa. Porto Alegre: Bookman, Artmed, 2009. pp. 119-138.

GARCÍA CANCLINI, N. El consumo sirve para pensar. IN: **Diálogos de la comunicación**, n. 30, México: Revista de la FELAFACS, 1991, s/ p., 9 pp.

HERSCHMANN, M. (Org.). **Nas bordas e fora do mainstream musical: Novas tendências da música independente no início do século XXI**. Estação das letras e cores. São Paulo: 2011.

HINE, C. **Etnografía Virtual**. Colección Nuevas Tecnologías y Sociedad. Barcelona: Editorial UOC. 2004.

JACKS, N. TOALDO, M. SCHMITZ, D. MAZER, D. OIKAWA, E. NOLL, G. WOTTRICH, L. SILVA, R. COSTA, S. Pequeno relato de um grande esforço: “jovem e consumo midiático em tempos de convergência”. IN: **Contemporânea**. Comunicação e cultura. UFBA. Salvador: V.13, n.01, jan-abr 2015, p. 10-26.

JENSEN, K. B. (Ed.) **La comunicación y los medios: metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa**. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica, 2016.

⁵ A princípio, a cena se mostrou um espaço para a identificação de práticas de consumo das esferas da produção e da reprodução, com enfoque nas questões microssociais, mas nada impede que desponham características de consumo entrelaçadas pela esfera macrossocial.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

MAZER, D. H. ; MONTEIRO, Maria Clara. S. ; CORUJA, Paula. ; COSTA, Sarah. M. Consumo musical: la experiencia juvenil contemporánea en procesos de convergencia mediática. IN: OROZCO, M. F. (Org.). **Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS)**. Convergencias Comunicativas. Mutaciones de la Cultura y del Poder. 1ed.Medellín: En línea, 2015, v. 1, p. 1-2847.

VICENTE, E. **Da vitrola ao ipod**: uma história da indústria fonográfica no Brasil. Alameda, São Paulo: 2014.

YUDICE, G. Apontamentos sobre alguns dos novos negócios da música. IN: HERSCHMANN, M. (org.). **Nas bordas e fora do mainstream musical**: Novas tendências da música independente no início do século XIX. Estação das letras e cores. São Paulo: 2011. pp. 61-86.

MÚSICA, INFORMAÇÃO E MEMÓRIA: UMA ANÁLISE DE REPRESENTAÇÃO SOCIAL DA REGIÃO NORDESTE

*Andréa Carla Melo Marinho*¹

Palavras-chave

Mineração de Textos. Análise de Conteúdo. Música. Representação Social. Luiz Gonzaga.

A pesquisa tem como objeto de estudo a produção musical de Luiz Gonzaga, que foi um dos artistas mais populares do Brasil, pois em suas canções, difundidas em todo o país e também fora dele, retratou a vida do povo nordestino, em especial do Sertão. Esse cenário revelou suas memórias e vivências da infância e adolescência, num processo autobiográfico e ilustrativo da realidade do Nordeste brasileiro, consagrando-se como o “Rei do Baião”.

Luiz Gonzaga por meio do seu repertório tece um mosaico de informações e imagens sobre a vida no interior do Nordeste, que lhe permite recriar um Sertão que se torna característico aos olhos do resto do país. A escolha das canções como objeto de pesquisa está relacionada ao fato de entender a música como um artefato cultural que está presente nos grupos sociais desde a pré-história, exercendo diversas funções na sociedade e demandando uma produção de sentidos nos âmbitos social, cultural e político.

Os aportes teóricos que sustentam esta proposta estão baseados em estudos de campos conexos à Comunicação e Informação, com predominância dos estudos culturais, em que proporcionam o entendimento de tópicos relacionados à representação social. Neste debate, pretende-se caracterizar a produção fonográfica do artista como um recurso informacional, registrado sob a forma de canção (letra de música).

Para tanto, serão utilizados os trabalhos de Buckland (1991), Capurro & Hjørland (2007), Dodebei (2011) e Le Coadic (2004) no que tange ao conceito de documento/informação, relacionado aos estudos culturais, memória e representação social por meio dos trabalhos de Albuquerque Júnior (2009), Halbwachs (2012), Hall (1997, 2006), Moscovici (2003), Morigi (2002, 2005) e Nora (1993).

¹ Doutoranda na linha de Mediações e Representações Culturais e Políticas (PPGCOM/UFRGS), orientador Prof. Dr. Valdir Morigi, e-mail: andreammarinho@gmail.com



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

A pesquisa tem como objetivo identificar as representações sócio-culturais da região Nordeste na produção musical de Luiz Gonzaga, por meio dos métodos de mineração de texto e análise de conteúdo. Trata-se de um estudo quali-quantitativo de cunho documental e enquanto procedimentos metodológicos foram utilizados os métodos de Análise de Conteúdo (Bardin, 2011) e Mineração de Textos, utilizando como ferramenta o *Voyant Tools*².

A proposta da pesquisa é analisar a produção fonográfica do artista sobre os lugares da região, que correspondem a uma narrativa relacionada à região de modo geral, aos seus estados e cidades, bem como a sub-região geográfica do Sertão, que tanto é retratada em sua obra. O corpus é composto de 41 canções coletadas no site oficial do artista (LuizLuzGonzaga. mus.br), que estão distribuídas em ordem alfabética. Portanto, serão analisadas as de título iniciado por numerais e as iniciadas pelas letras de A à M.

A pesquisa encontra-se numa fase inicial e tem como etapas:

- 1) Seleção das músicas que retratam os lugares da região;
- 2) Mineração de textos (letras) no *Voyant Tools*;
- 3) Análise de conteúdo das canções.

Como exercício preliminar, a mineração de textos foi utilizada como uma ferramenta automática de recuperação dos termos de maior recorrência nas letras de música no intuito de facilitar a identificação dos principais elementos representativos da região Nordeste na produção musical do artista. Assim, por meio da análise no *Voyant Tools* foi elaborada uma nuvem de tags com 55 termos extraídos das canções que tiveram uma maior ocorrência, conforme apresenta a figura a seguir:

² Trata-se de um ambiente de análise e leitura de textos baseados na web, resultado de um projeto acadêmico desenvolvido por instituições canadenses e tem como líderes Stéfan Sinclair (McGill University) e Geoffrey Rockwell (University of Alberta).

Figura 1 - Nuvem de tags dos termos representativos
na produção musical de Luiz Gonzaga



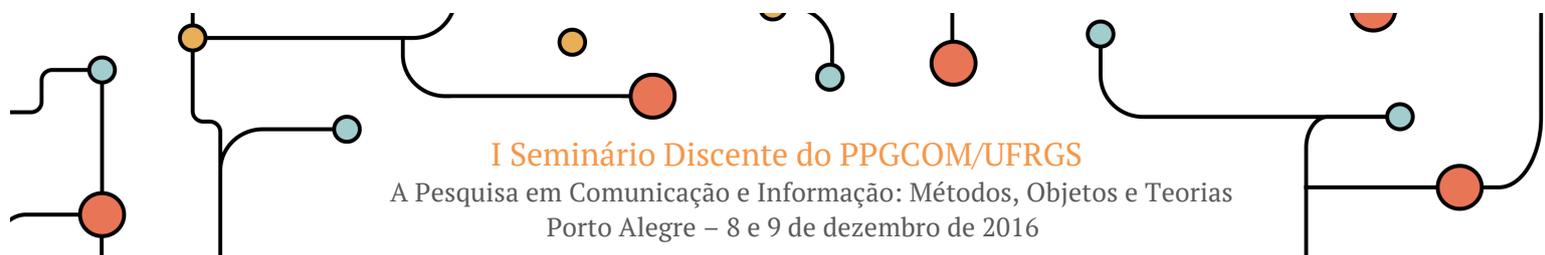
Fonte: Dados de pesquisa (2016)

Percebe-se que as palavras em maior destaque aparecem no centro da figura, o que caracteriza que as mesmas apresentam-se com maior ocorrência nas canções e também apresentam maior nível de correlação entre si, a exemplo dos termos Deus, Sertão e Terra, que de acordo com a análise de conteúdo estão relacionadas com a agricultura e devoção religiosa da região.

O termo Deus é o mais recorrente de todos, com 54 ocorrências e figura como o mais representativo da temática de cunho religioso, sobretudo na música “A triste partida”, que narra a imigração do nordestino no período da seca, mas também se apresenta no sentido de agradecimento em “Baião da Garôa”, que ao contrário, retrata a boa colheita por conta da “chuva”, que é um dos termos que aparece também na nuvem de tags, assim como “água” e “seca”.

É possível observar alguns termos que representam lugares da região, como Caruaru, Crato, Jerusalém, Mangaratiba, Norte, Nordeste, Pajeú, Pernambuco, Serra e Sertão, além de termos relacionados a sentimentos como alegria, coração, saudade e tristeza.

A paisagem da região também é um tema bastante recorrente na obra do artista, principalmente os elementos da natureza e podemos identificar alguns termos na figura como céu, dia, lua, luar, verde e mar. Enfatiza-se que os termos “asa” e “branca” formam a



palavra “asa branca”, título de uma das canções consideradas como um hino da região, que retrata a seca.

Percebe-se também que por meio dos procedimentos de análise utilizados, foi possível identificar categorias temáticas como agricultura, cenário, devoção religiosa, localidades geográficas e sentimentos, que figuram como elementos de representação da região Nordeste na produção do artista.

Por fim, a pesquisa tem como perspectiva analisar as representações sociais da região Nordeste do Brasil na produção fonográfica de Luiz Gonzaga, por meio de um percurso metodológico baseado numa relação Teoria/Empiria, uma vez que trata de um objeto diretamente ligado às práticas socioculturais. Assim, é possível perceber a importância da utilização de um conjunto de métodos para analisar as canções do artista, que possibilitou destacar as tendências temáticas relacionadas à região e identificar a relação entre a narrativa e os contextos socioculturais do Nordeste com o propósito de revelar seus elementos identitários. Porém, é necessário um aprofundamento teórico/metodológico para responder os questionamentos da pesquisa, principalmente no tocante a compreensão dos contextos e relações que envolvem a produção e comunicação das canções de Luiz Gonzaga e as reflexões a cerca dos usos sociais dessa produção na comunidade do Nordeste, bem como no âmbito nacional.

Referências

ALBUQUERQUE JÚNIOR, D. **A invenção do Brasil e outras artes**. 4. ed. São Paulo: Cortez, 2009. 376 p.

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

BUCKLAND, M. K. Information as thing. IN: **Journal of the American Society for Information Science**, v. 45, n. 5, p. 351-360, 1991.

CAPURRO, R.; HJORLAND, B. O Conceito de Informação. IN: **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v.2, n.1, p.148-207, jan./abr. 2007.

HALBWCHS, M. **A memória coletiva**. São Paulo: Centauro, 2012.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006. 102p.

_____. The work of representation. IN: HALL, S (org.). **Representation: cultural representations and signifying practices**. London: SAGE Publications, 1997.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

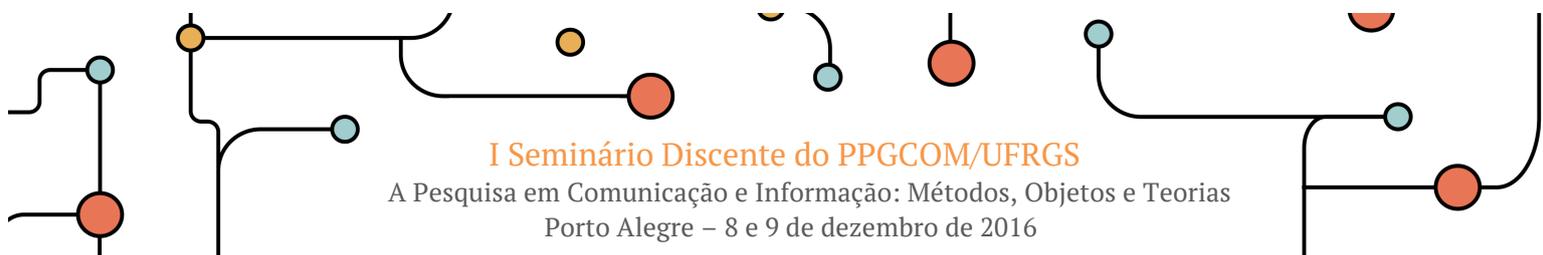
LE COADIC, Y. **A Ciência da Informação**. 2. ed. Brasília: Briquet de Lemos, 2004.

MORIGI, V. Festa junina: hibridismo cultural. IN: **Cadernos de Estudos sociais**, Recife, v.18, n.2, p.251-265, jul./dez. 2002.

_____. Mídia, identidade cultural nordestina: festa junina como expressão. IN: **Intexto**, Porto Alegre, v.1, n.12, p.1-13, jan./jun. 2005.

MOSCOVOCI, S. **Representações Sociais**: investigações em psicologia social. 9. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

NORA, P. Entre memória e história: a problemática dos lugares. IN: **Prof. História**, São Paulo, v.10, p.7-28, dez. 1993.



AS REPRESENTAÇÕES SOBRE A REFORMA AGRÁRIA E AS MÍDIAS DIGITAIS DO MST

Solange I. Engelmann¹

Palavras-chave

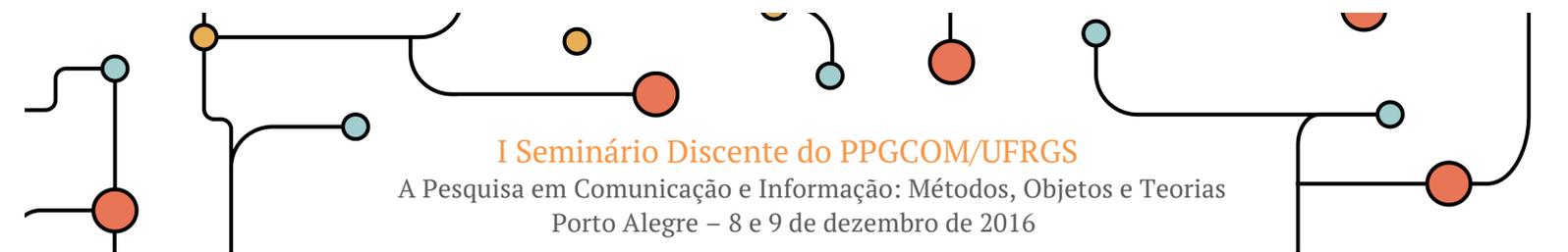
Representações sociais. Mídias digitais. Reforma Agrária. Movimentos Sem Terra.

O avanço tecnológico da sociedade capitalista cria a sociedade em redes, na qual a informação se torna o elemento central na produção e circulação de riquezas e de conhecimento (CASTELLS, 2006). O ciberespaço torna-se um novo canal de informação e comunicação, ultrapassando o controle majoritário da esfera pública, antes concentrado nos oligopólios midiáticos tradicionais (meios impressos e de radiodifusão), que se desloca para o espaço virtual. Conforme Habermas (1984), a esfera pública burguesa localiza-se na linha divisória entre o setor privado e a esfera do poder público, e constitui-se em uma espécie de arena com a formação de uma opinião pública, que através do debate exerce uma posição de crítica e confronto em relação ao poder público. Fundamenta-se na troca de informações e bens simbólicos que circulam na sociedade por meio dos meios de comunicação, que reproduzem a seu modo inúmeras representações.

As representações estão ligadas à comunicação, pois, estabelecem-se na construção de sentidos e saberes, funcionando como uma maneira específica de compreender e comunicar. Moscovici (2013, p.46) aponta que o objetivo das representações é “[...] abstrair sentido do mundo e introduzir nele ordem e percepções, que reproduzam o mundo de uma forma significativa.” Segundo o autor, as representações sempre possuem uma face icônica e outra simbólica interdependentes. E deste modo entende-se que, “[...] representação = imagem/significação; em outras palavras, a representação iguala toda a imagem a uma ideia e toda ideia a uma imagem.”. A comunicação se estabelece por meio de vínculos entre indivíduos, comunidades e grupos sociais resultando na criação de representações de si, dos outros e de distintas realidades sobre elementos concretos e abstratos que circundam a sociedade em diferentes épocas.

As representações sociais se formam na vida pública e dirigem-se ao social como um todo. Assim, possibilitam que os meios de comunicação influenciam na vivência e representação da sociedade, mediando às interações sociais, o acesso, o consumo de bens

¹ Doutoranda em Comunicação e Informação da UFRGS. Linha 4: Mediações e Representações culturais e políticas. Orientador Valdir José Morigi. E-mail: solengel03@gmail.com.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

simbólicos e a estrutura da política institucional, pois, alteram as fronteiras entre a esfera pública e privada. Com a massificação das tecnologias de informação e comunicação (TIC's) e a descentralização da informação dos meios de comunicação tradicionais percebe-se um alargamento da esfera pública, da mídia tradicional para o espaço virtual. O ciberespaço assume a função de circulação, produção e reconstrução das representações sociais na sociedade contemporânea.

Nesse sentido, vários movimentos populares que lutam por direitos e mudanças sociais, visualizam nas TIC's um novo canal de difusão de informações, produção e compartilhamento de conhecimento no contexto da nova esfera pública. Esses grupos passam a organizar processos de comunicação populares¹ para a divulgação de suas demandas no ciberespaço. Dentre estes se encontra o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), criado oficialmente em 1984, em Cascavel/Paraná, que no processo histórico de luta por terra, Reforma Agrária², direitos civis, políticos e, sociais, e transformação social se torna um importante sujeito coletivo da classe trabalhadora brasileira (GOHN, 2000). O MST adota como principal instrumento de luta e pressão aos governos a ocupação de terras, prédios públicos, beiras de estradas e mobilizações massivas como marchas e caminhadas.

A partir de 1997, o MST mantém um portal online³, em que difunde suas reivindicações e busca ampliar o debate em torno da Reforma Agrária na sociedade. O Sem Terra busca a ampliação na propagação de suas demandas, em defesa da democratização da terra, um programa de agricultura ecologicamente sustentável e um projeto popular para o país. Organizada e mantida pelo setor de comunicação do MST, nos últimos anos a página virtual do MST consolida-se em canal estratégico de comunicação e informação. Bem como assume a posição de porta-voz do MST e seus integrantes na sociedade e se torna referência no debate público sobre a Reforma Agrária no Brasil. O Movimento Sem Terra também mantém um perfil oficial no Facebook⁴ e no Twitter⁵, a partir de 2009. Com a apropriação do ciberespaço os integrantes do MST percebem que as mídias digitais se tornam importante espaço de circulação de informações, colaborando na reconstrução de representações sociais na esfera pública. E gerando um conjunto de saberes e sentidos acerca da atuação dos movimentos populares e da questão agrária na sociedade.

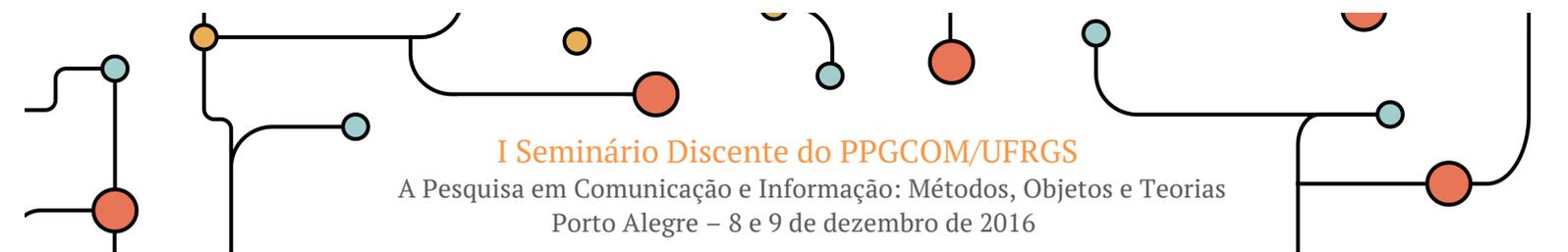
¹ Trata-se de uma política de comunicação popular que auxilia na luta por mudanças sociais e cidadania. Peruzzo (2006) apresenta a comunicação popular como forma alternativa de comunicação. O viés popular representa a “comunicação do povo”, produzida pelo povo e destinada ao povo. A comunicação popular surge com a luta dos movimentos sociais da América Latina nas décadas de 1970 e 1980.

² No decorrer deste trabalho nos reportamos ao termo com as iniciais em maiúsculo uma vez que esta representa a principal bandeira de luta do MST, que em seus documentos se refere ao termo desse modo.

³ Disponível em: <www.mst.org.br>.

⁴ Disponível em: <www.facebook.com/MovimentoSemTerra>.

⁵ Disponível em: <twitter.com/MST_Oficial>.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

Mediante o avanço do capitalismo no campo, o fortalecimento do agronegócio e o abandono do projeto de Reforma Agrária no modelo capitalista brasileiro pelos governos, a partir de 2007, o MST amplia seu programa de Reforma Agrária, em que passa a defender o desenvolvimento de um novo programa agrário, centrado na implantação de um projeto de *Reforma Agrária Popular*, que consiste em mudanças sociais estruturais na democratização da terra e criação de um sistema de produção agrícola ecologicamente sustentável, em equilíbrio entre o ser humano e a natureza.

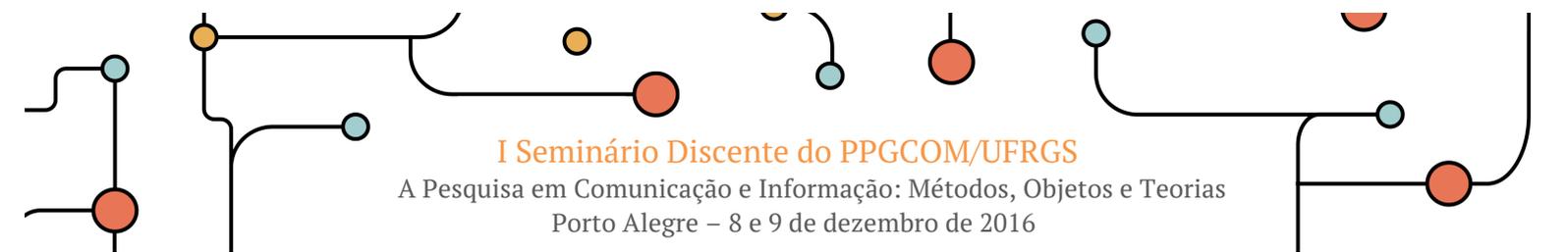
Assim, nosso objeto de pesquisa concentra-se nas representações sociais do projeto de *Reforma Agrária Popular* do MST, que circulam nas mídias digitais deste Movimento. O objetivo é compreender como são construídas as representações sobre o projeto de *Reforma Agrária* do MST nas mídias digitais do MST e, como elas interferem na reconstrução de saberes e criação de novos sentidos e cognições na esfera pública virtual sobre a Reforma Agrária e o MST.

A perspectiva epistemológica fundamenta-se na Teoria das Representações Sociais de Moscovici (2013) e a abordagem metodológica baseia-se na Análise de Conteúdo, na técnica de entrevista e de mapas representacionais para a sistematização e interpretação dos resultados, e mapeamento dos conceitos geradores. O estudo empírico centra-se no portal virtual e perfil oficial no Facebook, mantidos pelo MST. O corpus abarca a produção informativa, em texto e vídeo, no período entre julho de 2015 a julho de 2016, em que analisaremos o tema da *Reforma Agrária Popular* em três atividades nacionais. A escolha das mídias digitais do MST se justifica pela agilidade e centralidade desses ambientes na divulgação de conteúdos e demandas desse movimento na sociedade. E a análise de atividades nacionais é relevante, pois nesses espaços o MST concentra a apresentação de demandas, reivindicações e experiências acerca do projeto de Reforma Agrária para o país.

Alguns questionamentos em relação ao objeto de estudo: Em que medida o estudo das mídias digitais do MST é relevante para o campo da comunicação? É possível conceber o ciberespaço como um novo espaço de esfera pública, com a circulação de demandas e visões populares dos movimentos sociais? Como o estudo sobre as representações sociais da Reforma Agrária contribui para compreensão de discursos e novas narrativas no ambiente do ciberespaço sobre o MST?

Referências

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. 9ª ed. São Paulo: Paz e Terra, v.1, 2006.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

GOHN, M. G. **Mídia, terceiro setor e MST**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

HABERMAS J. **Mudança estrutural da esfera pública**. São Paulo: Tempo Brasileiro, 1984.

MOSCOVICI, S. **Representações Sociais**: investigações em psicologia social. Petropolis, RJ: Vozes, 2013.

MOVIMENTOS DOS TRABALHADORES RURAIS SEM TERRA. Disponível em: <www.mst.org.br>. Acesso em: 05 out. 2016.

MOVIMENTOS DOS TRABALHADORES RURAIS SEM TERRA. **Facebook oficial do MST**. Disponível em: <www.facebook.com/MovimentoSemTerra>. Acesso em: 06 out. 2016

MOVIMENTOS DOS TRABALHADORES RURAIS SEM TERRA. **@MST_Oficial**. Disponível em: <twitter.com/MST_Oficial>. Acesso em: 06 out. 2016.

ATRAVÉS DA MÍDIA IMPRESSA DAS FRONTEIRAS DO RIO GRANDE DO SUL: O AGRONEGÓCIO E AS RELAÇÕES ECONÔMICAS E CULTURAIS COM A ARGENTINA E O URUGUAI

*Thaís Leobeth*¹

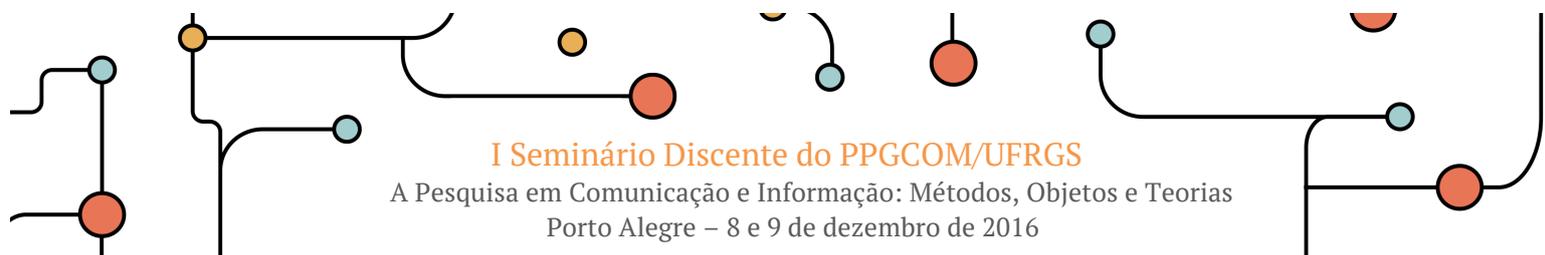
Palavras-chave

Fronteiras Nacionais. Cultura e Identidade. Mídia Local. Jornal Impresso. Agronegócio.

As regiões de fronteiras nacionais constituem ambientes com características peculiares, que desafiam os sujeitos diariamente. A mídia atua nesses territórios como um fomentador direto da interação, pois ultrapassa os limites geográficos, e sua influência pode ser determinante na consolidação e na manutenção da cultura e da identidade. Conforme afirmam Müller e Oliveira (2004, p. 09): “Mais do que um reprodutor do que se passa no mundo, os meios de comunicação assumem, cada vez mais, o papel de sujeitos, inserindo-se como agente, participando ativamente dos rumos que tomam a sociedade.”.

E, nesse sentido, a pesquisa aqui abordada interessa-se pelas fronteiras nacionais do sul brasileiro, onde os municípios de Santana do Livramento e Uruguaiana limitam-se com Rivera (Uruguai) e Passo de Los Libres (Argentina), respectivamente. Esses pontos são territórios permeados por uma relação direta entre os habitantes locais e concentram fluxos de pessoas das diversas partes de ambos os países. Isso se deve, principalmente, pela referência comercial bastante característica do mercado globalizado, representadas nos freeshops, mas também por que esses municípios servem como zona de escoamento. O setor do agronegócio dos três países acima mencionados por vezes necessita da circulação internacional para transporte e comercialização de produtos. Trata-se de um aspecto da base econômica e um elemento cultural determinante nessas nações, desenvolvido através da construção histórica do sul brasileiro, principalmente entre as populações que formam as regiões interioranas e fronteiriças do Rio Grande do Sul com

¹ Mestranda em Comunicação e Informação da UFRGS. Linha 4: Mediações e Representações Culturais e Políticas. Orientadora: Karla M. Müller. E-mail: thaisleobeth@gmail.com



uruguayos e argentinos estabelecidos também na fronteira. Mais do que uma atividade econômica, a tradição da produção agropecuária compõe a identidade dos sujeitos.

Dada a importância do assunto para as relações cotidianas dessas regiões de fronteira, acredita-se que publicações jornalísticas da mídia local, por esta ser um elemento fundamental na dinâmica social, podem revelar traços do comportamento social. Sendo assim, busca-se, em âmbito geral, identificar e compreender como os jornais impressos noticiam o agronegócio local e de que forma essa temática é relacionada com os países vizinhos. Para tanto, considera-se pertinente como objetivos específicos identificar características da rotina de produção desses periódicos e o modo como os processos influenciam o texto jornalístico. Também apontar a presença ou constatar a ausência de características culturais e identitárias influentes na interação fronteiriça relacionadas com a temática específica pesquisada, a partir de tensionamentos ou aproximações entre as nacionalidades.

Possuidoras de uma realidade social complexa e específica, as zonas de fronteiras nacionais constituem um instigante ambiente de pesquisa não somente por representar um limite geopolítico, mas também como espaço de integração. Nesse sentido, considera-se pertinente analisar a fronteira a partir de suas dinamicidades e da dualidade que permeia o seu conceito. Chiappini e Hauck (2011, p. 22) trazem essa visão quando definem a fronteira como “limite e região, é divisória e lugar de encontro de pessoas, histórias, línguas e culturas - cultura aqui abarcando os aspectos ideais e também materiais - e é um separador de ‘lugares’ pertencentes a diferentes territórios nacionais, mas também é um ‘lugar’ própria ela mesma.”. E um elemento fundamental nesse contexto é a mídia.

Sem dúvida, o avanço tecnológico das últimas duas décadas, com mais intensidade nos últimos anos, contribuiu para a transformação do cenário de fronteira. A possibilidade de conexões que vinha se estabelecendo como primeiros sintomas da globalização foi efetivada a partir da internet. O novo cenário chegou às pautas e às rotinas de produção dos meios de comunicação e deu nova visibilidade e importância para a informação local. E, nesse cenário, o jornal impresso interiorano, identificação que classifica também os jornais *A Plateia* e *Diário da Fronteira*, tem ganhado fôlego para se manter em circulação, embora em outros contextos periódicos impressos estejam perdendo espaço rapidamente para os suportes digitais. Esse tipo de jornal é tema recorrente nas pesquisas de Beatriz Dornelles, que vêm estudando a realidade e as perspectivas desse tipo de mídia frente à contemporaneidade. Dornelles (2013) percebe que os avanços tecnológicos voltados para a comunicação têm favorecido a qualificação



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

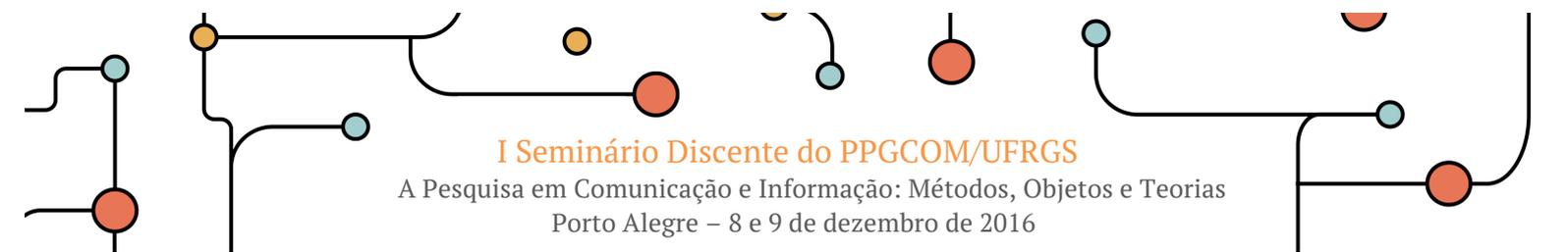
A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

desses periódicos, o que impactará no fortalecimento dos mesmos e reforçará a importância da notícia local.

Conforme García (2002, p. 02), “estamos na era do global e do local, uma fase na qual o processo de concentração econômica mudou a relação entre os atores transfronteiriços e abriu novos horizontes de futuro.”. No âmbito da região de fronteira, entre o local e o global há ainda o regional, o nacional e o internacional. Portanto, o processo comunicacional desse lugar específico trabalha com cinco escalas de informação. E, nesse contexto, o critério de noticiabilidade de proximidade é cada vez mais o elemento fundamental para a existência dos veículos de comunicação. A proximidade pode estar relacionada com um objeto real do cotidiano da fronteira como pode ser a consequência de uma decisão simbólica que afeta diretamente a sociedade fronteiriça. Compreende-se, assim, que o critério de noticiabilidade proximidade passa pelas cinco instâncias acima mencionadas.

As escalas de informação podem ser pensadas a partir da concepção de Fernandes (2013), que considera dois tipos de proximidade: a temática e a geográfica. A primeira relacionada ao compartilhamento cultural e à necessidade de troca de informações, enquanto que a segunda diz respeito à localização, espaço ou território de abrangência e interesses comuns. Para o autor, “no atual processo de globalização, parece-nos claro que a notícia de proximidade se torna cada vez mais necessária para que o homem não perca suas raízes, sua identidade, a interação com a sua comunidade.” (FERNANDES, 2013, p. 133). E, pensando na fronteira, trata-se de uma mídia específica, que possui peculiaridades da mesma forma que a sociedade e o ambiente onde ela produz e faz circular sua informação. Müller et al (2010, p. 124) afirma que “a mídia de fronteira funciona como a representação concreta das relações que se estabelecem na sociedade, a partir dos interesses e desejos desta, decorrentes das crises, conflitos e necessidades que se criam no dia a dia de vizinhança.”.

A realidade econômica e cultural desses territórios fronteiriços faz com que o jornal impresso ainda seja a principal fonte de informação. É ele quem consegue abranger as diferentes escalas de informação demandadas pela região de fronteira, com suas especificidades, pois as próprias características do meio de comunicação estão diretamente relacionadas com a sociedade a qual pertence. Assim, a reflexão proposta acerca dos jornais impressos de região interiorana e fronteiriça *A Plateia* e *Diário de Uruguiana* parte da perspectiva de Mouillaud (2012), pois, para o autor, o jornal impresso possui um diferencial em relação aos demais meios de comunicação que não foi superado, sendo este o elemento que faz com que esse suporte se mantenha. Conforme



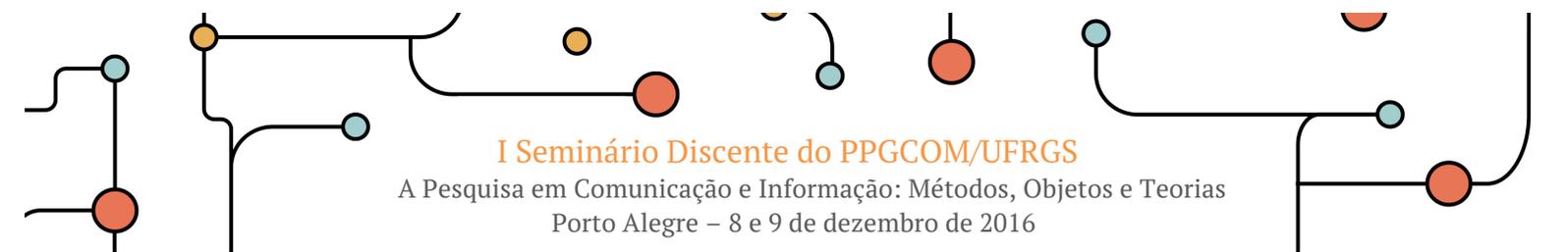
I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

Porto (2012, p. 29), Mouillaud identifica como “um aparato acolhedor que o jornal dispõe para ordenar os acontecimentos à sua maneira própria e peculiar, diferindo das formas como os outros veículos se referenciam com o mundo.”. Na sua visão, a forma é determinante sobre o sentido do conteúdo. Assim, texto e dispositivo possuem uma relação dinâmica, pois um auxilia na significação do outro. O dispositivo, nesse caso, o jornal impresso, possui características que constituem a sua especificidade. E são as características próprias da mídia impressa que fazem dos jornais meios de comunicação ainda importantes nas regiões de fronteira e interior do Rio Grande do Sul. O contexto econômico e cultural mantém esse suporte aceito e faz dele um determinante nas relações sociais.

O presente estudo caracteriza-se em relação aos seus objetivos como pesquisa descritiva e também exploratória (GIL, 2002). Em relação aos procedimentos técnicos, enquadra-se como pesquisa bibliográfica e também documental (PRODANOV; FREITAS, 2013). A metodologia empregada ocupa-se das técnicas de Análise de Conteúdo (BARDIN, 2011) e Entrevista em Profundidade (DUARTE, 2010) para obtenção de informações e análise de dados. Os objetos da pesquisa são os jornais impressos *A Plateia*, de Santana do Livramento – RS, e *Diário da Fronteira*, de Uruguaiana – RS. Como recorte temporal estabeleceu-se o período de 30 de julho a 30 de setembro de 2016, compreendendo um período anterior e posterior à realização da 39ª Exposição Internacional de Animais, Máquinas, Implementos e Produtos Agropecuários (EXPOINTER), realizada de 27 de agosto a 04 de setembro de 2016, em Esteio – RS, e o período das Campanhas Eleitorais Municipais de 2016 no Brasil.

Pesquisar jornais impressos pode ser considerado um desafio num período em que a maioria dos estudos do campo da Comunicação e da Informação tem como foco fenômenos das mídias digitais. Ter jornais impressos interioranos e fronteiriços como objeto de estudo parece uma escolha contrária à tendência. A reflexão aqui colocada não sugere que há impedimento para esse tipo de pesquisa. O desenvolvimento dessa proposta mostra que, pelo contrário, há espaço. O que se busca aqui é o compartilhamento de inquietações que surgiram no âmbito da construção do projeto e da identificação com o objeto de estudo proposto. A visão aqui compartilhada parte de experiências acadêmicas e profissionais que proporcionaram perceber a importância de se voltar à atenção para lacunas existentes nas construções teóricas disponíveis no campo da Comunicação, mais especificamente, do Jornalismo, quando se trata de impressos não considerados de referência. E, para além disso, a manutenção do entusiasmo e da crença, claro que fundamentada, no objeto de pesquisa que se quer investigar.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

CHIAPPINI, Ligia; HAUCK, David. Limites e Lugares. As fronteiras da integração. In: CHIAPPINI, Ligia; HAUCK, Jan-David; TIMM, Liana (Org). **Fronteiras da Integração: dimensões culturais do Mercosul**\Fronteras de la Integración: las dimensiones culturales del Mercosur. Porto Alegre: Território das Artes, 2011.

DORNELLES, Beatriz. O futuro do jornalismo em cidades do interior. In: ASSIS, Francisco de. (Org). **Imprensa do interior: conceitos e contextos**. Chapecó: Argos, 2013.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge. BARROS, Antonio. (Orgs) **Métodos e técnicas da pesquisa em comunicação**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

FERNANDES, Mario Luiz. A proximidade como valor-notícia na imprensa do interior. In: ASSIS, Francisco de. (Org). **Imprensa do interior: conceitos e contextos**. Chapecó: Argos, 2013.

GARCÍA, Xosé López. Repensar o jornalismo de proximidade para fixar os media locais na sociedade glocal. **Comunicação e Sociedade**, Vol. 4, 2002, 199-206. Disponível em: <<http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/1292/1233>>. Acesso em: 05 de mai de 2015.

GIL, Antonio C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell (Org.). **O jornal: da forma ao sentido**. 3ª ed. rev. ampl. - Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2012.

MÜLLER, Karla M.; OLIVEIRA, Tito C. M. de. Comunicação, cultura(s) e identidade(s) fronteiriças. In: **Anais I Enecult**. 2004. Acesso em: <<http://www.cult.ufba.br/index.html>>. Acesso em: 04 de agosto de 2015.

MÜLLER, Karla M.; GERZSON, Vera R. Serezer.; RADDATZ, Vera L. S.; SOARES, Marcelo V. C. Comunicação e Integração Latino-Americana: a participação da mídia local na construção da cultura e da identidade fronteiriça. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**. Vol.12, nº 02, maio-agosto 2010 (p.116-125). Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/4673>>. Acesso em: 17 de março de 2015.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2ª edição. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

REPRESENTAÇÕES SOBRE AS FRONTEIRAS INTERNACIONAIS E AS IDENTIDADES FRONTEIRIÇAS: JORNAIS IMPRESSOS, EMISSORAS DE RÁDIOS E PROFISSIONAIS DA MÍDIA DE SÃO BORJA E URUGUAIANA

Tabita Strassburger¹

Palavras-chave

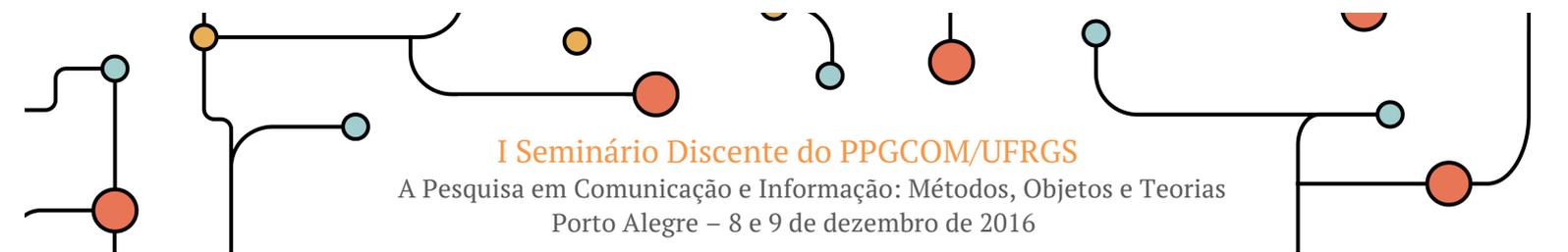
Percurso metodológico. Análise de Conteúdo. Representações. Fronteiras Internacionais. Identidades fronteiriças.

As experiências socioculturais contemporâneas parecem fazer emergir, cada vez com mais intensidade, dinâmicas relativas às identidades e à convivência com a alteridade. De maneira semelhante, as práticas comunicacionais e midiáticas costumam acionar esses temas em suas produções, fazendo circular determinadas representações, buscando mobilizar ou não para questões de interculturalidade. No contexto fronteiriço², essas inter-relações tendem a se estabelecer com ainda mais presença e diversidade, em virtude de os sujeitos compartilharem, ao mesmo tempo, perspectivas locais, regionais, nacionais e internacionais. Essas vivências partilhadas ficam evidentes inclusive nas realizações triviais do cotidiano, como uma ida ao supermercado para aproveitar o preço mais baixo – no caso, encontrado no país vizinho – ou o hábito de escutar rádio, tendo uma profusão de emissoras em outro idioma para sintonizar.

Todas essas perspectivas (e outras mais) têm instigado a pesquisadora, trazendo questionamentos e agitações importantes à elaboração da proposta de tese. Dentre eles, pode-se destacar: De que modo a mídia participa da construção de representações e identidades fronteiriças, considerando os cenários de São Borja e Uruguaiana? Como os profissionais que atuam nos meios de comunicação das duas cidades percebem a si próprios e às regiões limítrofes? Essas pessoas se reconhecem enquanto fronteiriças? Quais aspectos das identidades e que representações das fronteiras internacionais são acionados por esses profissionais e pelos veículos em que trabalham?

¹ Doutoranda em Comunicação e Informação na UFRGS. Linha 4: Mediações e Representações Culturais e Políticas. Orientadora: Karla Maria Müller. E-mail: tabita.strassburger@gmail.com

² As reflexões sobre as fronteiras internacionais estão sendo fundamentadas, principalmente, em Martins (2002), Müller (2003), Raddatz (2009), e Raddatz e Müller (2015).



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

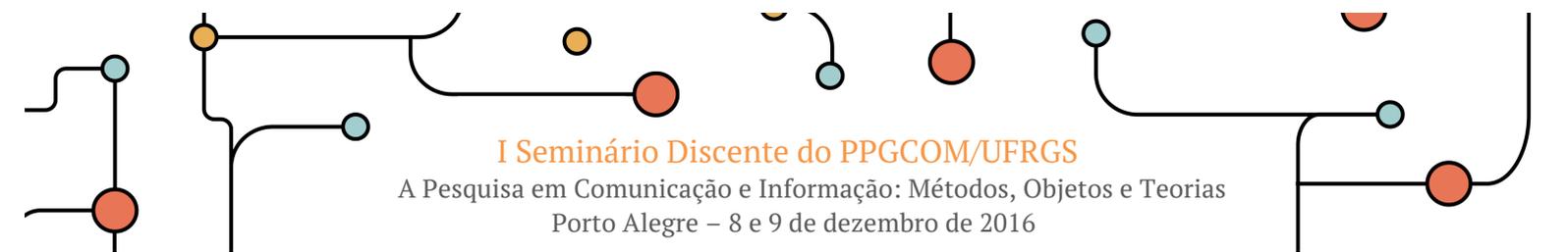
A investigação de doutorado busca compreender as representações sobre as fronteiras internacionais e as identidades fronteiriças que circulam entre os profissionais da mídia em São Borja e Uruguaiana, divisa entre Brasil e Argentina, e nos meios de comunicação em que trabalham, a partir de entrevistas com esses sujeitos e da análise de produções que elaboram. Dito de outro modo, vislumbra-se a possibilidade de apreender como estes profissionais, a mídia local e seus produtos podem influenciar e/ou estimular construções identitárias sobre o que é a fronteira e o que é ser fronteiriço, em ambos os lados da divisa.

Para tanto, foram selecionados, em São Borja e Uruguaiana, nesta ordem, o jornal impresso de maior circulação (*Folha de São Borja* e *Diário da Fronteira*) e as emissoras de rádio AM e a FM mais antigas (*Cultura AM* e *Fronteira FM*, *Charrua AM* e *96 FM*). Esta definição buscou os veículos com mais proeminência e credibilidade junto às comunidades, no sentido do número de exemplares vendidos e do tempo de fundação (não há pesquisas atuais referentes às audiências de rádio nas duas cidades, por isso a opção pelo ano de criação das emissoras). Ainda, nesses produtos, foram elencados materiais e programas com viés opinativo para, posteriormente, realizar entrevistas com os profissionais responsáveis, bem como análise de conteúdo com as informações coletadas.

A entrevista com profissionais da mídia se mostra relevante pela aceitação de que eles são partícipes nos processos de elaboração das representações, especialmente, nos programas e colunas de opinião, delimitação da pesquisa. Entende-se que nos espaços opinativos, o comunicador tem mais possibilidades para expor suas próprias ideias e, logicamente, as representações que possuem sobre as fronteiras internacionais e as identidades fronteiriças.

A seleção de profissionais que atuam em emissoras de radiodifusão se justifica devido à cultura radiofônica ser bastante intensa no cotidiano das duas localidades¹. Além disso, as ondas de rádio ultrapassam os limites definidos pelas fronteiras geopolíticas, não raras vezes, sendo captadas pelos radiouvintes que circulam e/ou habitam ambos os lados das fronteiras internacionais. Já a definição por profissionais de jornais impressos remete à relevância desses veículos no interior, em geral, tendo mais destaque que o espaço digital, onde ainda se costuma reproduzir as notícias publicadas na versão em papel, sem utilizar as ferramentas e potencialidades da nova ambiência. Além disso, tanto o *Folha de São Borja* quanto o *Diário da Fronteira* estão próximos de alcançar cinco mil edições,

¹ Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), junto com a televisão e o telefone celular, o rádio está entre os bens duráveis mais presentes nos domicílios.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

número extremamente superior se comparado às publicações dos concorrentes e que indica a continuidade destes periódicos¹.

Com vistas a atingir a finalidade proposta, mostram-se necessários movimentos com o objetivo de contextualizar as cidades-gêmeas de São Borja-Santo Tomé e Uruguiana-Paso de Los Libres, buscando entender elementos sócio-históricos dessas realidades, bem como de mapear profissionais de comunicação que atuem em jornais impressos e emissoras de rádio das duas cidades brasileiras, segundo os critérios de seleção definidos. Ainda, de identificar produtos midiáticos referenciados por esses sujeitos e que orientam suas abordagens acerca das fronteiras internacionais, e de analisar as identidades fronteiriças representadas pelos relatos desses profissionais e pelos produtos midiáticos que desenvolvem.

O projeto entende as fronteiras internacionais para além de definições geográficas, mais do que linhas e divisas que delimitam territórios distintos, percebendo esses espaços como de troca, confluência e compartilhamento de valores e relações – sociais, materiais, afetivos, culturais, éticos, jurídicos, históricos, simbólicos, entre outros – por/entre grupos de diferentes nacionalidades. Nessa perspectiva, a opção pela realidade investigada, divisas de Brasil e Argentina, interessa devido às inúmeras trocas estabelecidas entre ambos, no decorrer dos séculos, e à proeminência que possuem no âmbito sul-americano (parceiros comerciais com negociações volumosas, são os dois países que apresentam a maior expressão, no sentido territorial). Também, pelas abordagens midiáticas características, por exemplo, em coberturas jornalísticas e campanhas publicitárias, que, não raro, perpetuam uma visão estereotipada ao representar os *Hermanos*.

A metodologia é um processo que vai sendo elaborado constantemente durante a pesquisa, uma construção decorrente de seus objetivos e especificidades, um desenvolvimento contínuo de estratégias e lógicas que permitem que o pesquisador se acerque daquilo que está investigando. Ainda, admite-se que os métodos não são fixos, mas se modificam e se adaptam de acordo com os objetos, aplicando-se às problemáticas analisadas. Cada investigação aponta para demandas específicas, solicita certos instrumentos técnicos de observação, registro, experimentação, teste e sistematização de informações, segundo a sua problemática. A partir dos objetivos definidos na pesquisa de doutorado, observa-se como necessário um percurso metodológico com abordagens

¹ Em cidades do interior, é comum que os jornais tenham pouco tempo de duração e deixem de ser produzidos de um dia para o outro. Assim, para além do número de exemplares vendidos, importa considerar a permanência de suas edições em circulação.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

variadas e que contemplem as diferentes instâncias que se deseja analisar (representações dos profissionais e dos produtos que elaboram).

Aproximando-se da abordagem empreendida por Thompson (1995), a presente proposta vislumbra a importância de considerar os contextos em que os objetos e os informantes entrevistados estão inseridos e de pensar a comunicação de forma processual. Nesse sentido, considera-se fundamental atentar a todas as instâncias envolvidas na dinâmica comunicacional, desde a produção jornalística e os produtos informativos, passando pelos sujeitos que desenvolvem tais elaborações e suas práticas e constituições sócio-históricas.

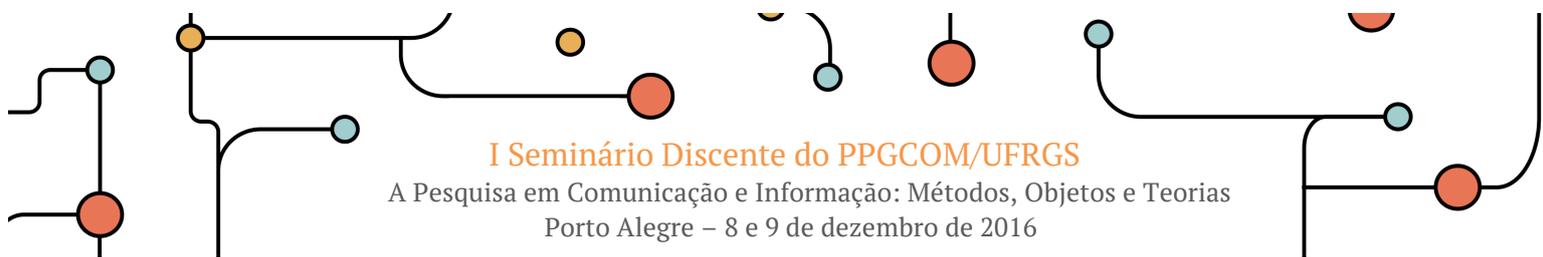
Os procedimentos para realizar entrevistas semiestruturadas estão seguindo indicações de autores como Dencker e Viá (2001), Gil (2002), Priest (2011) e Duarte (2014). A técnica é um modo clássico de obtenção de informações, adotada por várias áreas de conhecimento no campo das Ciências Sociais, e que permite, ao mesmo tempo, flexibilidade nas perguntas e intensidade nas respostas, acionando a subjetividade do entrevistado, suas percepções e experiências. Ainda, possibilita que os sujeitos falem mais livremente sobre as temáticas acionadas pelo pesquisador, a partir de questões orientadoras, e que novas perguntas sejam inseridas conforme o andamento da conversa.

Em estudos qualitativos, não há necessidade de representatividade em percentual da amostra, mas sim de uma diversidade de sujeitos relacionados ao tema. A seleção dos entrevistados costuma ser feita pelo próprio pesquisador, sem haver uma preocupação com aspectos probabilísticos. A definição, obviamente, exige pessoas que tenham relação com a investigação e se disponham a falar sobre o assunto. Assim, os participantes estão sendo selecionados a partir das produções jornalísticas que eles próprios elaboram.

No que tange à abordagem dos sujeitos, tem destaque a preocupação com os cuidados éticos necessários à investigação¹. Além de informar sobre os objetivos e procedimentos, os entrevistados vão ter seus direitos e privacidade protegidos pelo Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), documento que expressa os riscos que estão implicados em sua participação.

A interpretação dos dados se baseia na Análise de Conteúdo, especialmente, a partir de Bardin (2011), mas contando também com as publicações de Fonseca Júnior (2014), Bauer (2014) e Herscovitz (2010). A ideia é utilizar a metodologia tanto para avaliar as informações midiáticas quanto as entrevistas com os profissionais da mídia fronteiriça. A escolha se justifica por entender que permite uma compreensão crítica e aprofundada das mensagens e de suas significações, observando seu conteúdo manifesto

¹ O projeto está em processo de submissão ao Comitê de Ética da Universidade e à Plataforma Brasil.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

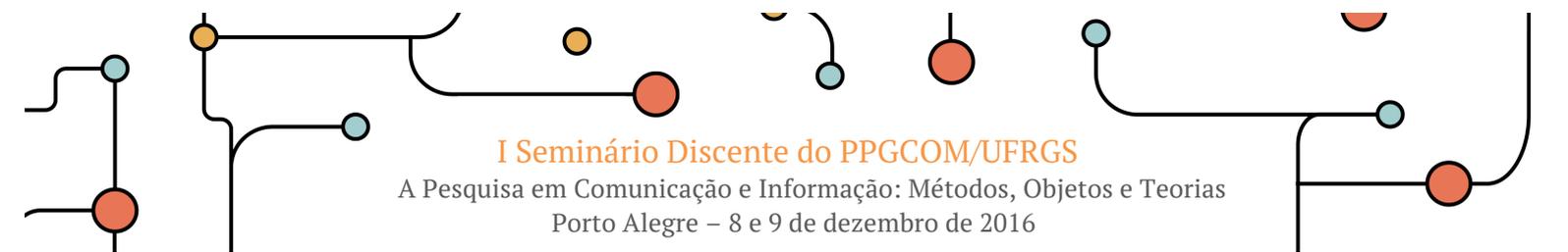
A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

ou latente. Soma-se a isso, o fato de buscar a investigação de fenômenos simbólicos, utilizando-se de uma série de técnicas de pesquisa, que resultam tanto em dados quantitativos quanto nos qualitativos.

A partir dos procedimentos da Análise de Conteúdo, busca-se construir um conjunto de categorias que permitam observar e quantificar as apreciações sobre a realidade, no sentido de possibilitar a compreensão e a contextualização das tendências, e das regularidades dessas representações. Pensando o desenvolvimento da análise, surgem dúvidas quanto à sistematização de informações advindas de duas mídias diferentes (radiofônica e jornal impresso) e, ainda, dos profissionais que as elaboram. A pretensão seria unir e contextualizar as várias categorias utilizadas em um todo integrado, de forma a oferecer uma estrutura geral das representações que circulam nas produções midiáticas e entre os profissionais.

Referências

- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BAUER, Martin W. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George (ed.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 12.ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2014. p. 189-217.
- DENCKER, Ada de Freitas Maneti; VIÁ, Sarah Chud da. **Pesquisa empírica em ciências humanas** (Com ênfase em comunicação). São Paulo: Futura, 2001.
- DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2014. p. 62-83.
- FONSECA JÚNIOR, W. C.. Análise de conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2014. p. 280-304.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- HERSCOVITZ, Heloiza Golbspan. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia (Orgs). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010. p. 123-142.
- MARTINS, Maria H. (org.). **Fronteiras culturais: Brasil – Uruguai – Argentina**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2002.
- MÜLLER, Karla M. **Mídia e fronteira: jornais locais em Uruguaiana-Libres e Livramento-Rivera**. 2003. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. Universidade do Vale do Rio dos Sinos. São Leopoldo, 2003.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

PRIEST, Susanna Hornig. **Pesquisa de mídia**: introdução. 2.ed. Porto Alegre: Penso, 2011.

RADDATZ, Vera L. Spacil. **Rádio de fronteira**: da cultura local ao espaço global. 2009. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2009.

RADDATZ, Vera Lucia Spacil; MÜLLER, Karla Maria (Orgs.). **Comunicação, cultura e fronteiras**. Ijuí: Ed. Unijuí, 2015.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna**: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis: Vozes, 1995.

MOBILIZAÇÃO DECOLONIAL PARA PENSAR O JORNALISMO

Eliege Maria Fante¹

Palavras-chave

Jornalismo. Pesquisa. Decolonialidade. Meio ambiente.

Este trabalho vai abordar aspectos da decolonialidade, através da sintética abordagem do pensamento de alguns autores latino-americanos, no intuito de evidenciar o interesse que esta perspectiva teórica tem e/ou pode vir a ter para as pesquisas do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da UFRGS. Uma breve revisão bibliográfica vai fundamentar a reflexão decorrente da seguinte inquietação: como pensar e analisar os objetos de nossas pesquisas do Jornalismo a partir de uma perspectiva não eurocêntrica, não desenvolvimentista², pós-colonial, decolonial? Este problema se justifica ao considerarmos objetos de pesquisa, como o jornalismo sob nossa análise, caracterizado como hegemônico³, dominante⁴, de referência⁵, cuja cobertura sobre questões ambientais dá primazia ao aspecto econômico e com exacerbação dos supostos benefícios numéricos em termos de divisas para o Estado do Rio Grande do Sul e/ou o País. Esta forma de ver a realidade (e de difundi-la) invisibiliza os conflitos ambientais⁶, apaga as resistências e as possibilidades outras de viver e conviver em um mundo globalizado, capitalista, definido mais por suas desigualdades (sociais e econômicas) do que por sua diversidade humana, considerando esta apenas um aspecto da biodiversidade do planeta.

¹ Doutoranda em Comunicação e Informação na UFRGS. Linha 2: Jornalismo e Processos Editoriais. Orientadora: Ilza Girardi. E-mail: gippcom@gmail.com

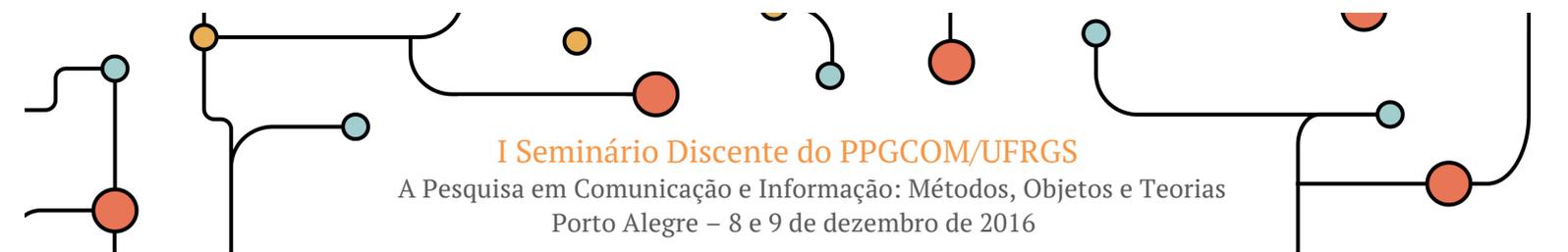
² Para nós, o desenvolvimentismo é uma forma de neoextrativismo em acordo com Eduardo Gudynas (2009), pesquisador uruguaio. Entre as características, citamos: modelo que serve a uma inserção internacional subordinada à globalização comercial e financeira; reproduz regras e funcionamentos dos processos produtivos voltados à competitividade, maximização da renda e externalidade dos impactos; o extrativismo é tido como imprescindível para combater a pobreza e promover o desenvolvimento.

³ Segundo Moraes (2010) os meios de comunicação hegemônicos são aqueles responsáveis pela produção simbólica de consensos e dissensos legitimadores de valores na sociedade, assim como de práticas e saberes. A maioria absoluta deles são comerciais e privados e exercem monopólios ou oligopólios no setor.

⁴ Não democrática à medida que concentra os meios de comunicação sob o poder de poucas famílias no país e impede o avanço da regulamentação dos seis artigos constitucionais que tratam da Comunicação, dentre eles, o 220 que proíbe monopólios e oligopólios diretos e indiretos. Acreditamos que “A única forma de haver um jornalismo plural é haver vários jornalismo, ou seja, jornalismo feito pelas comunidades, jornalismo feito pelas associações, jornalismo feito por ONGs, jornalismo feito por empresas jornalísticas de diversos portes, e assim por diante.”(GIRARDI et al, 2015, s/p). Defendemos também uma divisão equânime entre os sistemas de comunicação para que ocorra de fato uma complementaridade entre os sistemas privado, público e estatal.

⁵ Para Ângela Zamin (2014), o jornalismo de referência é aquele que possui alguns atributos tais como: contrato de informação (credibilidade, seriedade, etc.); forma (diagramação sóbria, apelo cosmopolita, etc.); instâncias de produção (jornalistas, espaço público, etc.); locus de observação (política, economia, etc.); natureza da audiência (meios de comunicação, líder de opinião, etc.).

⁶ Tomamos o conceito de conflito ambiental de Henri Acselrad (2005), o qual envolve grupos sociais com modos diferenciados de apropriação, usos e significação de um mesmo território.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

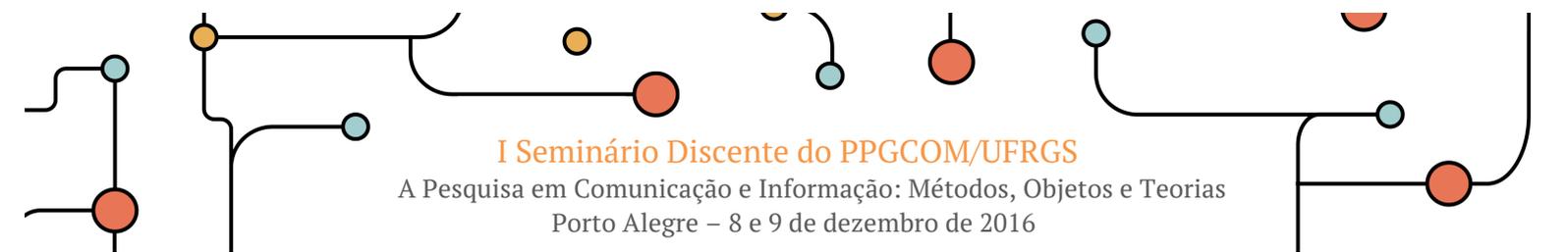
A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

De fato, urge a prática de uma “cidadania planetária” na atuação de jornalistas. Esta ideia do jornalista uruguaio Victor Bacchetta (2000) contribui com a constituição de um conceito de Jornalismo Ambiental, sobre o qual trabalhamos no Grupo de Pesquisa em Jornalismo Ambiental CNPq/UFRGS, no intuito de qualificar a profissão diante dos desafios que vão desde crises econômicas (reais e/ou forjadas pelas mídias) até a mudança climática. Assim, para Bacchetta (2000, p. 18) o Jornalismo Ambiental “[...] É um jornalismo que procura desenvolver a capacidade das pessoas para participar e decidir sua forma de vida na Terra [...]”.

O Jornalismo Ambiental de que falamos foi iniciado por jornalistas brasileiros com inspiração de conterrâneos e estrangeiros, principalmente aqueles ligados às coberturas de guerras e de conflitos sociais, a qual coube à professora Ilza Girardi, enquanto integrante do Núcleo de Ecojornalistas do Rio Grande do Sul (NEJ-RS), criar a disciplina (eletiva) que leva este nome, em 2004 na Faculdade de Comunicação Habilitação Jornalismo da UFRGS. Diferentemente da prática de outros jornalismo ambientais no Brasil, a atuação da profa. Ilza é engajada, não é neutra nem imparcial porque a sua posição é de defesa do meio ambiente. Esta característica resulta da formação que teve, em parte através de assessoria de imprensa realizada em órgãos estaduais e de classe ambientais, e parte por meio da militância ambiental através do trabalho voluntário e de mobilização política principalmente em duas entidades: ADFG⁷ e Agapan⁸. A sua contribuição para a constituição do NEJ-RS em 1990 marcou tanto a ONG quanto a atuação como professora na FABICO-UFRGS. Assim, influenciada por autores e pesquisadores da área das Ciências Humanas, da Biologia, da Física e da Agronomia, principalmente, Ilza procurou o estabelecimento de uma interface com o Jornalismo. Na sequência traremos dois, entre os principais autores-referências na academia, da jornalista-militante-professora-pesquisadora Ilza, cujos pressupostos somam para a construção do nosso Jornalismo Ambiental. Edgar Morin (2008), através do pensamento complexo, nos estimula a buscar desenvolver um conhecimento multidimensional, assim

⁷ A Ação Democrática Feminina Gaúcha (ADFG) foi fundada em 1964 em Porto Alegre (RS) por Magda Renner (1926-1916) e outras senhoras da classe alta da cidade. Nos anos 70, a dimensão ambiental das questões sociais trabalhadas na entidade cresceu de tal forma a nos anos 80, a mesma transformar-se em Núcleo Amigos da Terra Brasil, a partir da vinculação da ONG à Federação Internacional Friends of the Earth (FoEI). O NAT permanece atuante e tem na sua história a participação em lutas como: contra os agrotóxicos e criação da legislação ambiental do RS entre 1982 e 1984, organização dos Encontros Estaduais das Entidades Ecológicas, criação da federação das entidades ecologistas por meio da APEDEMA-RS, denúncia da tragédia da Praia de Hermenegildo (Rio Grande, RS) poluída por dejetos químicos lançados ao mar, alertas sobre os problemas devido a instalação do III Polo Petroquímico em Triunfo (RS), entre outras. Disponível em: <<http://www.ecoagencia.com.br/?open=noticias&id=VZISXRFWwJlYHZESjZkVaNGbKVVB1TP>> Acesso em: 06 nov. 2016.

⁸ A Associação Gaúcha de Proteção ao Ambiente Natural (Agapan) foi fundada em 1971 em Porto Alegre (RS) por José Lutzenberger e outros visando denunciar os efeitos perversos da Revolução Verde contra a saúde das pessoas e destruição da biodiversidade, tendo colaborado em diversas outras causas e sido partícipe da construção de legislações ambientais, como a Lei dos Agrotóxicos (Lei N^o 7.747, de 22 de dezembro de 1982). A Agapan permanece ativa e a sua agenda de lutas pode ser acompanhada pelo site <<http://www.agapan.org.br/>>. Acesso em: 06 nov. 2016.



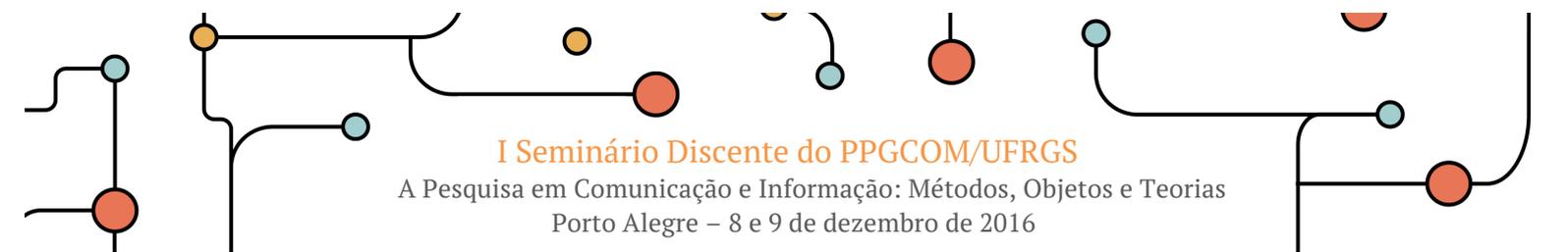
I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

como a distinção e a não separação ou simplificação do conhecimento. Alcançar a transdisciplinaridade é uma motivação tanto quanto buscar o pluralismo em favor da justiça e da solidariedade e a aceitação do diverso.

Nesta linha do pluralismo e da diversidade, Vandana Shiva (2003) nos suscita a identificar no Brasil os efeitos, os impactos, as relações, em torno de uma “monocultura mental” presente em diversos setores, conceito que criou para evidenciar o modo de pensar ocidental que colonizou o seu país, com Inglaterra e França principalmente, e decretou qual o saber válido e o inválido, assim como a cultura social e econômica a ser seguida. Causando, desta maneira, o empobrecimento da população pelo apagamento das práticas e dos saberes locais e pela imposição de uma agricultura mecanizada, dependente de um pacote tecnológico e ligada a economia global. “Em geral, os saberes ocidentais são considerados universais. No entanto, o sistema dominante também é um sistema local, [...]. [...] Nascidos de uma cultura dominadora e colonizadora, os sistemas modernos de saber são, eles próprios, colonizadores.” (SHIVA, 2003, p. 21). A partir disso, Ilza e outros (2012, p. 147, grifo original) definiram o nosso Jornalismo Ambiental como: “[...] uma prática que, partindo do tema ecológico, englobe na sua ação os vários matizes nos quais este tema se desdobra, [...], nas quais o jornalismo *fala das e deixa falar* as diferentes vozes.”. Mas como identificar as realmente diferentes e diversas vozes em meio à monocultura mental da nossa sociedade e às rotinas produtivas aceleradas como forma de impedir o tempo adequado para a rigorosa apuração das pautas e reflexão para a análise dos temas pelos jornalistas? A disciplina “DER 359 Desenvolvimento, pós-colonialismo e pós-desenvolvimento”, ministrada pelos sociólogos José Carlos dos Anjos e Guilherme Radomsky (PGDR – UFRGS), nos trouxe algumas luzes.

Aníbal Quijano (2000, p. 372), vê o mundo como não completamente descolonizado, ainda que países do chamado “Terceiro Mundo” tenham sua independência jurídico-política, como o Brasil que deixou de ser colônia oficialmente em 1822. O autor chama esta forma de colonização vigente de “colonialidade do poder”, porque consiste numa estrutura montada visando a acumulação capitalista, daí a negação das múltiplas existências e a determinação de classificações sociais em relação ao trabalho, à raça, ao gênero, etc. Essa é a raiz da ideia de “superioridade” de uns sobre outros, por exemplo: do Norte global em relação ao Sul, de brancos sobre não-brancos, de homens sobre mulheres, do humano sobre a natureza, e assim por diante. Por isso, Quijano defende uma segunda descolonização, a chamada decolonialidade. O objetivo é visibilizar a “pluridiversidade”, as questões raciais, as sexuais, as de gênero, as epistêmicas e outras, que foram apagadas, silenciadas durante a modernidade. E transformar as realidades.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

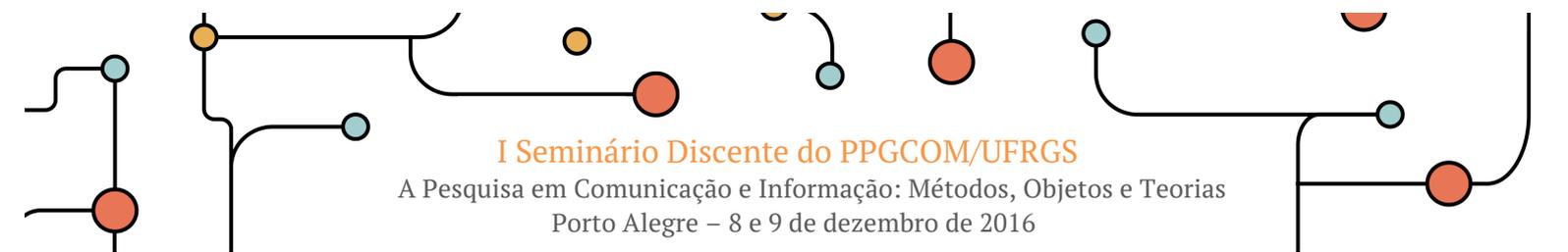
A opressão e a violência imposta sobre as ditas “minorias” causou sofrimento e mortes atroz, hegemonização de culturas e simplificação/redução de saberes, o que serviu à manutenção do colonialismo e fortalecimento do capitalismo. O papel da linguagem foi ressaltado por Arturo Escobar e Walter Mignolo: “[...] a linguagem ‘sobredetermina’, não só a economia, mas também, a realidade social em seu conjunto. [...]” (GROSFUGUEL, 2007, p. 16-17). Deixaram com isso, uma provocação a todas as áreas do conhecimento para mais do que um repensar as suas práticas.

Neste contexto, vemos a necessidade premente de manter diálogos com conhecimentos não ocidentais, “pluridiversos”. O estabelecimento destes diálogos a partir do nosso lugar de fala (que pode ser o Brasil, qualquer país/nação/território classificado como de “Terceiro Mundo” e/ou “subdesenvolvido”), isto é, desde um ponto de vista geográfico e histórico, evidenciaria a nossa “diferença colonial” (conceito de Walter Mignolo) a qual viabilizaria a construção de um conhecimento diverso, outro, não eurocêntrico nem moderno. O que Grosfoguel (2007, p. 20) chama de “outridade epistêmica” se situa na interseção entre o tradicional e o moderno, e pode ser também chamada “subalternidade”.

Segundo Mignolo (2007, p. 29-30), professores e pesquisadores identificados pela diferença colonial passaram a se reunir em torno do pensamento decolonial desde o início dos anos 2000, mas a emergência deste pensamento acompanha a modernidade/colonialidade nas formas de resistência conhecidas, como aquela que Gandhi promoveu na Índia, por exemplo. A seguir, o autor explica ambas genealogias:

[...] a genealogia do [...] pensamento decolonial se estrutura no espaço global da expansão colonial/imperial, ao contrário da genealogia da modernidade europeia que se estrutura na linha temporal de um espaço reduzido, de Grécia à Roma, à Europa ocidental e aos Estados Unidos. [...]. [...] a genealogia do pensamento decolonial é *pluriversal* (não *universal*). Assim, cada nó de rede dessa genealogia é um ponto para a decolagem e abertura à reintrodução de línguas, memórias, economias, organizações sociais, subjetividades, esplendores e misérias dos legados imperiais. A atualidade pede um pensamento decolonial que articule as genealogias dispersas pelo planeta e ofereça “outras” modalidades econômicas, políticas, sociais e subjetivas. (MIGNOLO, 2007, p. 44-45, grifos do autor).

María Lugones (2014, p. 942-943) vê a diferença colonial no “lôcus fraturado” onde acontece a “interação” (tensão) entre opressão e resistência. É neste lugar que conseguimos enxergar/sentir que o diverso (re) existe, que há ali como que um “banco de sementes” para as mudanças das realidades. A busca da autora pela descolonização do



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

gênero nos inspira a uma busca pela descolonização do jornalismo. Ao falar do importante cuidado em relação ao uso de conceitos pré-determinados (como homem e mulher, e podemos supor com outros como Deus, sustentabilidade, felicidade, etc.) que podem não corresponder em/as outras realidades, Lugones nos lembra a comum tentativa do jornalismo para “traduzir” desde termos técnicos de outras áreas do conhecimento até termos próprios de culturas regionais. A justificativa da simplificação para facilitar a compreensão ao leitor, às vezes parece ignorar que o jornalismo é também uma forma de conhecimento e um difusor de tantos outros. Daí que a informação merece toda a atenção e o rigor na apuração para que a simplificação na forma da “tradução” não resulte em redução das complexidades.

Se “a multiplicidade nunca é reduzida” como diz a autora descolonial (mas acontece de ser invisibilizada, silenciada), que cada jornalista ouse se permitir ter outras compreensões e dar a conhecer ao seu público tudo o que emergir do referido lugar fraturado pela tensão entre o “normal”/o “correto”/“o melhor”/etc. e aquilo tudo que não corresponder a nada disso.

Referências

ACSELRAD, Henri. As práticas espaciais e o campo dos conflitos ambientais. *In*: ACSELRAD, Henri. (Org.) **Conflitos Ambientais no Brasil**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2005. p. 13-35.

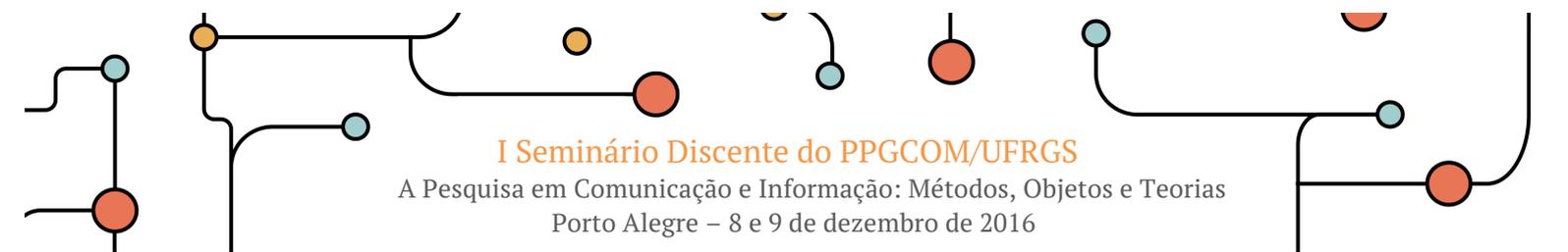
BACCHETTA, Victor. (org.) El periodismo ambiental. *In* Ciudadania planetária: temas y desafíos para el periodismo ambiental. Montevideú: IFEJ, 2000. p. 18-21.

CASTRO-GÓMEZ, Santiago; GROSGUÉL, Ramón. Prólogo. Giro decolonial, teoría crítica y pensamiento heterárquico. *In*: CASTRO-GÓMEZ, Santiago; GROSGUÉL, Ramón (Comp.) **El giro decolonial: reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global**. Bogotá: Siglo del Hombre Editores; Universidad Central, Instituto de Estudios Sociales Contemporáneos y Pontificia Universidad Javeriana, Instituto Pensar, 2007. p. 9-23.

LUGONES, María. Rumo a um feminismo descolonial. **Estudos Feministas**, Florianópolis, 22(3): 320, setembro-dezembro/2014. p. 935-952.

MIGNOLO, Walter. El pensamiento decolonial: desprendimiento y apertura. Um manifesto. *In*: CASTRO-GÓMEZ, Santiago; GROSGUÉL, Ramón (Comp.) **El giro decolonial: reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global**. Bogotá: Siglo del Hombre Editores; Universidad Central, Instituto de Estudios Sociales Contemporáneos y Pontificia Universidad Javeriana, Instituto Pensar, 2007. p. 25-46.

ECOAGÊNCIA. Magda Renner, uma das pioneiras do movimento ambiental no RS, morre aos 90 anos. Porto Alegre, 12 out. 2016. Disponível em:



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

<<http://www.ecoagencia.com.br/?open=noticias&id=VZlSXRFWwJlYHZESjZkVaNGbKVVV B1TP>> Acesso em: 06 nov. 2016.

GIRARDI, I.M.T.; SCHWAAB, R.T.; MASSIERER, C.; E.B., LOOSE. Jornalismo Ambiental: caminhos e descaminhos. **C&S – São Bernardo do Campo**. V. 34. N. 1. P. 131-152. jul./dez. 2012.

GIRARDI, Ilza M.T.; MORAES, Cláudia H. de.; FANTE, Eliege M. Mudança do clima e novas formas de atuação no jornalismo. **Razón y Palabra**. V. 19. N. 91. Sep./nov. México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Estado de México, 2015.

GUDYNAS, E. *Diez tesis urgentes sobre el nuevo extractivismo*. In: CAAP & CLAES (eds.). **Extractivismo, política y sociedad**. Quito: Centro Andino de Acción Popular; Centro Latino Americano de Ecología Social, 2009. Disponível em: <<http://extractivismo.com/documentos/capitulos/GudynasExtractivismoSociedadDesarrollo09.pdf>> Acesso em: nov. 2016.

MORAES, Dênis de. Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia: a contribuição teórica de Gramsci. **Debates**. Porto Alegre, v.4, n.1, p. 54-77, jan./jul. 2010.

MORIN, Edgar. **Ciência com consciência**. Tradução de Maria D. Alexandre e Maria Alice Sampaio Dória. 12a ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2008. 350p.

QUIJANO, Aníbal. Colonialidade do poder e classificação social. **Journal of world-systems research**. Special Issue: Festschrift for Immanuel Wallerstein – Part I. V. 11. N. 2. Summer/Fall. Santa Cruz: Universidade da Califórnia Riverside, 2000. p. 342-386.

SHIVA, Vandana. **Monoculturas da mente**: perspectivas da biodiversidade e da biotecnologia. Tradução de Dinah de Abreu Azevedo. São Paulo: Gaia, 2003.

ZAMIN, Ângela. Jornalismo de referência: o conceito por trás da expressão. **Revista FAMECOS** Porto Alegre, v. 21, n. 3, p. 918-942, set./dez. 2014.

AINDA VALE À PENA ESTUDAR SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL NA PROPAGANDA?

Francisco dos Santos¹

Palavras-Chave

Sustentabilidade Ambiental. Publicidade e Propaganda. Pesquisa em Comunicação.

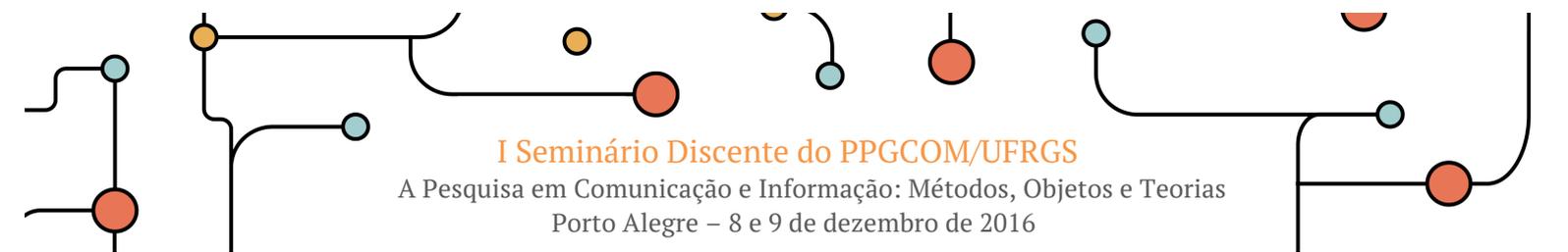
Em meados dos anos 1960 e 1970, a humanidade viu-se num impasse: se o desenvolvimento tecnológico acelerado não fosse contido, poderia ser tarde demais para compensar os danos causados ao meio ambiente. Tal preocupação motivou pesquisas científicas, especialmente para medir o impacto ambiental causado pelo uso desenfreado das tecnologias. É nesse momento que começa a ganhar forma a noção de sustentabilidade: satisfazer as necessidades das gerações atuais sem diminuir as perspectivas das gerações futuras.

Aparentemente, foi somente após o endosso científico, quando a noção de sustentabilidade se cristalizou em conceito, que a humanidade – em especial os líderes mundiais e empresas transnacionais – passou a enxergar uma ameaça iminente de escassez de recursos e a necessidade de uma mudança de paradigma, de visão de mundo. Demo-nos conta de que o planeta não é uma fonte inesgotável e que a ação de cada nação influenciava no sistema como um todo. Dito com outras palavras: estávamos à beira do abismo e tomar uma decisão era imprescindível.

A sustentabilidade, portanto, surge como Panaceia, a deusa da cura universal. Ela passou a justificar ações governamentais dirigidas ao meio ambiente, a pautar os planejamentos estratégicos das empresas e também serviu como motivadora de novas formas de consumo e comportamento. Mudamos nossos hábitos: passamos a buscar alimentos mais saudáveis, de preferência orgânicos, reduzimos o consumo de água, diminuimos a produção de lixo e passamos a separá-lo, optamos por transportes menos poluentes, especialmente bicicletas.

Algumas empresas, sob o risco de perder consumidores, também passaram a gerir melhor os recursos, buscado tecnologias mais limpas e processos de produção otimizados de forma a respeitar o meio ambiente, bem como levando em conta os diversos

¹ Doutorando em Comunicação e Informação na UFRGS. Linha 3: Cultura e Significação. Orientação: Ana Taís Martins Portanova Barros.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

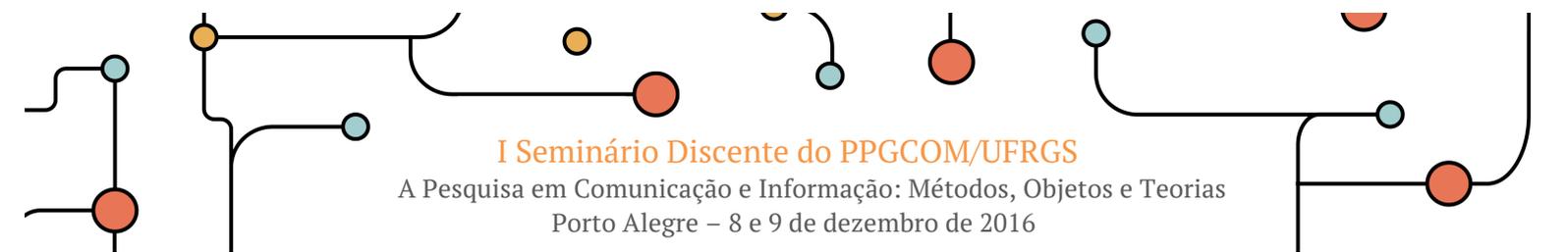
grupos sociais envolvidos em suas ações. Outras se aproveitaram dessa noção em seu discurso publicitário, mas sequer possuíam políticas relacionadas à gestão ambiental. Enfim, observamos uma mudança em nossa cultura, com a sustentabilidade influenciando o comportamento dos consumidores, o posicionamento das organizações e o discurso proferido por elas em suas campanhas publicitárias.

Tal noção, por mais que tenha atraído a atenção de pesquisadores das mais variadas áreas, ainda se encontra em constante transformação. Podemos dizer que, ao longo desses 40 anos, a noção ganhou contornos polarizados em duas correntes teóricas, uma que se ampara na tecnologia e nas ações administrativas como solução para os conflitos entre a humanidade e o ambiente e outra que propõe uma discussão mais aprofundada do modo de produção capitalista. A primeira pode ser reconhecida como ecotecnocrática e a segunda, como ecossocial.

De um lado, percebemos uma dura crítica à mídia, em especial ao Jornalismo, que trata os temas ambientais com superficialidade e subordinação aos grandes conglomerados de comunicação. A pesquisa científica do jornalismo ambiental – ou o que se espera dele – se torna um espaço de catarse, onde o jornalista-pesquisador expõe suas indignações com relação a um sistema que há muito tolhe a possibilidade de autocrítica. De outro lado, vemos um tipo de estudo nos moldes da pesquisa administrativa: aferição de resultados de comunicação ou estudos de caso na aplicação de ações sustentáveis, especialmente aplicadas a empresas. São essas as pesquisas que geralmente estão associadas às áreas da Publicidade e Propaganda e das Relações Públicas. Em ambos os casos, a discussão não acontece. O que se vê é uma espécie de verificação se as diretrizes de cada um desses polos são corretamente aplicadas na realidade. Ora, o que está em discussão não é somente a validação ou não das teorias a respeito da sustentabilidade, mas o futuro da humanidade. É no nível desses dilemas que pretendemos discutir esse paradoxo.

Enquanto a questão da sustentabilidade se mantém na instância do discurso ou das relações entre signos, a maioria das metodologias nas pesquisas dessa área é amparada pela análise do discurso ou pela análise semiótica. Isso pode ser constatado em uma simples busca no Banco de Teses da Capes²: encontramos dois trabalhos a partir das palavras “sustentabilidade”, “propaganda” e “semiótica” e outros 19 a partir da busca por “sustentabilidade” e “análise do discurso”. Daqui, somos levados a duas constatações: ainda existem poucos trabalhos em nível de pós-graduação em Comunicação que abordam a sustentabilidade ambiental e aqueles que existem discutem a sustentabilidade a partir

² CAPES. Banco de Teses. Disponível em: <<http://bancodeteses.capes.gov.br>>. Acesso em: 28 ago. 2014.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

da semiótica e das demais teorias linguísticas. Também, ao examinarmos os anais do Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda³, observamos que o tema da sustentabilidade ambiental ainda é incipiente. Em quatro edições do evento, encontramos aproximadamente cinco trabalhos com foco na questão ambiental e, destes, quatro se valiam da análise semiótica e da análise do discurso como caminhos heurísticos.

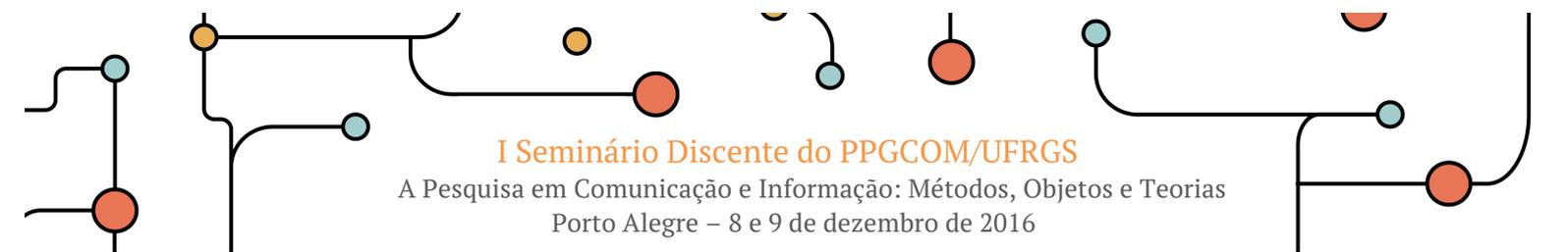
Daqui podemos afirmar que não somente na área acadêmica, mas também no senso comum da área de Comunicação, as visões a respeito da sustentabilidade ambiental continuam polarizadas nas instâncias ecotecnocrática e ecossocial. E mais: se mantêm em uma dimensão racionalizante, objetivista e instrumentalista. Mesmo os estudos mais aprofundados não conseguem atravessar as diretrizes que a ciência contemporânea, ainda herdeira do positivismo, impõe. As efetivas motivações de pesquisa se escondem atrás de gráficos muito bem elaborados, interpretações de dados que mais dizem respeito às visões ideológicas dos pesquisadores do que efetivamente aos dados encontrados na pesquisa de campo, metodologias exageradamente objetivas e problemas de pesquisa em grande parte quantificáveis.

Assim, pretendemos aprofundar a discussão a respeito da sustentabilidade ambiental, contemplando também a dimensão antropológica desta questão. Entendemos que a aceitação global desta noção não se deve somente à aprovação racional, empírica e científica, mas também toca em motivações, ideias pré-concebidas, pulsões frente à realidade que toca os habitantes humanos deste planeta. A reflexão que se propõe aqui é parte da investigação teórica preliminar da pesquisa "O paradoxo da sustentabilidade ambiental na propaganda: trajetos de sentido e ciclos do imaginário".

Tal trabalho é a continuação da dissertação de mestrado "Sustentabilidade ambiental na propaganda: das imagens aos mitos na comunicação persuasiva", defendida no PPGCOM/UFRGS em 2014, que buscou encontrar as imagens presentes em anúncios com temática ambiental na Revista Veja, nos anos 1992, 2002 e 2012. Ao longo dos marcos desses 20 anos, percebemos a manifestação de constelações de imagens, em sua maioria, ascensionais (progresso técnico, avanço tecnológico), bem como imagens diairéticas (luta, batalha, herói). Contudo, em 2016, a partir de uma leitura flutuante dos anúncios com apelo de sustentabilidade ambiental, notamos uma redução drástica: encontramos 10 anúncios de janeiro a maio, sendo que 7 deles eram repetições de uma mesma mensagem, que simplesmente tangenciava o tema.

Em razão da baixa quantidade de pesquisas sobre Publicidade e Propaganda e Sustentabilidade Ambiental, bem como a partir da observação da baixa frequência de

³ ECA-USP. PRÓ-PESQ PP. Disponível em: <<http://www2.eca.usp.br/propesq/index.html>>. Acesso em: 01 nov. 2016.



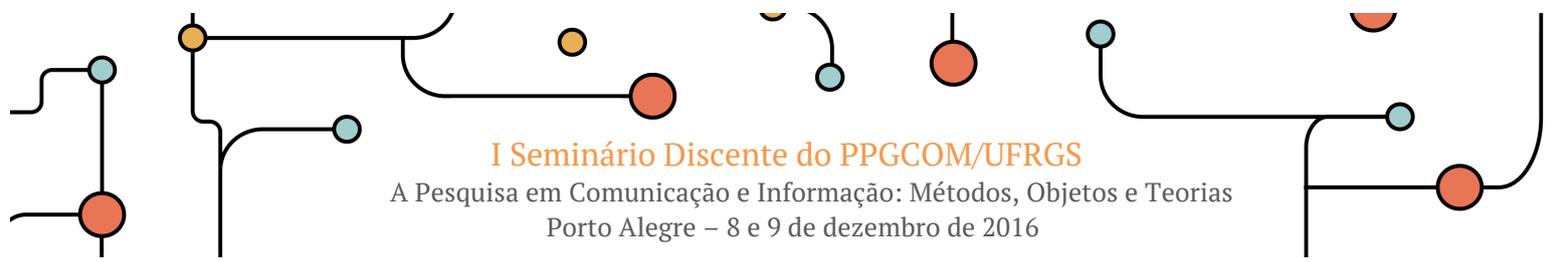
I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

anúncios sobre sustentabilidade ambiental em 2016, várias questões se colocam à nossa frente. Em primeiro lugar, é importante perguntar o porquê desta redução drástica de anúncios. Será que o tema perdeu visibilidade na propaganda ou ganhou novas formas de expressão? Que mudanças na cultura permitiram que tal diminuição acontecesse? E, por fim, a questão que diz respeito à elaboração de teorias e ao fazer ciência: ainda vale à pena estudar Sustentabilidade Ambiental na Propaganda?

Referências

SANTOS, Francisco dos. **Sustentabilidade ambiental na propaganda: das imagens aos mitos na comunicação persuasiva**. 2014. 161f. Dissertação (mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, 2014.



AFINAL, O QUE SÃO ALGORITMOS? UMA ABORDAGEM DE PROCESSOS COMPUTACIONAIS COMO OBJETO DE ESTUDO DA COMUNICAÇÃO

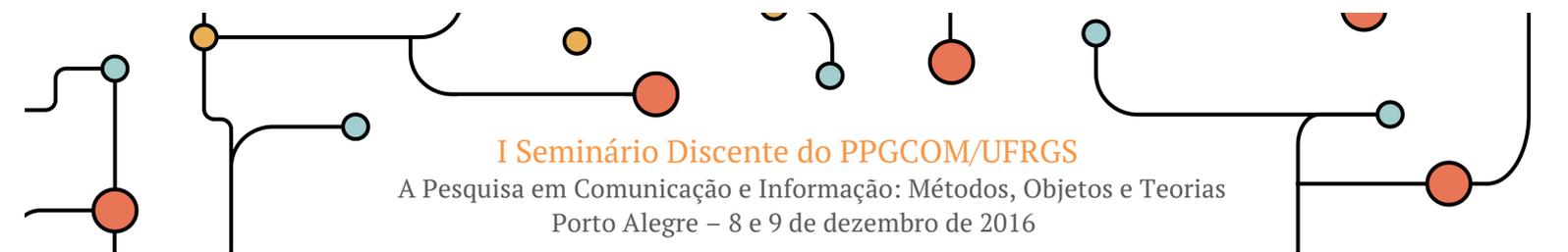
*Willian Fernandes Araújo*¹

Palavras-chave

Algoritmos. Processos Computacionais. Comunicação. Estudos de Ciência e Tecnologia.

O objetivo desse texto é mapear as características do conceito de algoritmo como objeto de estudo, proporcionando uma abordagem crítica e aprofundada sobre o que são esses mecanismos. Ao passo que processos digitais se tornam ubíquos, algoritmos se converteram em tópico de conversação sobre como nossa vida é organizada (DOURISH, 2016). Tornou-se algo cotidiano ler manchetes de veículos de comunicação sobre algoritmos. Geralmente associados a discussões sobre privacidade, autonomia e objetividade, algoritmos tendem a ser descritos como agentes técnicos poderosos empregados em diversos processos digitais, como em buscas online, na personalização de interfaces, na sugestão de conteúdos e produtos, na análise de currículos, em avaliações de crédito, etc. Ocupando a posição de sujeito nos enunciados dessas manchetes (ZIEWITZ, 2015), algoritmos são definidos como agentes únicos, unificados, como uma peça inteira que tem determinada função em um dado processo técnico. Para citar um exemplo, o chamado *algoritmo do Facebook* seguidamente é invocado como responsável pelo processo de filtragem dos conteúdos no Feed de Notícias (MEJÍA, 2015). Segundo essa lógica, o criador desse algoritmo “é capaz de decidir o que um bilhão de pessoas leem diariamente no mundo inteiro” (MEJÍA, *online*). Essa abordagem, que parece predominante na discussão pública sobre o tema, reproduz uma noção de algoritmo de caráter sinédoque (GILLESPIE, 2016). Isto é, toma-se a parte, que é a ideia de algoritmo, para designar um todo complexo e formado por diversos atores (KITCHIN, 2016). Logo, algoritmo tem tomado o lugar de outros termos como *tecnologia*, *software*, *sistema* e *mídias digitais* (ZIEWITZ, 2015).

¹ Doutorando na linha de Informação, Redes Sociais e Tecnologias (PPGCOM/UFRGS), orientador: Prof. Dr. Alex Primo, e-mail: willianfaraujo@gmail.com.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

Ao mesmo tempo, na computação, como área de conhecimento e prática profissional, algoritmos têm uma definição bastante estável. Qualquer manual para estudantes de Ciência da Computação apresentará definições similares a esta: “um algoritmo computacional é uma série de passos para realização de uma tarefa que é descrita de forma mais precisa possível para que um computador possa executá-las”² (CORMEN, 2013, p. 1, tradução minha). Logo, algoritmo, na cultura profissional da computação, é a descrição formal de processos computacionais (DOURISH, 2016).

Assim como passa a figurar em manchetes de jornais, algoritmo também se torna uma palavra-chave ascendente em diversas áreas de conhecimentos dentro das chamadas *humanidades*. Pesquisadores de áreas como Sociologia, Antropologia, História e Comunicação têm se dedicado a discutir e analisar os impactos e efeitos desses processos computacionais. Preocupações sobre vigilância, visibilidade online, discriminação e inescrutabilidade desses processos são alguns eixos-temáticos importantes nos estudos sobre algoritmos (ZIEWITZ, 2015). Ao mesmo tempo, metodologicamente, soluções diversas são apresentadas para estudá-los, que vão desde a análise de códigos-fonte, passando por etnografia do desenvolvimento dos mecanismos até análises de discurso do entorno material-discursivo que acompanha esses processos computacionais (KITCHIN, 2016).

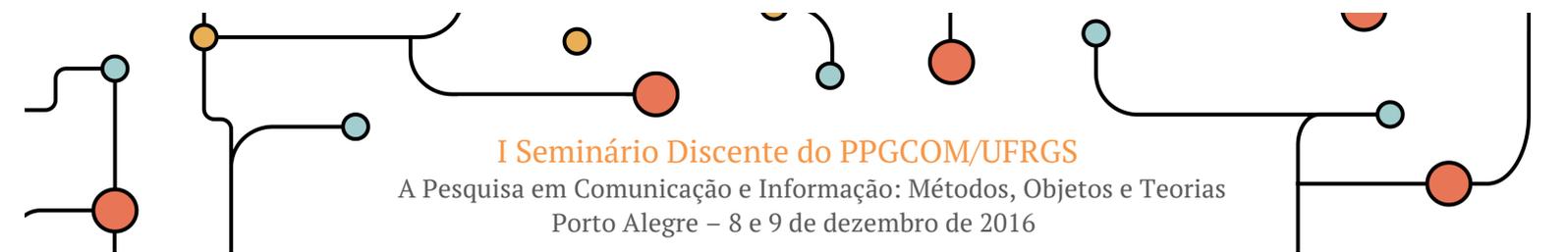
Portanto, no intento de mapear nesse cenário as características de algoritmos como objeto de estudo, realizo uma discussão teórica a partir da seleção de algumas abordagens sobre o tema. A abordagem aqui proposta segue perspectivas teórico-metodológicas dos Estudos de Ciência e Tecnologia (STS)³, como forma de interrogar a agência de processos computacionais sem tomá-los como algo dado ou naturalizado (CHUN, 2008). Como destaca Ziewitz (2015, p. 7, tradução minha), os STS têm uma “longa história em desafiar noções convencionais de agência”⁴. Ao mesmo tempo, a abordagem aqui desenvolvida é associada com observações empíricas da minha pesquisa para tese desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS). A referida investigação busca descrever o processo de construção do Feed de Notícias do Facebook ao longo de 10 anos (de 2006 a 2016), a fim de destacar que valores e entendimento específicos são performados, por exemplo, sobre o que é informação de qualidade.

Sobre algoritmos e agência computacional, é preciso considerar que processos computacionais estão no centro das dinâmicas que compõem a vida coletiva, como

² Do original, “a set of steps to accomplish a task that is described precisely enough that a computer can run it”.

³ Sigla que deriva do termo em inglês “Science and Technology Studies”.

⁴ Do original, “long history in challenging conventional notions of agency”.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

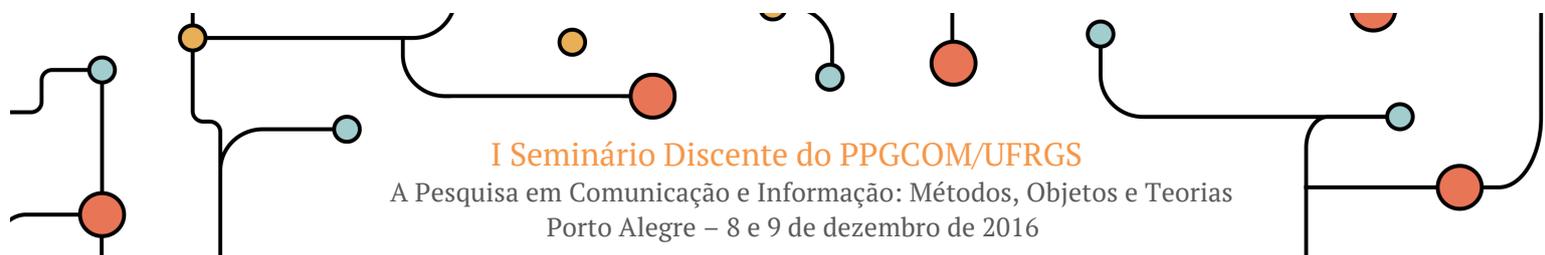
informar-se ou interagir através de ambientes digitais. Logo, relevância ou visibilidade na web são valores atualmente impossíveis de compreender sem levar em consideração a agência de processos algorítmicos geralmente sob a etiqueta de *personalização*. Esses processos estão no centro do sistema informacional, onde condicionam a agência de usuários ao “classificar, filtrar, sugerir, recomendar, sumarizar, mapear e listar informação e conteúdo da web de acordo com parâmetros pré-definidos” (BUCHER, 2012, p. 17). Por outro lado, o nível de sofisticação dos processos algorítmicos, assim como a maneira com que são inscritos em interfaces digitais (com pouco destaque para sua agência e, ao mesmo tempo, impossíveis de desabilitar), torna esse processo opaco e pouco visível, o que proporciona uma aparência de objetividade e de neutralidade (VINCK, 2014).

Para além da dificuldade de compreender a agência de processos computacionais por suas próprias características, o significado de algoritmo representa uma ideia múltipla, que pode variar de acordo com o contexto em que é empregado. Como destacado na introdução, o termo tem se popularizado como uma forma de fazer referência ao poder dos processos computacionais na vida cotidiana (FULLER; HARWOOD, 2015). Para Gillespie (2016), isso ocorre pois é mais fácil apontar seu impacto do que propriamente explicar o que são algoritmos. Dourish (2016), diante dos problemas e mal-entendidos no uso do termo, chega a questionar se faz sentido o uso do termo como abordagem crítica de processos computacionais. Porém, considera que “o termo ainda carrega peso e valor se pudermos posicioná-lo em um enquadramento analítico mais amplo”⁵ (DOURISH, 2016, p. 7, tradução minha).

Algoritmo é um conceito matemático ancestral que está na base de toda computação moderna (GOFFEY, 2008). Em sua definição formal clássica, representa genericamente uma sequência de instruções em comandos lógicos, executáveis, que servem para resolução de problemas computacionais. É a representação de um problema ou tarefa em termos de condições lógicas (conhecimento sobre suas variáveis, ou seja, dados) e de estruturas de controle (estratégia ou passos a seguir para sua resolução) (INTRONA, 2015). Portanto, o que faz um algoritmo não pode ser entendido sem levar em conta o processo de produção das estruturas de dados (DOURISH, 2016).

Como sugere Gillespie (2016), é possível considerar que o termo algoritmo, para além de sua definição formal, passa a servir como alusão a um tipo específico de agência computacional, destacando um composto sociotécnico automatizado de tomada de decisão, no qual elementos da realidade (pessoas, ações, informações) são traduzidos em dados e relacionados matematicamente para infinitos fins. Essa ideia se aproxima da

⁵ Do original, “the term still carries weight and value if we can appropriately locate it within a larger analytic frame”.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

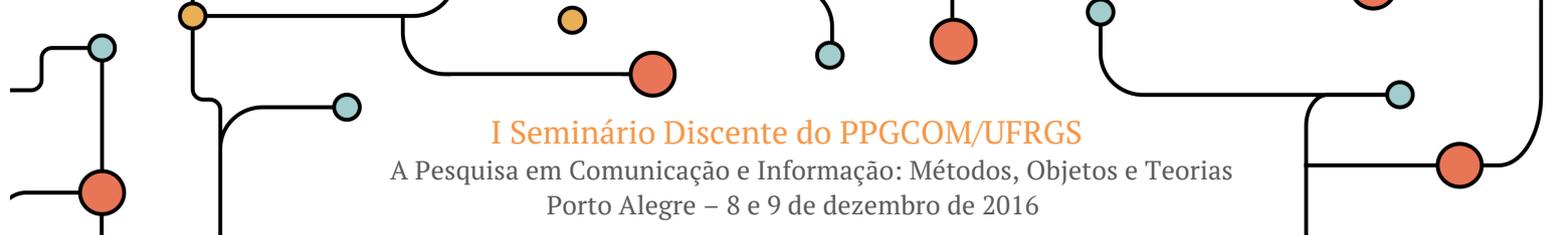
A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

definição do termo *tecnologias performativo-preditivas*, construída por Bruno (2013, p. 170). Pela perspectiva dos estudos de vigilância, a autora destaca processos algorítmicos como produtores de “[u]m futuro de caráter imediato, pois atua no presente, e cuja efetividade é performativa e proativa, semelhante à oracular”, buscando controle e instrumentalização de escolhas individuais.

Se na discussão pública mais ampla algoritmos são representados como um mecanismo único e com características quase místicas, abordagens críticas devem ter ciência de toda a infraestrutura complexa e heterogênea formada por diversos atores, responsáveis pela agência de um processo computacional. Ou seja, é necessário entendê-los como processos relacionais, contingentes e contextuais, como um elemento de um amplo aparato, que não pode ser considerado como algo meramente técnico, objetivo ou imparcial (KITCHIN, 2016). O que algoritmos fazem não pode ser compreendido apenas pela leitura do seu código-fonte, que é apenas um agente relevante do processo: “talvez a parte mais significativa está na maneira como esses algoritmos, como parte de composto sociomaterial, condicionam a produção performativa de práticas e sujeitos” (INTRONA, 2015, p. 14).

Referências

- BUCHER, T. **Programmed Sociality**: a software studies perspective on social networking sites. 2012. Tese (Doutorado em Mídia e Comunicação). Universidade de Oslo, Oslo, 2012. 221 p.
- BRUNO, F. **Maquinas de ver, modos de ser**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2013.
- CHUN, W. H. K. On “Sourcery”, or Code as Fetish. **Configurations**, John Hopkins University Press, v. 16, n.3, p. 299-324, 2008.
- CORMEN, T. H. **Algorithms unlocked**. Cambridge: The MIT Press, 2013.
- DOURISH, P. Algorithms and their others: Algorithmic culture in context. **Big Data & Society**, v. 3, n. 2, p. 1-11, 2016.
- FULLER, M.; HARWOOD, G. **Algorithms are Not Angels**. Vienna, 2015. Disponível: <<http://future-nonstop.org/c/bed167c89cc89903b1549675013b4446>>. Acesso em: 17 fev. 2016.
- GILLESPIE, T. Algorithm. IN: PETERS, B (Org). **Digital Keywords: A vocabulary of Information, Society and Culture**. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2016, p. 18-30.
- GOFFEY, A. Algorithm. In: FULLER, M. (Org.). **Software Studies: a lexicon**. Cambridge, MA: MIT Press, 2008, p. 15-20.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

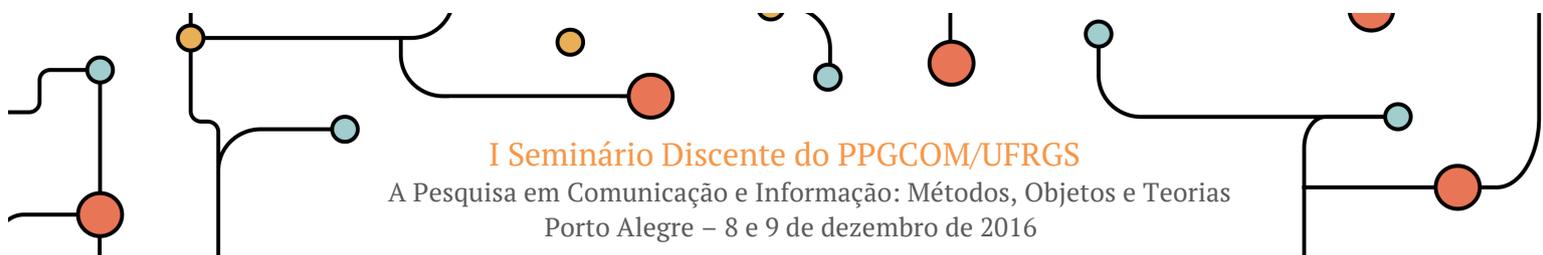
INTRONA, L. D. Algorithms, Governance, and Governmentality: On Governing Academic Writing. **Science, Technology & Human Values**, v. 41, n.1, p. 1-33, 2015.

KITCHIN, R. Thinking critically about and researching algorithms. **Information, Communication & Society**, v. 20, n. 1, p. 14–29, 2016.

MEJÍA, J. **Conheça Greg Marra**; o jovem que decide o que você lê no Facebook. 2015. Disponível em: <<http://link.estadao.com.br/noticias/geral,conheca-greg-marra-o-jovem-que-decide-o-que-voce-le-no-facebook,10000029647>>. Acesso em: 7/11/2016.

ZIEWITZ, M. Governing Algorithms: Myth, Mess, and Methods. **Science, Technology & Human Values**, v. 41, n.1, p. 3-16, 2015.

VINCK, D. Engineering practices. **Revue d'anthropologie des connaissances**, v. 8, n. 2, p. a-s, 2014.



ECOLOGIA DA INTERNET ALGORÍTMICA

Mario Arruda¹

Palavras-chave

Internet. Algoritmos. Estética. Filtro-bolha. Redes sociais.

Este projeto propõe o desenvolvimento da pesquisa intitulada *Ecologia da internet algorítmica*, voltada à análise dos algoritmos de dados que organizam a internet. A inteligência artificial capacitada pelos processadores contemporâneos é capaz de rastrear, calcular e fazer relações entre os dados a ponto de conseguir estabelecer uma organização quase instantânea dos conteúdos compartilhados na rede. Isso tem gerado a alocação de conteúdos que mantêm sentidos aproximados em determinados territórios. Com isso, ocorre a criação de bolhas de interação programada na internet, as quais restringem a circulação de informação. Pensando nisso, nosso projeto visa encontrar caminhos para o estabelecimento de novas relações dadas por encontros improváveis agenciados por produções estéticas diversas.

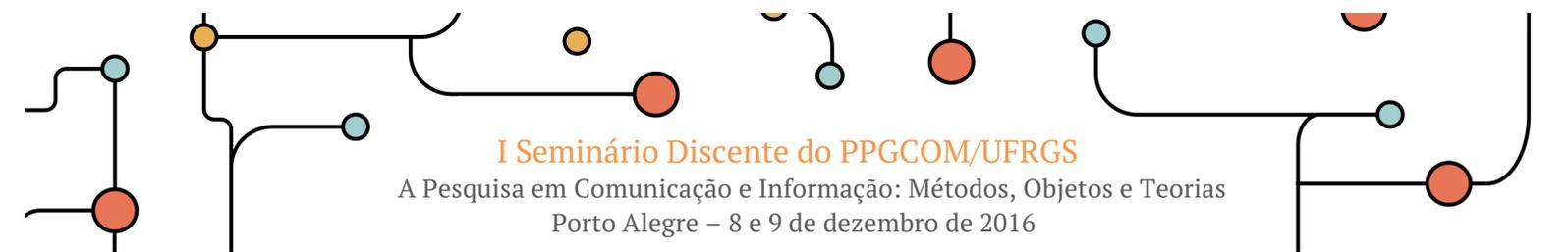
Para a realização do projeto, descreveremos as lógicas da internet algorítmica em busca de sua estruturalidade. No estágio atual da pesquisa, já conseguimos perceber que em seu cerne está a interatividade, já que todo algoritmo é baseado em documentos que buscam mapear formalmente as relações entre os termos e conceitos dos dados. A partir desses documentos de mapeamento das relações, os algoritmos funcionam como instruções de aproximação ou afastamento, que tornam visíveis ou invisíveis futuros dados em determinados territórios online.

Estudos recentes dos algoritmos digitais das redes sociais e dos mecanismos de busca, que são discutidos por Pierre Levy², nos fazem entender que o consumidor de informação digital entra em contato primordialmente com aquilo que possa lhe interessar diante de seu percurso dentro da rede. As possibilidades de cruzamento de informação não são de todo livres e obedecem a um regime de similaridade de conteúdo ou emissão, uma estrutura formada pela regularidade das interações, segundo Raquel Recuero (2009).

Os rastros digitais deixados pelas interações (cliques, visualizações, buscas, *logins*) são os objetos de análise que fazem e refazem o algoritmo, segundo Tarleton

¹ Mestrando na linha de pesquisa Significação e Cultura (PPGCOM/UFRGS), orientador: Prof. Dr. Alexandre Rocha da Silva, e-mail: marioarruds@gmail.com.

² Disponível em: <http://brasileconomico.ig.com.br/mundo/2015-05-22/se-voce-entender-os-algoritmos-da-internet-tomara-o-poder.html>



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

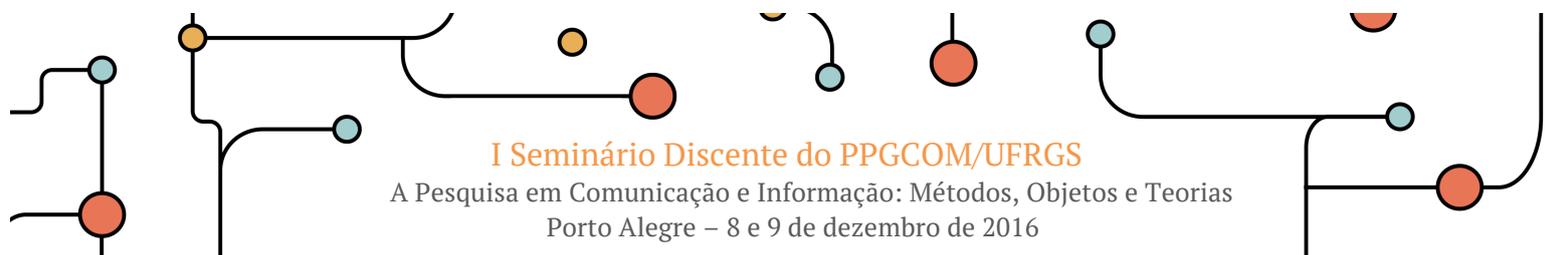
Gillespie (2013). A inteligência artificial torna possível não só rastrear e organizar conteúdos, mas também rastrear e organizar os interesses dos usuários, devido a probabilidades estatísticas. Os algoritmos então fazem uma espécie de avaliação de relevância do que possa interessar a cada pessoa, mostrando ou escondendo determinados conteúdos, antecipando interesses e com isso provocando a produção de “públicos calculáveis” (GILLESPIE, 2013). Essa é a forma de sua hierarquização hegemônica devido aos interesses comerciais das grandes empresas que mantêm bancos de dados na web como Google, Facebook, Yahoo, Twitter, Instagram, etc, que podem com isso vender possibilidades de anúncios direcionados aos públicos potenciais para qualquer marca.

A constituição dos públicos calculáveis se torna possível porque eles são agrupados em espaços online a partir de seus interesses: são o que chamaremos nesse trabalho de bolhas algorítmicas ou o resultado dos “filtros invisíveis” (PARISER, 2012), assim intitulado o mecanismo de seleção e circulação de informações na internet. Mais especificamente, veremos que as bolhas criam e mantem “códigos” (ECO, 2014) específicos que garantem as relações em seu interior. A bolha se torna um “território existencial” (DELEUZE; GUATTARI, 2012), um espaço onde os indivíduos mantêm semelhanças diversas ao ponto de constituírem uma subjetividade previsível. Sendo assim, o tipo de interação em relação a qualquer informação pode ser calculado através da álgebra relacional pela inteligência artificial.

Vemos então que, quanto mais mapeadas as relações, maior o poder de controle sobre a circulação de informação e seus efeitos. Quanto mais interações se dão ‘dentro’ de uma bolha, mais rastreiam-se tendências e relações e assim mais se especializam os códigos. A interação programada pela bolha garante os públicos calculáveis ao passo que aliena os indivíduos em seus códigos hiperespecíficos, dando a falsa noção de que o mundo fala aquilo que passa na superfície de sua tela.

A partir disso, a constituição de uma web aberta ao “devir” (DELEUZE, 1992) na internet perpassa a desmontagem e reagrupamento das representações já assimiláveis pelo algoritmo de rastreamento digital. Lembrando que o mecanismo atribui os significados aos dados através das relações mapeadas, um possível desvio do aparelho algorítmico digital dá-se pela instauração de conexões improváveis entre signos.

De forma mais específica, o tipo de território que faz variar a estrutura das bolhas algorítmicas é aquele que é formado por montagens estéticas que resultem em processos de singularização dos elementos envolvidos. Vai nos interessar então o processo de desterritorialização (DELEUZE; GUATTARI, 2011) de dados, o que obriga o algoritmo a



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

estabelecer outras distribuições de informação digital. Esse processo se dá pela movimentação de dados entre territórios que não mantém conexão prévia, ou seja, por uma movimentação projetiva, capaz de criar um novo território ainda sem sentido bem delimitado.

Para que se torne claro, nos aprofundaremos no aparecimento de novas bolhas (novos territórios existenciais) a partir de obras estéticas no espaço online. Entendemos nesse trabalho a estética como uma máquina, ou seja, a estética como um processo capaz de gerar reconfigurações de sentido e organização nas estruturas nas quais toca, aos modos de Félix Guattari em seu livro *Caosmose: um novo paradigma estético* (2012). Diante disso, se torna evidente que para conseguirmos apreender a desterritorialização de dados através da produção de novos territórios, precisaremos inicialmente nos voltar à estrutura dos bancos de dados da internet para chegarmos na possibilidade de entender como é possível a criação de interfaces maquínicas online.

A escolha do *corpus* dessa pesquisa tem como objetivo encontrar a relação de obras estéticas com a estrutura da internet na medida em que fazem variar a organização digital online. Para delimitar de modo mais preciso utilizaremos como critério as categorias que constituem o conceito de código digital-cultural, que orienta metodologicamente o nosso trabalho. Sendo assim, de modo mais claro podemos estabelecer o seguinte método de escolha das obras que tenham as seguintes características:

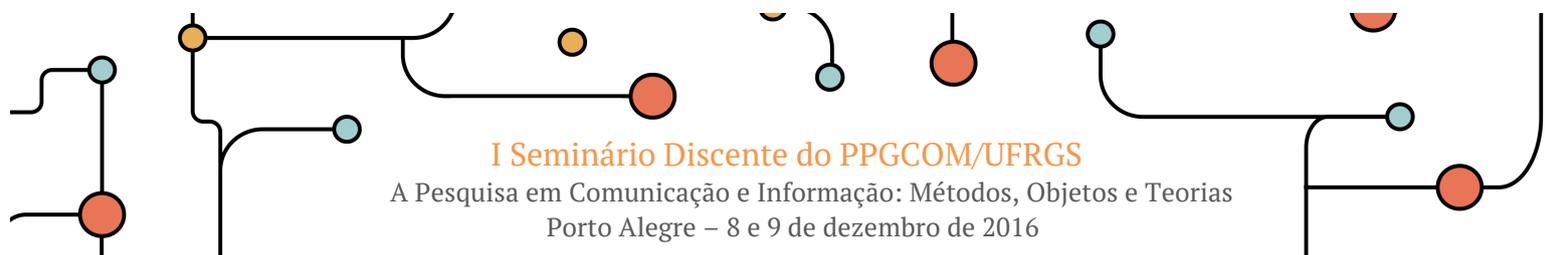
- 1) heterogeneidade de códigos;
- 2) provoquem variação nos processos de subjetivação nas redes sociais;
- 3) constituam espaços topológicos dados por ligações assignificantes, tomem como conteúdo outros meios de comunicação ou provoquem uma organização autônoma e autopoietica.

Diante dos levantamentos feitos até aqui, surgem as seguintes questões:

Sobre o corpus (objeto de pesquisa):

1. que obras estéticas contemporâneas foram capazes de criar novos territórios existenciais e que manifestaram essa característica através da criação de novas bolhas algorítmicas?

Sobre a estrutura da internet (construção do objeto de pesquisa):



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

2. podemos considerar que a estrutura algorítmica permite que as empresas que mantêm bancos de dados na internet atuem como os *gatekeepers* contemporâneos no que tange à circulação de informações?

Sobre o método de análise (metodologia)

3. Vimos que as bolhas algorítmicas são espaços formados por corpos que mantêm relação entre si e que constituem um código cultural (ECO, 2014). Sendo assim, como encontrar objetos de análise fora de nossas bolhas? Mais do que isso, como analisar objetos de forma distanciada a ponto de se perceber seus efeitos e sua estrutura?

Referências

DELEUZE, G.; GUATTARI, F. **Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia 2**, vol. 1. São Paulo: Editora 34, 2011.

_____. **Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia 2**, vol. 2. São Paulo: Editora 34, 2011.

_____. **Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia 2**, vol. 4. São Paulo: Editora 34, 2012.

ECO, U. **Tratado geral de semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 2014.

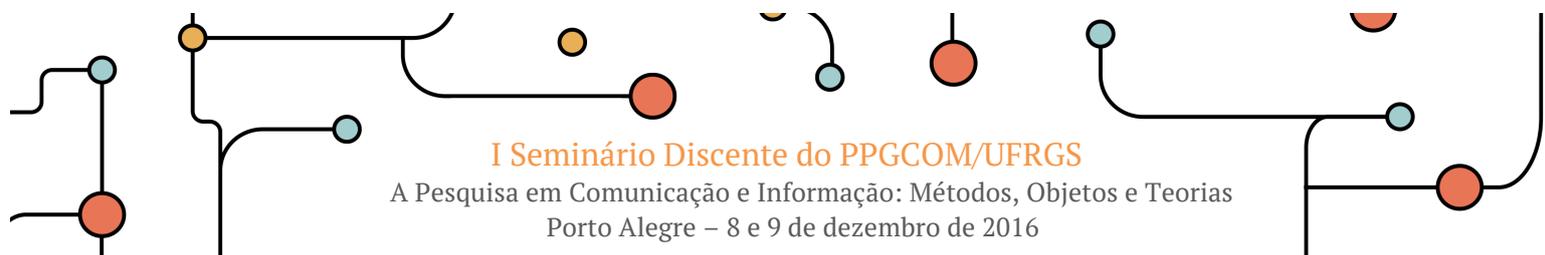
GILLESPIE, T. The relevance of algorithms. **Media Technologies: Essays on communication, materiality, and society**. Cambridge, 2013. Disponível em: <http://governingalgorithms.org/wp-content/uploads/2013/05/1-paper-gillespie.pdf>.

GUATTARI, F. **Caosmose: um novo paradigma estético**. São Paulo: Editora 34, 2012.

GUATTARI, F.; ROLNIK, S. **Micropolítica: Cartografias do desejo**. Petrópolis: Vozes, 1996.

PARISER, E. **O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.



MÁQUINAS QUE LEEM E ESCREVEM: QUESTIONAMENTOS SOBRE A ESCRITA HUMANA E COMPUTACIONAL

Luiza Santos¹

Palavras-chave

Máquina. Leitura. Escrita. Materialidade. Tradução.

Indagações a partir do campo da Ciência da Informação, como a de González de Gómez (2009) acerca da ontologia da informação, são também de grande importância para o da Comunicação. Ao questionar-se sobre a estrutura fundamental da informação, a autora se depara com o dilema de pressupor teoricamente uma origem material ou imaterial da informação – assumir uma ou outra posição ontológica resulta na construção de saberes específicos distintos para a Ciência da Informação. Tal colocação não é menos verdadeira para a Comunicação (ou, ainda, para os estudos das tecnologias digitais de mídia), ou qualquer outro campo de investigação que venha a se deparar com questão semelhante.

A constante referência à forma na qual a informação está contida, o meio no qual a informação é veiculada, parece pressupor que forma e conteúdo são não apenas coisas distintas como também dissociáveis entre si. Essa noção se intensifica na abordagem do conceito de documento, parte essencial do trabalho do cientista da informação (GÓMEZ, 2009). Nesse caso, documento é o objeto no qual a informação está contida e tal informação parece ser sempre algo que se fala sobre os fatos e objetos – me parece aqui, que fica subjacente a ideia de que informação é algo que se extrai e, posteriormente, se cataloga, resume, organiza, segmenta. O conteúdo – a informação – é, novamente, parte tanto do objeto no qual estaria contida quanto do qual foi extraída: os objetos, em si, não são informações, apenas as contêm.

Padecemos, na Comunicação, do mesmo mal. Com frequência, nossos estudos voltam o olhar para os significados, deixando de lado os objetos: estudamos, por exemplo, o discurso televisivo, mas dificilmente o aparato televisão. Pesquisar os objetos de comunicação é visto, não raro, como um tema menor, ainda que perspectivas como a Teoria da Mídia Alemã (GUMBRECHT, 2010), Arqueologia da Mídia (PARIKKA, 2012) e a

¹ Doutoranda na linha de pesquisa Informação, Redes e Sociais e Tecnologias (PPGCOM/UFRGS), orientadora: Profa. Dra. Suely Fragoso, e-mail: luizacdsantos@gmail.com.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

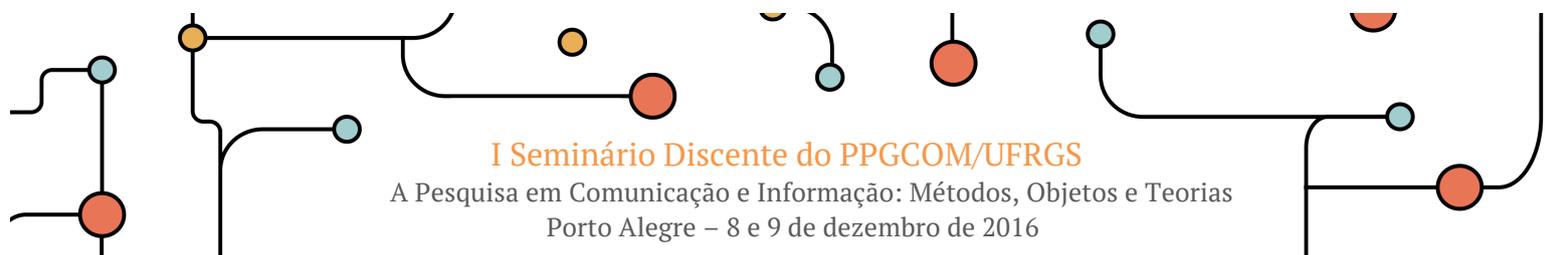
Ontologia Orientada ao Objeto (HARMAN, 2016) venham apontando em tal direção. Vivemos, ainda, entretanto, em um paradigma imaterial, seguindo a noção de Kuhn (1997), estranhamente tanto mais desmaterializado quanto mais tecnológico.

O âmbito da cibercultura é marcado por tal imaginário: usamos termos como nuvem, ubiquidade ou trabalho imaterial - para ficar apenas em poucos exemplos de uma ampla terminologia desmaterializante - mesmo sabendo que, em última instância, a nuvem é constituída por servidores fisicamente reais, que a ubiquidade só é possível através do uso de aparatos tecnológicos móveis e que, no fim das contas, todo trabalho, independente do nível de abstração e criatividade que possa envolver, se inscreve no corpo, seja este homem ou máquina (KITTLER, 1999).

Latour (1992) é um dos autores contemporâneos a argumentar a favor da inclusão dos aparatos técnicos nos estudos das Ciências Sociais, situando-os como os elementos que faltam para que os sociólogos sejam capazes de recompor o social em seus trabalhos. A teoria latouriana é centrada na ideia de que os agentes não-humanos ocupam lugares na sociedade e executam ações, muitas vezes ações em substituição ao trabalho humano e agenciam, com sua ação prescritiva, outras ações de agentes tanto humanos quanto não-humanos. Assim, os agentes não-humanos tanto agem quanto fazem agir e, portanto, não é possível segregar o humano do tecnológico.

Para que não-humanos possam executar ações no lugar de humanos, as máquinas possuem prescrições – modos de ação programados para determinados contextos – que são construídos, claro, por agentes humanos. As prescrições de uma máquina podem ser mais ou menos restritivas (em relação as ações que os humanos podem executar) e, por causa das prescrições (ou seja, dos comandos que uma máquina deve executar e como), uma máquina pode realizar discriminações, uma vez que nem todos os humanos irão se enquadrar no perfil do ‘usuário’ imaginado ou no cenário de respostas imaginadas. Isso nos leva a uma primeira questão: a partir das prescrições maquínicas, é possível pensar que a máquina possui um viés? Se sim, quais as consequências dessa premissa e como articular esse modo de pensamento?

Outro conceito interessante de Latour (1992) é o de máquinas figurativas e não-figurativas. Pergunto-me se o uso de máquinas não figurativas para a substituição cotidiana de ações tradicionalmente humanas não contribuem para um certo apagamento tanto dos aparatos tecnológicos quanto de suas funções. Explico: embora o conceito de uma máquina figurativa, como, por exemplo, um robô doméstico, tal como imaginado nodesenho animado dos Jetsons (ou ainda mais orgânico), possa parecer mais natural, a tentativa de ‘parecer’ humano pode funcionar como uma característica que aponta



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

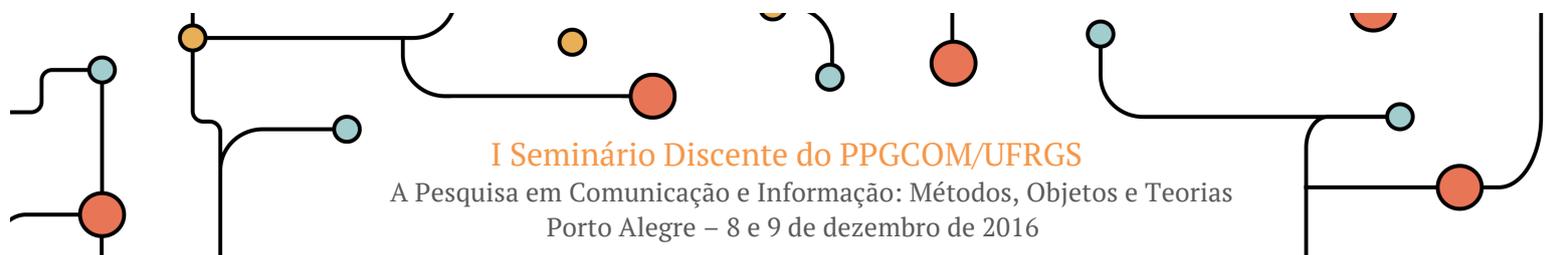
justamente para o fato de não ser, de fato, humano e atuar em substituição deste. Não possuímos, entretanto, o robô que executa tarefas domésticas como os Jetsons, mas não deixamos de ter uma máquina que lava e seca nossa roupa, outra que lava e seca nossa louça, outra que prepara o arroz no tempo certo e outra ainda que liquidifica tudo aquilo que desejamos (e assim por diante). Desta forma, uma série de funções humanas se tornam maquínicas cotidianamente e, com o passar do tempo, se naturalizam, tanto os aparatos quanto as funções que eles cumprem.

Se inventamos máquinas para que elas possam realizar ações para que nós humanos não precisemos fazê-las nós mesmos, quando pensamos em um computador, estamos pensando em uma máquina que pode realizar uma porção de tarefas diferentes. O computador pode calcular, desenhar, pesquisar – e certamente pode também ler e escrever. Estamos falando aqui, é claro, de um outro tipo de leitura e escrita, distinta da ação humana, mas tal constatação faz com que se torne muito urgente pensarmos em que tipo de ações de escrita e de leitura estamos delegando aos nossos computadores e quais as consequências disso. Hoje, estamos lendo e escrevendo em uma máquina que também possui sua própria linguagem, o que se torna radicalmente diferente de ler e escrever em um pedaço de pedra, tecido ou papel.

Para Kittler, humanos e máquinas são elementos que não se substituem e atuam de forma autônoma um em relação ao outro, funcionando como um conjunto que integra um sistema sensorial mais amplo, uma vez que as operações computacionais são formas de simbolização que não estão atreladas a uma cognição humana (HANSEN, 2012). O computador seria uma ferramenta de escrita que é capaz de ler e de escrever por si só, deixando, assim, de ser simples ferramenta.

Considerando o domínio computacional, nosso foco neste trabalho, o que ocorre não é uma alteração do simbólico para o real, como propõe Kittler (1999) ao falar dos registros realizados através do filme, do gramofone ou da máquina de escrever, mas sim uma alteração de um simbólico para outro. O simbólico centrado no humano passa a ser um simbólico que é centrado na máquina, passando de uma simbolização através da linguagem que compreendemos como natural para uma simbolização que ocorre através dos números. São dois corpos, duas linguagens e duas simbolizações distintas e independentes.

Se vivemos, portanto, em um sistema integrado, embora independente, com essas máquinas que leem e escrevem, como podemos pensar a própria leitura e escrita humanas em relação com essas máquinas?



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

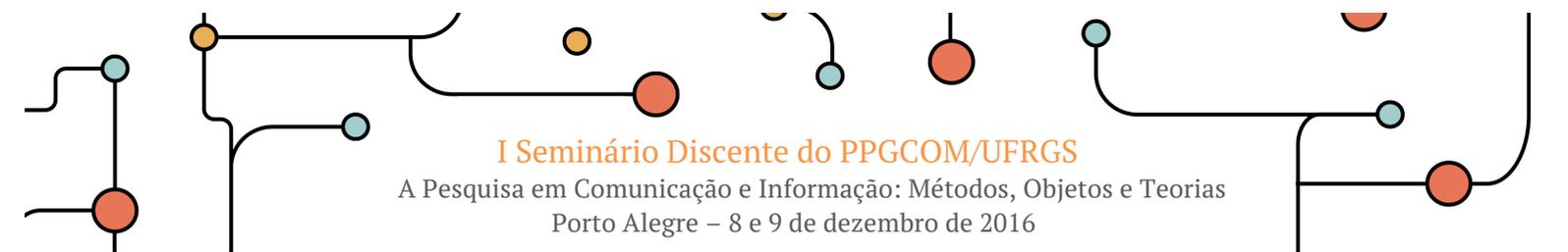
Partindo da ideia de que somos seres humanos que leem e escrevem em máquinas que também leem e escrevem, que somos seres humanos nos comunicando não apenas *através* de um computador, mas também *com* um computador e que vivemos em um mundo onde nossas máquinas também estão se comunicando umas com as outras – seria a questão da leitura e da escrita na era digital também uma questão de tradução? Aqui o centro da discussão deixaria de ser o suporte de leitura e de escrita, tornando-se, na verdade, uma questão de linguagem e comunicação em si, absolutamente permeada pela materialidade que compõe tanto humanos quanto não-humanos.

São muitos os padrões que permeiam as diversas etapas de programação de nossos máquinas e de comunicação entre estas e os atores humanos. Do *American Standard Code for Information Interchange (ASCII)*, um código binário que codifica sinais gráficos, utilizado na representação de textos em computadores e outros aparatos técnicos, para o HTML, Unicode e XML, entre tantos outros, são muitas as camadas que nos separam de nossas máquinas e nos afastam de qualquer ideia de neutralidade tecnológica possível. A questão estaria, portanto, para além dos elementos que estão disponíveis para nós em um primeiro olhar, para além da máquina que tocamos e da interface que utilizamos para manipular essa máquina: o ambiente da comunicação digital é ainda complexo e obscuro.

Se é preciso buscar as camadas que medeiam essa relação humano-máquina, olhando para o hardware, para o código, para os standards e para a própria escrita do computador, seria este trabalho uma investigação de cunho arqueológico?

Colocar os objetos (sociais, técnicos, naturais, etc.) como centro de uma pesquisa é também deslocar o próprio ser humano e reconhecer que grande parte das relações no universo se dá sem a nossa participação enquanto humanos - ou, no mínimo, ocorre à nossa revelia. Perguntamos-nos, portanto, o que significa pensar isso dentro das Ciências Sociais Aplicadas, mais especificamente da Comunicação, em um ambiente que é cada vez mais habitado por seres maquínicos? E mais: que riscos advém de não pensarmos também as máquinas e os agenciamento maquínicos pelo viés da comunicação?

Pensar os objetos técnicos de escrita, as camadas que os compõe e as dimensões de nossas relações com esses objetos é uma tentativa de buscar desvelar o viés maquínico que está oculto, que deixamos de perceber, e prestar atenção naquilo que estamos inscrevendo nas máquinas – e no que elas estão inscrevendo no mundo.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

Referências

GONZÁLEZ DE GÓMEZ, M. N. . **A reinvenção contemporânea da informação: entre o material e o imaterial.** Pesq. bras. Ci. Inf., Brasília, v.2, n.1, p.115-134, jan./dez. 2009.

GUMBRECHT, H. U. **Produção de Presença: o que o sentido não consegue transmitir.** Rio de Janeiro: Contraponto/Ed. PUC-Rio, 2010.

HANSEN, M. Symbolizing Time: Kittler and 21st Century Media. In: SALE, S.; SALISBURY, L. (Org.) **Kittler Now**, Palo Alto: Stanford University Press, p. 210-237, 2012.

HARMAN, G. **Immaterialism.** Cambridge: Polity Press, 2016.

KITTLER, F. **Gramophone, Film, Typewriter.** Stanford, CA: Stanford University Press, 1999.

_____. **The Truth of the Technological World: essays on the Genealogy of Presence.** Stanford, CA: Stanford University Press, 2013.

_____. **Mídias ópticas.** Rio de Janeiro, RJ: Contraponto, 2016.

KUHN, T. **A Estrutura das Revoluções Científicas.** São Paulo, SP: Perspectiva, 1997.

LATOUR, B. Where are the missing masses? The sociology of a few mundane artifacts. In: **BIJKER, W; LAW, J. (Org.). Shaping Technology/Building Society: Studies in Sociotechnical Change**, p. 225-258. Cambridge, Mass.: MIT Press, 1992.

PARIKKA, J. **What is media archaeology?** Cambridge: Polity, 2012.

ALTMETRIA: USO DAS MÍDIAS SOCIAIS PARA GERAÇÃO DE INDICADORES DE IMPACTO NA CIÊNCIA

Gonzalo Rubén Alvarez¹

Palavras-chave

Produção científica. Indicadores de Impacto. Análise de citação. Altmatria. Mídia Social.

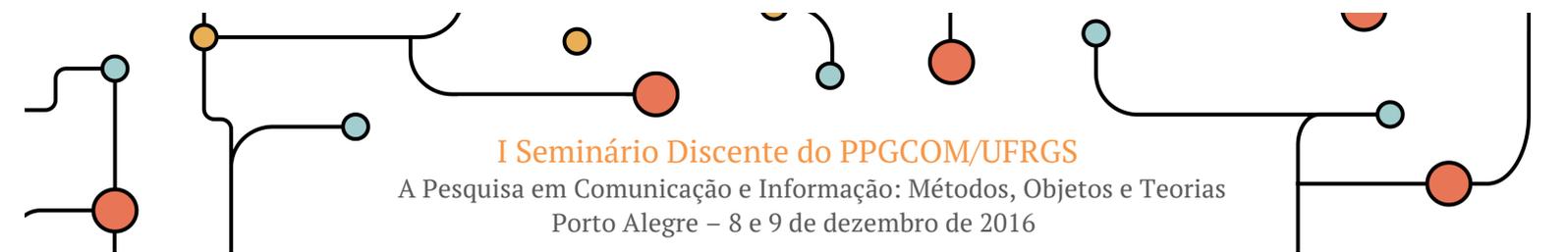
A crescente demanda por indicadores de atividade e de impacto em instituições de pesquisa nos tempos atuais encontra-se atrelada à necessidade de demonstração do valor dos resultados da investigação não só para a comunidade científica, mas também para a sociedade na qual se encontram inseridas. Avaliações métricas da ciência permitem descrever as características da produção científica de uma área, assim como medir seu impacto em um período determinado de tempo. Nesse sentido, os indicadores bibliométricos tornam-se ferramentas de gestão para os órgãos de fomento no momento da tomada de decisão, visto que deles depende a concessão de financiamento para a ampliação das pesquisas.

A partir do aumento do uso de ferramentas como o Facebook, o Twitter e o Mendeley, dentre outras, as mídias sociais foram rapidamente identificadas como fontes potenciais para medir o impacto da investigação científica na web social por meio de *indicadores altimétricos* (ARAÚJO; CARAM; SOUZA, 2016).

Indicadores de impacto tradicionais, baseados na contagem de citações das publicações, refletem na comunicação científica dos pesquisadores de uma área e buscam estimar a contribuição que os resultados de atividade ou produção científica tiveram para um campo ou área de conhecimento (ROMANCINI, 2010). Vanz e Caregnato (2003) manifestam que, além de permitir o conhecimento sobre como acontece a comunicação dentro de um domínio específico, o uso desses indicadores bibliométricos permite o mapeamento de teorias e metodologias consolidadas.

Weinstock (1971) destaca quinze razões para uso da citação: homenagear os pioneiros; dar crédito para trabalhos relacionados; identificar metodologia, equipamento etc.; prover leitura de referência; corrigir o próprio trabalho; corrigir o trabalho de outros;

¹ Doutorando na linha de pesquisa em Informação, Redes Sociais e Tecnologias (PPGCOM/UFRGS), orientadora: Profa. Dra. Sônia Elisa Caregnato, e-mail: gonzalorubenalvarez@gmail.com.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

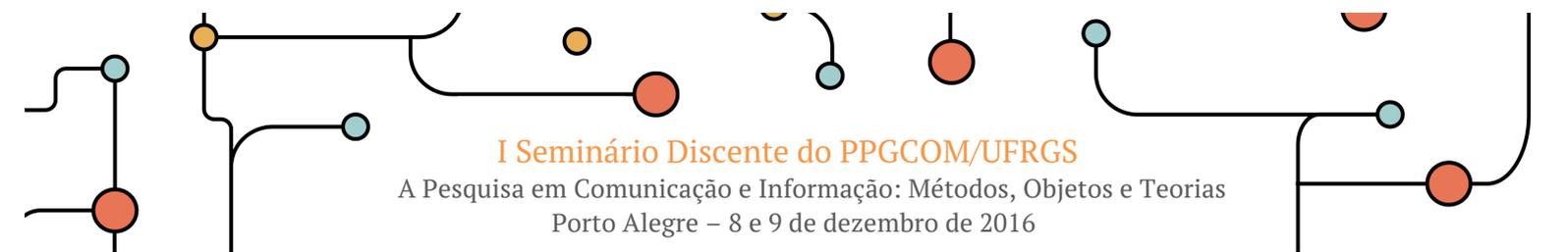
analisar criticamente estudos anteriores; reivindicar publicações; alertar investigadores para futuros trabalhos; dar relevância para investigações pouco disseminadas, inapropriadamente indexadas ou não citadas; autenticar informações e categorias de fatos, constantes físicas etc.; identificar *papers* originais nos quais uma ideia ou conceito for discutido; contrapor ideias de pares; discutir manifestações prioritárias de outros. Como observado, o número de citações depende de uma série de fatores sociais e hábitos dos pesquisadores, portanto, deve ser apreendido como um valor estimado e parcial do impacto e/ou da qualidade de uma publicação.

Apesar dos estudos de citação se constituírem como uma consolidada ferramenta para a obtenção de indicadores bibliométricos de impacto, alguns autores como MacRoberts e MacRoberts (1989) elencam uma série de problemas com relação a eles: influências formais e informais não citadas; citação tendenciosa; autocitação; diferentes tipos de citações; variações na taxa de citação relacionadas ao tipo de publicação, nacionalidade, período de tempo, tamanho e tipo de especialidade; limitações técnicas dos índices de citação e bibliografias (autoria múltipla, sinônimos, homônimos, erros de escrita, cobertura da literatura); contagem de citações limitada a publicações formais, desconsiderando o contexto e as razões de citação; processo de avaliação por pares lento (PRIEM *et al.*, 2010).

Levando em consideração essas e outras limitações dos estudos de citações tradicionais, os proponentes da *Almetria* como disciplina defendem a ideia de que novas métricas, baseadas em plataformas de mídias sociais, são necessárias para medir o impacto da ciência produzida nas instituições e centros de pesquisa. Conforme Araújo (2015), dentre as vantagens que os estudos *altimétricos* oferecem pode-se citar a capacidade de identificar e analisar o impacto da pesquisa científica das áreas tanto dentro quanto fora da comunidade científica, podendo dimensionar o impacto social da produção acadêmica.

Apesar das vantagens enunciadas por alguns autores, várias críticas foram realizadas a respeito da incorporação das mídias sociais e da utilização de *altmetrics* para avaliar o impacto da pesquisa científica. Alguns autores têm se centrado na falta de validação das chamadas '*métricas alternativas*' e nas limitações da coleta de dados (WOUTERS; COSTAS, 2012). Enquanto outros têm argumentado que as *altmetrics* não podem ser consideradas indicadores de impacto, mas sim de atenção e de popularidade (SUGIMOTO, 2015).

O surgimento e adoção das *altmetrics* para medir o impacto da investigação científica podem ser relacionados com os avanços tecnológicos e com a criação de novas



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

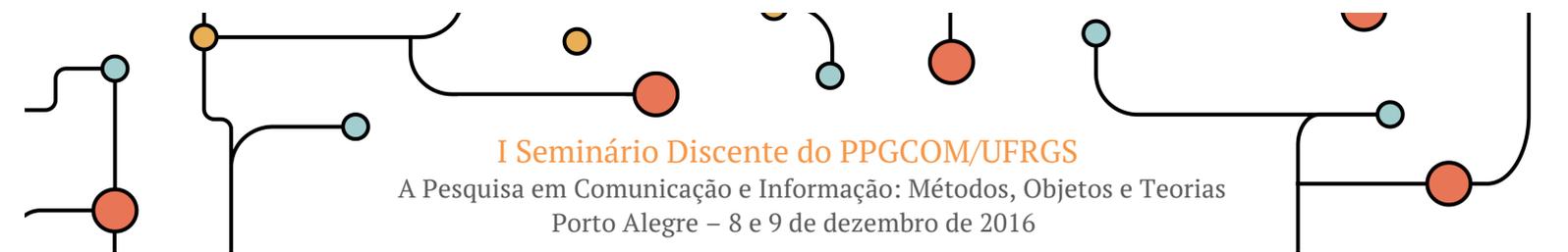
mídias sociais. Nesse sentido, as transformações tecnológicas e sociais convergem com os interesses dos órgãos de financiamento à pesquisa na busca por indicadores de impacto mais qualificados. Sugimoto *et al.* (2016) explanam que a maioria dessas *altmetrics* não pode existir fora da plataforma em particular, o que se traduz em uma variedade de indicadores totalmente específicos para e dependente da ferramenta subjacente para medir o impacto da ciência na sociedade em geral.

Apesar das incertezas geradas sobre a inclusão ou não das mídias sociais para geração de indicadores de impacto da produção científica, o uso crescente das mesmas na comunicação acadêmica e a adoção de *altmetrics* são mais do que simples questões. Enquanto, a primeira etapa da era digital na comunicação acadêmica incluía a utilização de e-mails e revistas eletrônicas, esta segunda inclui o uso de ferramentas que possibilitam o diálogo acerca de resultados científicos fora da comunidade científica, intensificando a discussão sobre eles (SUGIMOTO *et al.*, 2016).

Portanto, partindo da afirmação de que a prática da citação impacta pura e exclusivamente no meio acadêmico e na comunicação científica entre os pares de uma área especializada, apresenta-se como problema de pesquisa a seguinte questão: Qual é o impacto social que as *altmetrics* proporcionam? O uso de *altmetrics* reflete na comunicação entre pesquisadores e entre pesquisadores e sociedade? Qual é o significado de uma menção, post, comentário ou *tweet* nas mídias sociais?

O objetivo desta proposta é analisar, portanto, o impacto social que as *altmetrics* proporcionam e o reflexo dessa prática na comunicação entre pesquisadores, pesquisadores-sociedade. Como metodologia, a pesquisa exploratória investiga o impacto social que as *altmetrics* proporcionam. A análise altimétrica inclui uma pesquisa de caráter quali-quantitativo. A pesquisa tem como objeto de estudo as menções, *posts*, *tweets* e comentários nas mídias sociais da produção científica de uma área especializada do conhecimento. A coleta dos dados altimétricos sobre os artigos científicos será realizada por meio do uso de APIs (*Application Programming Interface*) em um período de tempo previamente estabelecido. As consultas nas APIs serão parametrizadas pela URL de cada artigo com DOI publicado em revista científica, com sua representação quantitativa em termos de menções, *posts*, *tweets* e comentários conforme o tipo de mídia social.

Por fim, a inclusão das mídias sociais na avaliação da ciência produzida nas instituições acadêmicas e centros de pesquisa por meio de indicadores de impacto abriu um novo canal de comunicação e discussão de resultados científicos entre pesquisadores. Os estudos *altimétricos* consideram-se uma ferramenta importante para analisar a comunicação e as relações entre pesquisadores, pesquisadores-sociedade em geral.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

Referências

ARAÚJO, R. F. de. Da altmetria à análise de citações: uma análise da revista Datagramazero. **Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia**, v. 10, n. 1, 2015.

ARAÚJO, R. F. de.; CARAN, G. M.; SOUZA, I. V. P. de. Orientação temática e coeficiente de correlação para análise comparativa entre dados altmétricos e citações: uma análise da revista DataGramazero. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 22, n. 3, set./dez., 2016.

MACROBERTS, M. H.; MACROBERTS, B. R. Problems of citation analysis: a critical review. **Journal of the American Society for Information Science**, Washington, DC, v. 40, n. 5, p. 342-349, 1989.

PRIEM, J. *et al.* **Altmetrics**: a manifesto. 2010. Disponível em:
<<http://altmetrics.org/manifesto/>>. Acesso em: 13 nov. 2016.

ROMANCINI, R. O que é uma citação? a análise de citações na ciência. **InTexto**, Porto Alegre, v. 2, n. 23, p. 20-35, jul./dez. 2010.

SUGIMOTO, C. "**Attention is not impact**" and other challenges for altmetrics. 2015. Disponível em:
<<https://hub.wiley.com/community/exchanges/discover/blog/2015/06/23/attention-is-not-impact-and-other-challenges-for-altmetrics>>. Acesso em: 14 nov. 2016.

SUGIMOTO, C. R. *et al.* Scholarly use of social media and altmetrics: a review of the literature. **arXiv preprint arXiv:1608.08112**, 2016.

VANZ, S. A. de S.; CAREGNATO, S. E. Estudos de citação: uma ferramenta para entender a comunicação científica. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 9, n. 2, p. 295-307, 2003.

WEINSTOCK, M. Citation index. In: KENT, A.; LANCOUR, H. (Ed.). **Encyclopedia of Library and Information Science**. New York: M. Dekker, 1971. v. 5, p. 19.

WOUTERS, P.; COSTAS, R. Users, narcissism and control: tracking the impact of scholarly publications in the 21st century. In: INTERNATIONAL CONFERENCE OF SCIENCE AND TECHNOLOGY INDICATORS, 17., Utrecht. **Proceedings...** Utrecht: SURFfoundation, 2012.

O IMAGINÁRIO DO JORNALISMO – TRANSFORMAÇÕES DO INDUSTRIAL AO PÓS- INDUSTRIAL

*Andriolli de Brites da Costa*¹

Palavras-chave

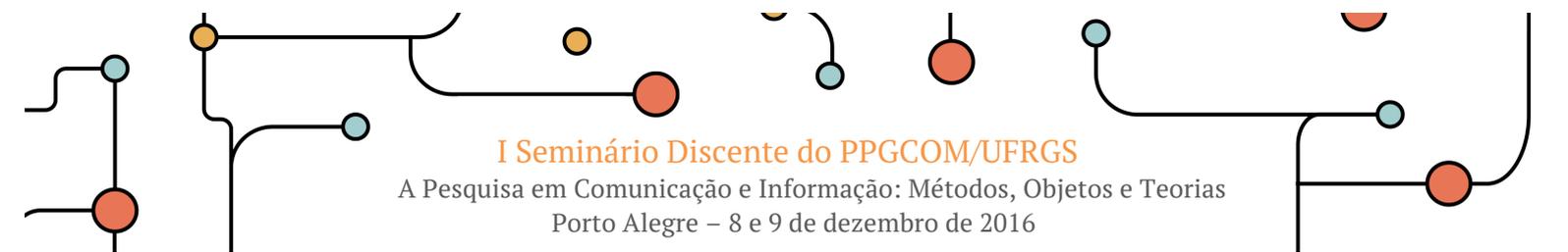
Jornalismo. Imaginário. Pós-industrial. Mito.

Este trabalho compartilha de uma mesma inquietação que outras tantas pesquisas contemporâneas que permeiam o campo do Jornalismo: a busca por melhor compreender seu cenário de crises e transformações. Mudanças estas que, mais do que meramente vinculadas a gêneros, formatos ou modelos de negócios, ocorrem nas bases estruturais do Jornalismo. Crises que tensionam este objeto em suas mais diversas instâncias, da academia ao mercado profissional, como instituição social e até mesmo como forma de conhecimento do tempo presente.

O Jornalismo como conhecemos mudou de poucas décadas para cá. Mais do que isso, a própria forma como este passou a ser visto em relação ao seu lugar na sociedade também é outro inteiramente diferente. E isto nada tem a ver com uma reflexão saudosista; é uma constatação cuja pertinência não podemos ignorar. A internet mudou não apenas a forma de fazer Jornalismo, mas também a forma como o *percebemos* em um mundo que ainda sofre com os abalos sísmicos do “meteorito Internet” (RAMONET, 2012, p. 15). É o que Anderson, Bell e Shirky nomeiam de mudanças tectônicas do jornalismo (2012), ou seja, transformações a nível estrutural que movimentam as rochas magmáticas do terreno aparentemente sólido sob o qual o Jornalismo se consolidou nos últimos séculos.

A credibilidade, é claro, não se esvaiu completamente, e ainda é ostentada como distinção pelos veículos jornalísticos frente à concorrência de blogs, redes sociais e demais produtos midiáticos (ANDERSON, 2013). No entanto, o desgaste na imagem da mídia hegemônica tradicional e a pluralidade de vozes no ecossistema noticioso são alguns dos elementos que permitem que hoje seja tão amplamente criticado um Jornalismo que – ainda no século passado – já se reconheceu na imagem de *cão de guarda da sociedade*, ou

¹ Doutorando na linha de pesquisa Significação e Cultura (PPGCOM/UFRGS, orientadora: Profa. Dra. Ana Tais Portanova, e-mail andriolli_costa@hotmail.com.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

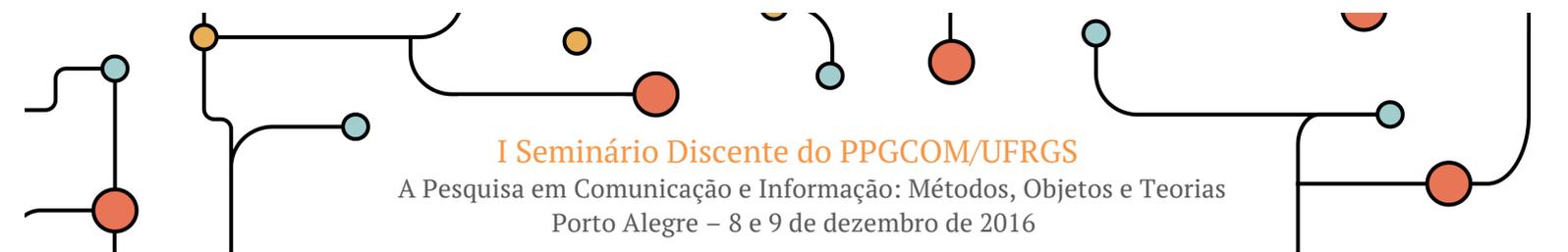
sentinela da consciência; gatekeeper, isto é, o porteiro guardião da informação que decide aquilo que é ou não importante para o público ou mesmo de o *quarto poder*, capaz de equilibrar os demais.

Cabe notar, entretanto, que mesmo com tantos movimentos contrários, ainda existe algo que faz com que cerca de 9 mil pessoas se formem jornalistas no Brasil ano após ano, segundo a Fenaj. Algo que faça as pessoas quererem fazer parte da imprensa, apesar da própria imprensa.

No texto, Anderson, Bell e Shirky compreendem que desde a modernidade, o jornalismo estava inserido numa lógica industrial. Ou seja, quando ainda existia uma indústria de notícias coesa, possuidora de um monopólio sobre a informação noticiosa. É claro que sempre houve veículos de uma chamada imprensa independente. No entanto, essas iniciativas eram muito hiperlocais e pouco representativas, visto que o maquinário e a infraestrutura necessária para se manter um veículo de mídia exigia investimentos altos demais para quem desejava escapar da lógica do capital empresarial.

Hoje, no entanto, o capitalismo não depende mais exclusivamente da grande indústria. É um capitalismo cognitivo, de ideias, de softwares, de informação. Um capitalismo que transcende a indústria e, portanto, pós-industrial. Assim, o jornalismo pós-industrial tirou o monopólio da indústria de notícias, permitindo o surgimento de veículos nativos digitais, articulados em rede, e com forte engajamento com o público. Neste ecossistema midiático plural que emerge na massa de mídias, o Jornalismo tradicional não precisa concorrer apenas com os veículos contra-hegemônicos ou independentes, mas com uma série de outros produtos midiáticos que o tensionam em seus próprios termos: como instituição social, como forma de conhecimento, como campo acadêmico e profissional.

Como efeito destas movimentações, a própria Teoria do Jornalismo se vê acanhada com as mudanças tecnológicas que se insinuam. “Seria o Facebook, do modo como é constituído hoje, uma empresa de notícias?”, provocam Anderson, Bell e Shirky (2012 p 116). A resposta, para eles, é Mu - explicada como termo utilizado por programadores, indicativo de que a pergunta, do modo como foi formulada, não possui resposta possível. Isto porque jornalismo e redes sociais hoje estão tão imbricados que as próprias lógicas se misturaram. As notícias são escritas pensando no compartilhamento no Facebook, com títulos, resumos e imagens que se adéquam à estrutura da rede. No entanto, no próprio Facebook as notícias circulam e recirculam ao ponto em que se tornaram uma extensão dos serviços da empresa: um agregador de notícias utilizado pelos usuários para se informarem dos acontecimentos mais importantes do cotidiano.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

Cabe ressaltar, no entanto, que a tradução escolhida pelos autores não foi absolutamente precisa. Mu é o termo budista presente no famoso koan oriental: “Um discípulo pergunta a Joshu: ‘tem ou não o cão a natureza de Buda?’. E o mestre Joshu responde: ‘Mu’” (TEIXEIRA, 2014).

A parábola torna-se igualmente provocadora na sua versão tradicional. Ao refletir sobre ela, me lembro de Jay Rosen, professor da New York University, que desafia. Para levarmos os estudos no campo a sério, devemos assumir a tarefa de desvincular Jornalismo da palavra *Mídia*, para vinculá-lo novamente a palavra *Democracia* (2006). Ora, se somos incapazes de sequer distinguir a diferença de natureza de um cão com a de Buda, ou do Jornalismo de uma Rede Social, a missão beira o impossível. Ao menos para a Teoria do Jornalismo tradicional.

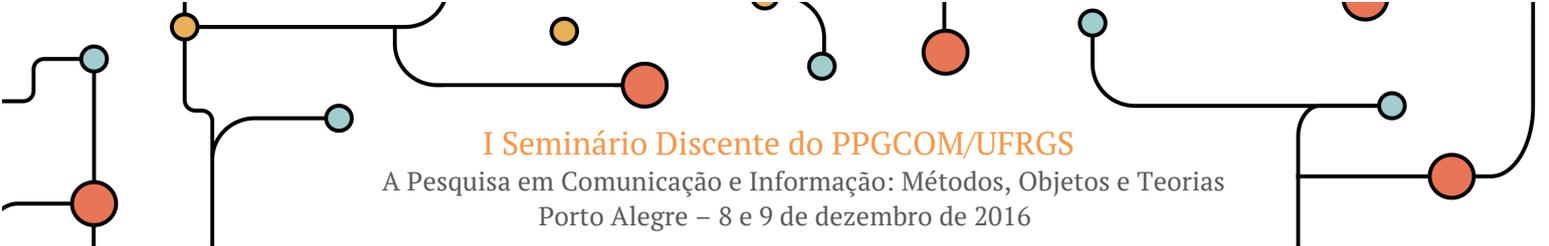
Nesta passagem de um Jornalismo industrial para um pós-industrial, quando a própria noção do que é ou não Jornalismo passa a ser frequentemente tensionada pelo ecossistema midiático plural e permeável, os estudos da área têm grande dificuldade para compreender, a partir do hoje, os caminhos que se desenrolam para um pós-jornalismo.

Este trabalho não busca compreender estas mudanças através de suas manifestações fenomênicas, mas através das pulsões de fundo, reflexo de mudanças de ordem simbólica nas grandes narrativas que direcionam as sociedades ocidentais nos últimos séculos: os mitos diretores. O francês Gilbert Durand (1983), um dos principais pensadores dos assim chamados Estudos do Imaginário propõe que a modernidade é dominada pela lógica do mito de Prometeu: o mito da técnica, do progresso, da eficiência, do binarismo e da distinção dos opostos. Se, tal qual Otto Groth (2011), compreendermos que o jornalismo é um produto cultural imaterial, produto da sociedade em que está inserido, são esses mesmos valores do mito prometeico que se inseririam no jornalismo industrial moderno: a busca pela objetividade, a factualidade, etc, são frutos deste período.

Buscamos com esta investigação compreender os movimentos de encantamento e desencantamento que permearam as imagens do Jornalismo no Brasil durante o período estabelecido do final do século XIX ao contemporâneo. Com isso, pretendemos identificar qual o mito diretor que orienta este período pós-industrial, para daí caracterizar e diagnosticar o jornalismo contemporâneo neste terreno de crise.

Referências

ANDERSON, C.W. **Rebuilding the News: Metropolitan Journalism in the Digital Age**. Filadélfia: Temple University Press, 2013.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

ANDERSON, C.W; BELL, E.; SHIRKY, C. **Post-Industrial Journalism – Adapting to the Present**. New York: Tow Center, 2012. Relatório. Disponível em <<http://bit.ly/postindjorn>>. Acesso em 17 Jun 2014. .

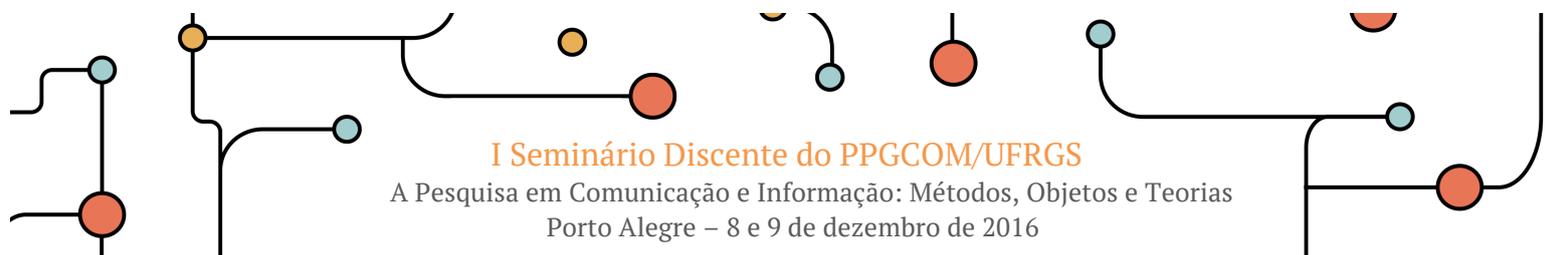
RAMONET, Ignacio. **A explosão do jornalismo**. Das mídias de massa à massa de mídias. São Paulo: Publisher Brasil, 2013.

DURAND, Gilbert. **Mito e sociedade. A mitanálise e a sociologia das profundezas**. Lisboa: A regra do jogo, 1983.

GROTH, O. **O poder cultural desconhecido**. Petrópolis: Vozes, 2011.

RAMONET, Ignacio. **A explosão do jornalismo**. Das mídias de massa à massa de mídias. São Paulo: Publisher Brasil, 2013.

TEIXEIRA, F. **A presença de um mestre**: Daisetz T. Suzuki. São Leopoldo: IHU, 04 de novembro de 2014. Disponível em <<http://bit.ly/koansuzuki>>. Acesso em 10 jul. 2015.



JORNALISMO DE DADOS NA TV: UMA PROPOSTA DE DEBATE SOBRE PROVA JORNALÍSTICA E AUTENTIFICAÇÃO AUDIOVISUAL

*Fabiana Freitas*¹

Palavras-chave

Jornalismo. Dados. Telejornalismo. Autentificação. Realidade.

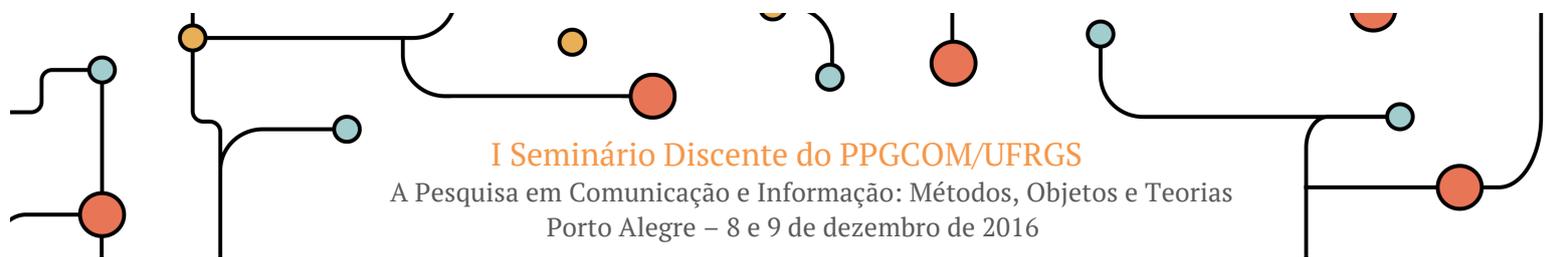
O presente resumo pretende refletir sobre as estratégias audiovisuais utilizadas para criar efeitos de realidade na TV, partindo da ideia de que a utilização das ferramentas do Jornalismo Guiado por Dados na apuração das notícias deixa marcas no produto final. Para propor essa discussão, apresentaremos, inicialmente, os referenciais teóricos que nos guiam ao pensar o conceito de construção social da realidade aplicado ao campo jornalístico de forma geral e à prática do Telejornalismo. A seguir, proporemos que existe um esforço, por parte dos jornalistas de TV, para que as técnicas e os resultados da apuração sejam incluídos na narrativa, tal como um certificado de exatidão da informação – uma espécie de autentificação audiovisual. Para o percurso teórico desta temática, nos aliaremos às promessas de realidade elencadas por Jost (2009), que posiciona a ideia de reconstituição dos fatos como parte do universo das provas jornalísticas.

Como proposta para este debate, trazemos a seguinte questão: além da bibliografia utilizada neste breve resumo, que outros autores contribuem para o estudo da autentificação e do que se entende por prova jornalística?

Sobre construção das realidades narráveis, consideramos que é através de um olhar técnico, voltado às práticas do ofício de narrar e ilustrar realidades na TV, que defenderemos nossa perspectiva. Partimos, portanto, do conceito de construção social da realidade aplicado ao campo jornalístico proposto por Meditsch (2010)², que considera

¹ Mestranda na linha de pesquisa de Jornalismo e Processos Editoriais (PPGCOM/UFRGS), orientador: Prof. Dr. Flávio Porcello, e-mail: frfreitas@gmail.com.

² O conceito de “construção social da realidade” foi publicado por Peter Berger e Thomas Luckmann em 1966 e aplicado ao campo do jornalismo pela socióloga Gaye Tuchman. Meditsch se baseou no conceito original proposto por Berger e Luckmann para definir seu posicionamento em relação à atividade jornalística. Para mais detalhes, ver a crítica de Meditsch (2010).



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

jornalismo como peça importante na dinâmica social, sem considerá-lo, entretanto, protagonista³ nesse processo:

O jornalismo, como instituição, e seus agentes participam da produção da realidade, especialmente no âmbito simbólico, mas nunca isoladamente, em diálogo permanente com os demais atores sociais. O jornalismo é uma forma de objetivação da exteriorização do homem, entre outras tantas desenvolvidas pelas tecnologias intelectuais contemporâneas (MEDITSCH, 2010, p. 40).

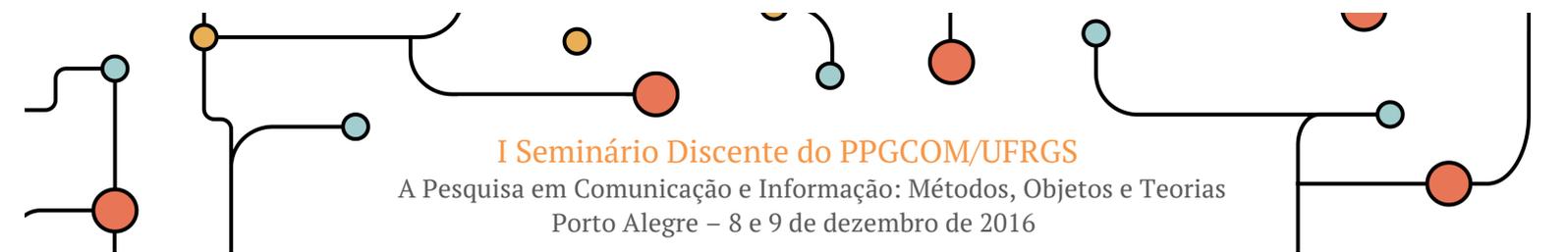
Dentro dos estudos de construção da realidade no âmbito do telejornalismo, propomos a observação desses recursos para criar sentidos e efeitos de real de forma estratégica, a partir do que Cabral (2012) entende por Realidade Expandida – aquela construída durante a edição dos telejornais com o uso de tecnologias digitais, para dar “um sentido mais verossímil e inteligível às notícias”. A conclusão da autora parte da observação das rotinas de produção na TV com foco em recursos de Simulação, Manipulação e Infoimagem criados para ilustrar reportagens de temas variados e que já fazem parte da rotina dos telejornais.

Tanto as imagens criadas quanto as manipuladas foram usadas como estratégias para mostrar os fatos e produzir sentidos nas notícias. O que caracteriza essa produção, além do fato em si, é o processo de investigação jornalística e a oferta de imagens (de qualquer origem) para a construção da verdade jornalística no processo de edição do telejornalismo no contexto contemporâneo (CABRAL, 2012, p. 165).

É a partir desta indicação de Cabral, que indica a necessidade de um olhar mais apurado para o processo de investigação jornalística, que trazemos para a discussão o conceito de Jornalismo Guiado por Dados (JGD), que vem fazendo cada dia mais parte do processo de apuração das notícias por meio das técnicas de Reportagem Assistida por Computador (RAC), pela criação e manutenção de bases de dados e o acesso a informações públicas na internet, como explica Träsel:

O JGD tem por objetivo a produção, tratamento e cruzamento de grandes quantidades de dados, de modo a permitir maior eficiência na recuperação das informações, na apuração das reportagens a partir de um conjunto de dados, na distribuição em diferentes plataformas (computadores pessoais, *smartphones*, *tablets*) na geração de visualizações e infográfias (TRÄSEL, 2014, p. 108).

³ O autor discorda da posição de alguns estudiosos que, por interpretação ou influenciados pelas traduções das obras que trabalham o conceito, tanto no âmbito da sociologia quanto do jornalismo, perpetuam a noção de que “o jornalismo constrói a realidade”. Meditsch discorda que a atividade é protagonista nessa construção.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

Na TV, tais habilidades dos jornalistas geralmente são enaltecidas no produto final – como na cobertura do caso *Panamá Papers* pela Rede TV e pela BBC, divulgada em 2016, que analisamos em estudo anterior⁴. O estudo das marcas audiovisuais nos leva a defender a hipótese de que a construção de imagens pra ilustrar esse tipo de reportagem com base nas provas e evidências reunidas durante a apuração carrega uma carga simbólica de autenticação.

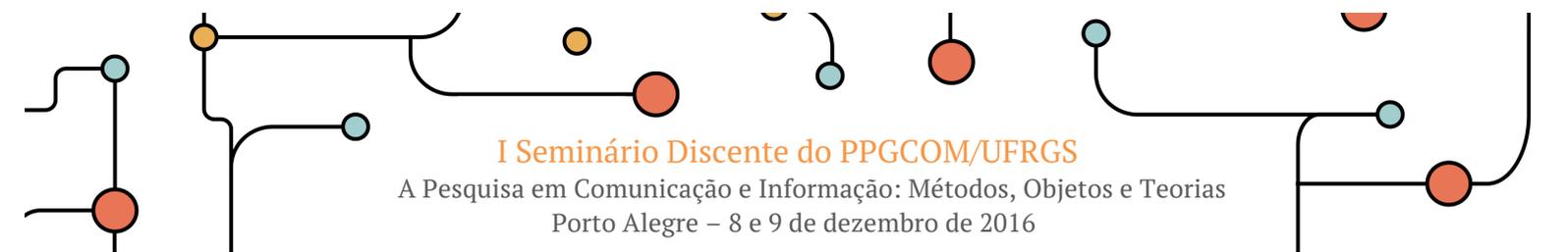
Para tratar desse tema, recorreremos à Jost (2009), que analisa os gêneros televisivos em função de três mundos: o mundo real, o mundo fictício e o mundo lúdico. Nos restringiremos, neste resumo, à relação do primeiro com a prática do telejornalismo – reiterando que o autor enfatiza que a discussão sobre a realidade em nada tem a ver com o debate sobre verdade. Para Jost (2009), ficção e realidade se opõem mesmo quando a história é “verdadeira” ou quando elementos fazem referência seriamente à realidade. Isso se deve ao sujeito da enunciação – o que inclui sua visão de mundo e ponto de vista.

Com isso em mente, e focando nosso olhar no âmbito do Telejornalismo, partimos da ideia proposta pelo autor de que no processo produtivo existem *promessas de realidade*, que se definem pela construção de um enunciador e por uma figura que lhe é associada, como, por exemplo, o repórter ou o cinegrafista. Jost entende o enunciador não como locutor, mas aquele cujo ponto de vista é adotado. Dentre essas promessas, que ajudam a identificar em que visão de realidade o telejornal é fundado, o autor elenca quatro abordagens: *restituição*, *testemunho*, *reconstituição* – sendo que, para ele, apenas essa última faz parte do universo das provas jornalísticas – além da *invenção*.

A primeira promessa, a da *restituição*, apoia-se no dispositivo técnico e tem a ver com o que é visível, que capta a atenção do espectador sob a crença de que não houve manipulação da imagem. É uma promessa de autenticidade: um indício eletrônico, que detém um laço existencial com a realidade. Como exemplo, ele cita as imagens de câmera de vigilância e a câmera escondida que servem de prova para prender ladrões e que chegam a ter força de lei. E que guarda, por captar imagens ao vivo, marcas do real.

Já a segunda promessa é o *testemunho* – que coloca o jornalista em cena com o argumento da presença, ou por meio da confiança que se credita àquele que viu. Diferente da restituição, não se trata de um objeto, mas de um enunciador, um sujeito humano. Assim, a realidade passa a ser fundada sobre a sinceridade e sobre a integridade da memória de alguém que registrou os fatos.

⁴ O estudo “Jornalismo de Dados na TV: uma Análise da Cobertura do *Panamá Papers* na BBC e na Rede TV” foi apresentado, em 2016, no GP Telejornalismo do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

Na sequência, e foco principal deste resumo, está a *reconstituição*. Figura-se como uma forma de mimicar a realidade – historicamente atrelada às investigações policiais. Aqui, não se trata de mostrar – mas, sim, um recurso usado para *explicar o encadeamento dos fatos*, pela reconstrução da causalidade. O uso de imagens de arquivo desempenham papel de prova, e ajudam, segundo o pesquisador, a “cimentar” os fragmentos de uma história. É a lógica da montagem de momentos, com o uso de imagens de síntese (que entendemos como infografias). Assim, Jost (2009, p. 25) observa que “esse olhar retrospectivo supõe um saber e mesmo, muitas vezes, uma onisciência. O jornalista se constrói como um historiador que tem certezas”.

Por fim, aparece a *invenção*, que estaria, sendo o autor, em desuso, e que é marcado pela ênfase literária. Trata-se da pedagogia da suspeita, que dá mais ênfase ao percurso da investigação do que a seu resultado.

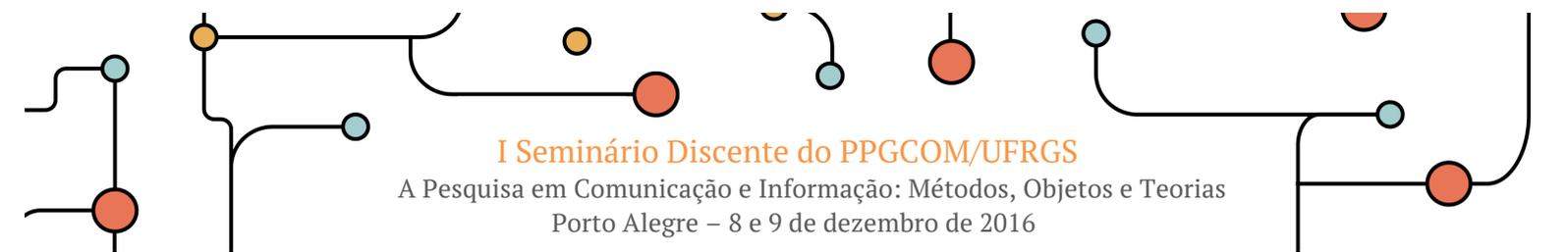
A partir desta visão, colocamos o assunto das provas jornalísticas em debate, a partir das inferências de Jost sobre autenticação. Assim, no contexto do Jornalismo Guiado por Dados, parece haver um esforço por parte do jornalista de TV não apenas para compor e ilustrar a narrativa com efeitos de real, mas também para materializar a informação dos bancos de dados de forma audiovisual. Uma tentativa, acima de tudo, de explicar os fatos e tornar a notícia crível – como nos inspira a pensar, por outro vértice, Barros Filho:

A produção jornalística é um processo ininterrupto de formalização, ancorado nas representações que ajudam a criar versões da realidade. O que se percebe na prática é uma codificação, um processo no qual se enquadra e se traduz uma mensagem em um determinado sistema de signos. O uso do simulacro como uma técnica de construção do verossímil e de efeito do real denuncia a aparência de objetividade do produto informativo veiculado: ela se sustenta na crença e na adesão de um interlocutor, quase sempre justificada pela razão. No entanto a emoção e a vontade é quem mais a determina, pois os homens quase sempre são levados a crer não pela prova, mas pela aquiescência (BARROS FILHO *apud* VIZEU, A; CABRAL, A; ROCHA, H; MESQUITA, G; ECHEVERRIA, R; 2011, s.p.).

Tal argumento nos ajuda a refletir sobre as promessas de realidade das reportagens de TV que utilizam as ferramentas do Jornalismo Guiado por Dados na apuração de notícias, estimulando nosso olhar para o caráter da codificação e seus sistemas de signos como função estratégica audiovisual de persuasão.

Referências

CABRAL, Á. **Realidade Expandida: narrativas do digital, edição e produção de**



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

sentidos no telejornalismo. 2012. Tese (Doutorado em Comunicação). Programa de Pós Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2012.

JOST, F. Que significa falar de “realidade” para a televisão? In: GOMES, I. M. M. (org). **Televisão e Realidade.** Salvador: EDUFBA, 2009.

MEDITSCH, E. Jornalismo e construção social do acontecimento. In: BENETTI, M.; FONSECA, V. (Orgs). **Jornalismo e Acontecimento: Mapeamentos Críticos.** Florianópolis: Insular, 2010.

TRÄSEL, M. R. **Entrevistando Planilhas:** estudo das crenças e do *ethos* de um grupo de profissionais de jornalismo guiado por dados no Brasil. 2014. Tese (Doutorado em Comunicação). Programa de Pós Graduação em Comunicação. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014.

VIZEU, A.; CABRAL, Á.; ROCHA, H.; MESQUITA, G.; ECHEVERRIA, R. **Edição Digital e Produção de Sentidos nas Narrativas Noticiosas da TV.** IN: Seminário Internacional de Análise de Telejornalismo, 2011, Salvador. **Anais...** Salvador: UFBA, 2011.

EM BUSCA DO LEITOR RETRATADO PELO JORNALISMO NA REVISTA CIÊNCIA HOJE DAS CRIANÇAS (CHC)

Doraci Masieiro Jacobus¹

Palavras-chave

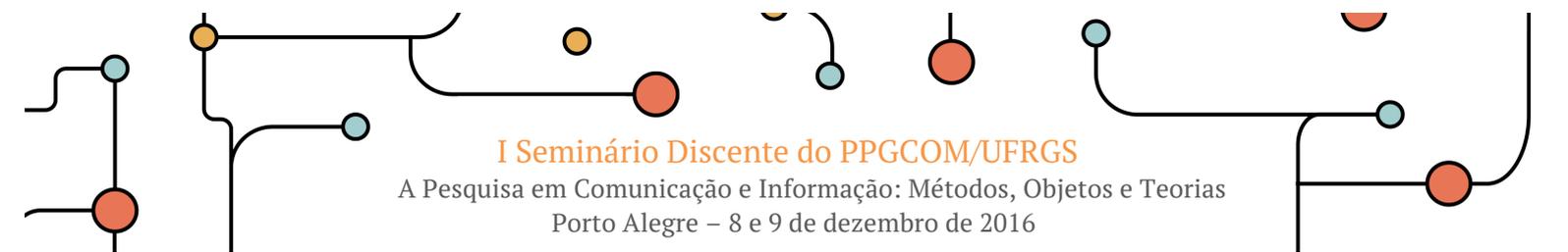
Jornalismo de revista. Jornalismo infantil. Metodologia. Divulgação científica. Ciência Hoje das Crianças

Neste resumo apresentamos a proposta que norteia nossa pesquisa de Mestrado no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS). O objetivo inicial, quando do ingresso no Programa, era analisar, durante um ciclo anual (ano de 2016), as matérias publicadas na seção *Galeria* da revista *Ciência Hoje das Crianças*, observando os critérios utilizados para seleção de temas, a partir da identificação dos valores-notícia. Pretendíamos verificar também se esses critérios revelavam-se adequados para conferir a esses textos de caráter jornalístico características que despertassem o interesse do leitor mirim para questões ambientais como a preservação de espécies e equilíbrio ambiental.

A partir de estudos e reflexões realizadas no Laboratório de Edição, Cultura e Design (LEAD)², ao longo do ano de 2016, esse escopo inicial está sendo redefinido, tanto na extensão e delimitação temporal do corpus, quanto nos enfoques a serem adotados. O contato com outras pesquisas vinculadas ao LEAD permitiu a avaliação das possibilidades de ampliação de abordagens e temas a partir do estudo minucioso do projeto gráfico dos veículos, considerando-se a relevância do papel que este projeto exerce na definição da identidade de um periódico e na relação que ele estabelece com seu público leitor. Dessa forma, esboçamos uma nova perspectiva de pesquisa, considerando um corpus mais amplo, composto por 30 edições, uma por ano, publicadas desde 1986, ano da fundação da revista. Esse recorte, em nosso entendimento, permitiria obter uma linha histórica da evolução da revista quanto ao tratamento jornalístico de temas que nos interessem esmiuçar. Nossa proposta de estudo ainda se encontra em construção e nos debruçamos, no momento, sobre a necessidade de definir, com clareza e precisão, o problema de

¹ Mestranda na linha de pesquisa em Jornalismo e Processos Editoriais (PPGCOM/UFRGS), orientadora: Prof. Dra. Ana Cláudia Gruszynski, e-mail: doracijacobus@gmail.com

² Mais informações sobre o Laboratório de Edição, Cultura e Design (LEAD/UFRGS) podem ser consultadas no Diretório dos Grupos de Pesquisa no Brasil (CNPq) através do link dgp.cnpq.br/dgp/espelhogrupo/3646765570593785



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

pesquisa que direcionará nossas buscas no corpus mencionado. Uma das possibilidades vislumbradas é identificar o(s) olhar(es) que o jornalismo vem lançando sobre a criança ao longo das três décadas da revista CHC, ou seja, observar como esse leitor mirim é retratado em aspectos de gênero, idade, classe social e outros aspectos que possam caracterizá-lo. E nossa dúvida, nesse momento é: quais são os aspectos mais relevantes que podem ser investigados na evolução histórica da revista através da análise de seu conteúdo verbal e visual?

Como caracterização do objeto, destaca-se que a revista *Ciência Hoje das Crianças*, que a partir de agora identificaremos apenas como CHC, é um periódico de divulgação científica voltado ao público de 9 a 12 anos³ e publicado mensalmente pelo Instituto Ciência Hoje (ICH)⁴. Sua estrutura é praticamente a mesma em todas as edições: 28 páginas, mais capa e contracapa, impressas em cores, em ambos os lados. As ilustrações e fotografias são abundantes. Uma ou duas matérias principais merecem chamada na capa e quatro ou cinco páginas de conteúdo cada uma delas. As demais páginas abrigam diversas seções fixas (*Por quê?, Experiência, Você Sabia?, Quando crescer vou ser...*). O periódico não possui espaços publicitários, o que pressupõe grande independência editorial na seleção de assuntos. A revista tem uma edição única para janeiro e fevereiro, totalizando então onze edições anuais. Não é comercializada em bancas, a distribuição só se dá através de assinaturas e chega a muitas escolas através de convênios com prefeituras municipais, sendo utilizada como material de apoio em sala de aula.

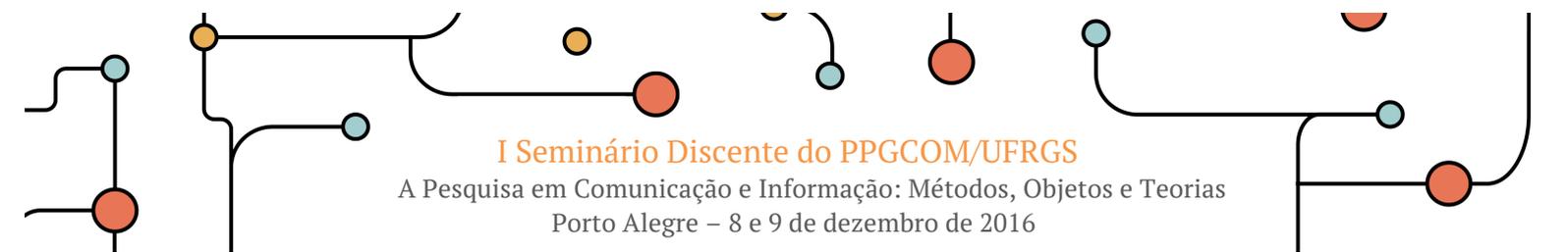
A revista CHC é também apresentada em formato digital (CHC On-Line)⁵, com conteúdo diverso daquele inserido na versão impressa. Os temas abordados, porém, são, com grande frequência, complementares. Para nosso estudo, selecionamos apenas o conteúdo da revista impressa.

Por suas características de produção, conteúdo e distribuição, a CHC pode ser considerada um produto jornalístico. Como revista, observa aspectos de produção particulares, que atendem a características como periodicidade e público alvo definido. Assim, o primeiro movimento metodológico que empreendemos foi no sentido de entender as particularidades de produção desse tipo de publicação. Para isso, encontramos em Scalzo (2004) um histórico da produção mundial de revistas e um

³ A CHC identifica-se como revista de divulgação científica para crianças em sua chamada de capa. A informação da faixa etária que compõe seu público-alvo foi fornecida pela Editora Executiva, Bianca Encarnação, em e-mail à autora, na data de 23.08.16

⁴ O Instituto Ciência Hoje (ICH) também publica as seguintes revistas de divulgação científica: *Ciência Hoje Online* e *CHC Online* (Internet), além dos volumes temáticos *Ciência Hoje na Escola*. O ICH é uma organização sem fins lucrativos que conta com o apoio da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC), entidade que, na origem, foi mentora e responsável pelo lançamento da revista CHC.

⁵ A CHC On-Line pode ser visualizada no endereço www.chc.org.br.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

panorama de sua trajetória no Brasil. A autora oferece, também, dados e informações objetivas sobre a produção, o mercado e o público do produto revista no país. Tavares e Schwaab (2013) organizaram a compilação de abrangente material de vários autores, que discorrem, sob diferentes ângulos de análise, sobre os processos de produção, práticas jornalísticas e gráficas, mercado, ensino e pesquisa relacionados a esse produto. A partir dessa visão sobre o fazer jornalístico em revistas, produto final, segmentação e público, desejamos verificar em que medida a CHC incorpora e reproduz as características típicas do jornalismo que é produzido para o gênero revista. Benetti, Storch e Finatto (2011) nos oferecem subsídios para entender a força do dispositivo de autoridade na mensagem das revistas e Ali (2009) permite um olhar sobre um universo amplo de publicações consagradas, com uma atenção especial sobre os aspectos gráficos e visuais que contribuem para a construção da identidade de cada uma delas.

Considerando que a CHC é destinada a um público segmentado, as crianças, outro viés de nossa pesquisa propõe-se a resgatar os estudos sobre jornalismo infantil. Os resultados de buscas para a elaboração do estado da arte evidenciaram que o jornalismo destinado às crianças é um tema que vem recebendo pouca atenção da academia, corroborando nossa percepção de que novas investigações têm muito a contribuir para sua compreensão e aprimoramento.

Entre os livros e trabalhos acadêmicos localizados, destaca-se a produção de Doretto (2013; 2015), que nos oferece boas pistas sobre a relação da criança enquanto leitora de veículos impressos com a informação que recebe. Furtado (2009) reflete sobre o papel do jornalista que se dirige às crianças e lembra que escrever para esse segmento é uma tarefa difícil para o profissional, pois trata-se de um adulto buscando comunicar-se com uma comunidade da qual não faz parte (embora já tenha feito) – um emissor localizado fora do círculo de receptores.

E não é esse o único desafio. Os jornalistas nem sempre estão preparados para comunicar ciência para o público leigo, pois eles próprios não estão familiarizados com a linguagem científica. Temas científicos possuem particularidades, terminologias e detalhes muitas vezes totalmente desconhecidos pelo leitor comum, mesmo o adulto. O jornalismo é chamado a fazer a conexão entre fonte e leitor, garantindo o fluxo tranquilo e correto de informações.

Fazer a transposição de informações científicas com fidelidade, clareza e atratividade para um público tão específico como o de crianças ativas, curiosas e inquietas requer habilidade e conhecimentos diferentes daqueles comumente associados à profissão: agilidade na apuração de fatos, rapidez na produção de texto e



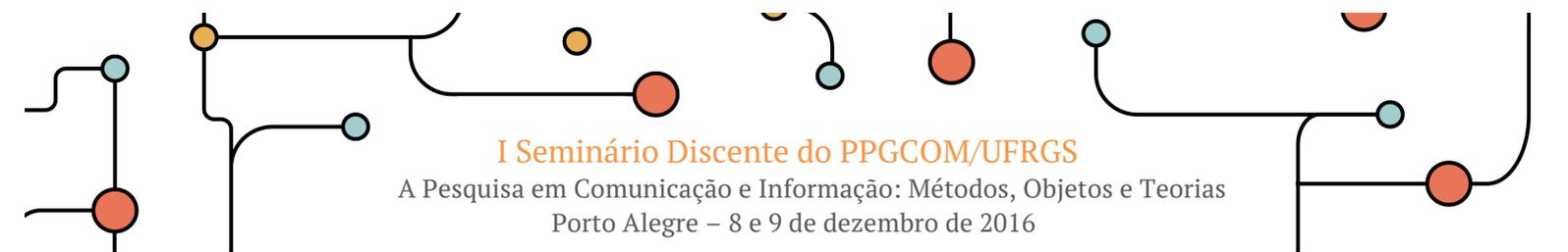
objetividade. Requer, segundo Giering (2013, p.7), “estratégias comunicativas diferentes”. Ela indica que para “sensibilizar crianças, por exemplo, precisamos, muitas vezes, pensar formas mais criativas de organizar nosso texto (quem sabe optar por uma narrativa ou utilizar personagens animais) a fim de sermos aceitos e compreendidos” (GIERING, 2013, p.7). Consideramos que essa bibliografia, que deverá ser complementada ao longo do desenvolvimento do projeto, é um ponto de partida para explorar e entender as particularidades do jornalismo segmentado para as crianças em um veículo com uma proposta tão peculiar como a CHC, única revista brasileira de divulgação científica para crianças.

No processo de construção da pesquisa, o aprofundamento metodológico vem acontecendo nas reuniões do LEAD, a partir de leituras de autores como Lopes (2003) e Braga (2005), cujas ponderações vão sendo agregadas às leituras de Lago e Benetti (2007), Adghirni e Moraes (2007) e Yin (2005). A pesquisa proposta tem abordagem quantitativa e qualitativa e a metodologia da Análise de Conteúdo (AC) tem se delineado como a mais adequada para uma ampla e abrangente análise de elementos textuais e visuais da revista. Suas ferramentas proporcionam tanto uma análise quantitativa quanto uma avaliação qualitativa, que entendemos oferecer contribuições substanciais para a análise do material que constituirá o corpus do trabalho. Para aprofundar o conhecimento na metodologia da AC contamos com os textos de Bardin (2011), Jorge *et al* (2015) e Franco (2012), dentre outros.

Nos debruçamos, no momento, sobre a necessidade de definir de forma específica e clara o problema de pesquisa que direcionará nossos movimentos no sentido de extrair o máximo de conhecimento da CHC, através de todos os elementos que compõem seu projeto gráfico. Um promissor viés de pesquisa parece ser o exame de qual foi, ao longo do tempo, e qual é, no momento presente, o olhar que o jornalismo na revista CHC, vem lançando sobre a criança brasileira a que se dirige. Entendemos que esse olhar tende a ser motivado pelas circunstâncias históricas e sociais e que sua evolução pode oferecer pistas para entender de que forma a sociedade e o jornalismo foram construindo papel da criança em nosso contexto social.

Referências

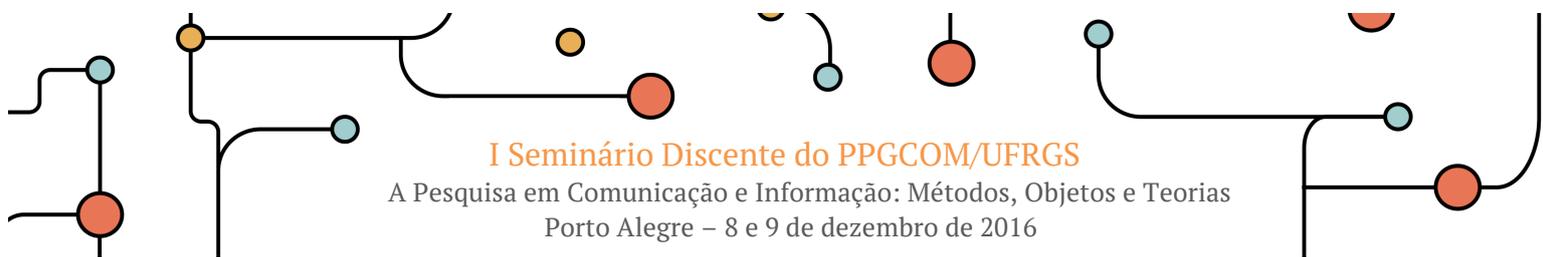
ADGHIRNI, Z. L.; MORAES, F. Instantaneidade e memória na pesquisa sobre jornalismo online. In: LAGO, C; BENETTI, M. (orgs). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007. p. 237-250.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

- ALI, F. **A arte de editar revistas**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.
- BENETTI, M.; STORCH, L.; FINATTO, P. Jornalismo de revista, meta-acontecimento e dispositivo de autoridade. *In*: LEAL, B. S.; ANTUNES, E.; VAZ, P. B. (orgs). **Jornalismo e acontecimento: percursos metodológicos**. Florianópolis: Insular, v.2, 2011, 240 p.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BRAGA, J. L. Para começar um projeto de pesquisa. **Comunicação & educação**. São Paulo, ano X, número 3, p. 288-296, set/dez 2005.
- DORETTO, J. **Pequeno leitor de papel: um estudo sobre jornalismo para crianças**. São Paulo: Alameda, 2013, 168 p.
- DORETTO, J. **'Fala conosco!': o jornalismo infantil e a participação das crianças, em Portugal e no Brasil**. 2015. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). Especialização em Estudos dos Media e Jornalismo. Lisboa: Universidade Nova de Lisboa, 2015.
- FRANCO, M. L. P.B. **Análise de Conteúdo**. Brasília, 4^a edição: Liber Livro, 2012, 87 p.
- FURTADO, T. O leitor (totalmente) imaginário do jornalismo infantil. *IN*: VII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2009, São Paulo. **Anais...** São Paulo: nov/2009.
- GIERING, M. E. Apresentação. *In*: DARMIN, C. P.; GIERING, M. E. (orgs). **Leitura e produção de textos de comunicação da ciência**. São Leopoldo: Unisinos, 2013.
- JORGE, T. M. *et al.* **Notícia em fragmentos**. Florianópolis: Insular, 2015, 336 p.
- LAGO, C; BENETTI, M. **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007. 286p.
- LOPES, M. I. V. **Pesquisa em Comunicação**. São Paulo, 7^a edição: Edições Loyola, 2003, 171 p.
- SCALZO, M. **Jornalismo de revista**. São Paulo, 2^a edição: Contexto, 2004.
- TAVARES, F. M. B; SCHWAAB, R. (Orgs). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013.
- YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 3^a ed., 2005, 212 p.



APLICABILIDADE DOS CONCEITOS MORINIANOS DE *ACONTECIMENTO*, *CRISE* E *CONTEXTO* AOS ESTUDOS DE JORNALISMO

*Ana Paula Lückman*¹

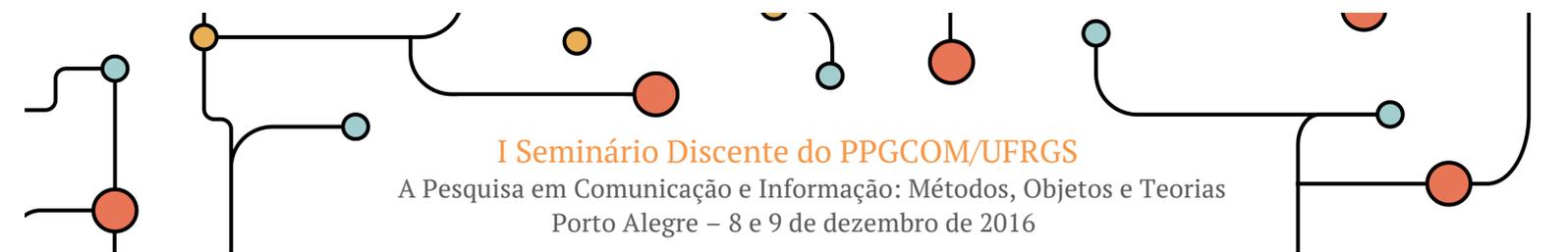
Palavras-chave

Jornalismo. Pensamento complexo. Acontecimento. Crise. Contexto.

Uma das propostas de nossa pesquisa de doutorado é identificar na obra do sociólogo francês Edgar Morin elementos que contribuam para a pesquisa em jornalismo, em especial no momento atual de importantes transformações e desafios enfrentados pelo campo. É consenso entre os estudiosos da área que a indústria jornalística encontra-se atualmente em um momento de incertezas e reconfigurações, e que tais transformações resultam inevitavelmente em impactos sobre a atividade profissional do jornalista. Estudos contemporâneos como os de Anderson, Bell e Shirky (2013), que identificam a configuração de um novo “ecossistema jornalístico”, e de Brin, Charron e de Bonville (2004), que com a noção de “paradigma jornalístico” instigam à reflexão em torno de uma possível nova transição paradigmática pela qual a área possa estar passando, vêm sendo bastante referenciados neste momento de indiscutíveis rupturas e mudanças estruturais, em função da originalidade de suas abordagens e da consistência de suas análises. Esses autores são pesquisadores de escolas renomadas da área da comunicação e do jornalismo e indubitavelmente apresentam contribuições relevantes para o embasamento de estudos na área.

Um cenário tão complexo, contudo, exige que a pesquisa em jornalismo tenha lastro em referenciais epistemológicos que deem conta da multiplicidade de aspectos da realidade a serem analisados. Historicamente, a pesquisa em jornalismo tem uma relação íntima com as Ciências Sociais, especificamente a Sociologia. A partir dos estudos pioneiros desenvolvidos no âmbito das diferentes teorias sociais, também a Comunicação e o Jornalismo, como campos de conhecimento, passaram a delimitar seus objetos de estudo e a reivindicar um estatuto epistemológico próprio, o que se torna evidente nos trabalhos pioneiros de Groth (MARHENKE, 2006), Park (1970) e Weber (2006), por exemplo. Com o olhar voltado para a estreita relação entre a Sociologia e os Estudos de

¹ Doutoranda na linha de pesquisa Jornalismo e Processos Editoriais (PPGCOM/UFRGS), orientadora: Profa. Dra. Virgínia Pradelina da Silveira Fonseca, e-mail: ana.luckman@gmail.com.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

jornalismo, a pesquisa propõe-se a uma aproximação dessa área com o pensamento sociológico de Edgar Morin, principal autor da chamada Teoria da Complexidade. A questão preliminar que se busca responder é: que conceitos centrais da obra de Edgar Morin podem ser mobilizados para agregar consistência epistemológica a estudos que buscam a compreensão do fenômeno jornalístico?

Em trabalho anterior (LÜCKMAN, 2013), já se propôs uma aproximação teórica entre a noção de complexidade de Morin e os Estudos de Jornalismo. Buscou-se, então, apresentar as principais ideias desse autor em torno da ideia mais abrangente da complexidade, pontuando similaridades e congruências entre a noção de pensamento complexo e a proposta teórica de Adelmo Genro Filho (1989) para o jornalismo. Na presente proposta, a ideia é manter o macroconceito² da complexidade como alicerce epistemológico, buscando identificar, dentro dele, outros conceitos centrais da obra moriniana que sejam relevantes para pensar o jornalismo. Para tanto, será necessário explorar trabalhos desenvolvidos por Morin em épocas anteriores a seu empreendimento em torno da teoria da complexidade, ao qual ele se dedicou de forma exaustiva apenas a partir da década de 1970.

Embora nunca tenha se dedicado especificamente a estudar o fenômeno jornalístico, Morin teve, ao longo de sua vida³, estreita relação com a área, não apenas por atuar como jornalista em publicações francesas, mas também por sua preocupação teórico-epistemológica com o *acontecimento* e o *singular*, manifestada amplamente em seu trabalho intelectual. Seus estudos nesse sentido foram produzidos na época em que o autor argumentava em favor de uma sociologia que, na contracorrente da tendência dominante, não buscasse regularidades na sociedade – a chamada *sociologia do presente*, “uma sociologia factual, tentando extrair o cerne do acontecimento a partir da surpresa que ele coloca” (MORIN, 2010a, p. 173). Intimamente ligada às noções de acontecimento e de singularidade está a noção de *crise*, por meio da qual podem revelar-se realidades latentes invisíveis em condições de estabilidade (MORIN [1984?]). A sociologia do presente foi uma experiência de pesquisa transdisciplinar que abriu caminho, mais tarde, para que Morin desenvolvesse a ideia de pensamento complexo, a partir da década de

² Um macroconceito resulta “da articulação recíproca de vários conceitos que se combinam fazendo emergir um conceito macro, que não pode ser dito de outra forma que não seja pela emergência da articulação dos conceitos ou ideias associados. Um macroconceito é um plano que emerge do encontro de planos cognitivos” (DUARTE, 2003, p. 43).

³ Nascido em Paris, França, em 1921, no seio de uma família judia de origem sefardita (judeus espanhóis), Edgar Morin tem formação em história, geografia, direito, sociologia, filosofia e economia. Atuou na resistência francesa durante a ocupação nazista de Paris, na segunda guerra mundial, e paralelamente também foi militante do clandestino Partido Comunista. Em 1950 foi admitido na comissão de sociologia do *Centre National de Recherche Scientifique* (CNRS), onde hoje é pesquisador emérito. Apesar da idade avançada, permanece em atividade intensa por meio da publicação de livros, artigos em jornais e entrevistas.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

1970, com a progressiva publicação dos seis volumes da obra “O Método”⁴. Como explica Carvalho (2014), mais do que um conjunto de regras e procedimentos, o método moriniano trata de uma estratégia apta a relacionar, religar, retomar o diálogo entre disciplinas que foram separadas pela visão cartesiana. A reforma do pensamento proposta pelo autor tem como um dos norteadores a adesão consciente a um modelo de pensamento que permita distinguir sem separar. O pensamento complexo opera distinções, estabelece relações e formula questões. Para Morin, diferenciar e relacionar implica *contextualizar*, pôr em *contexto*, e essa ação, para o autor, é vital para a vida cotidiana (MORIN, 2010b).

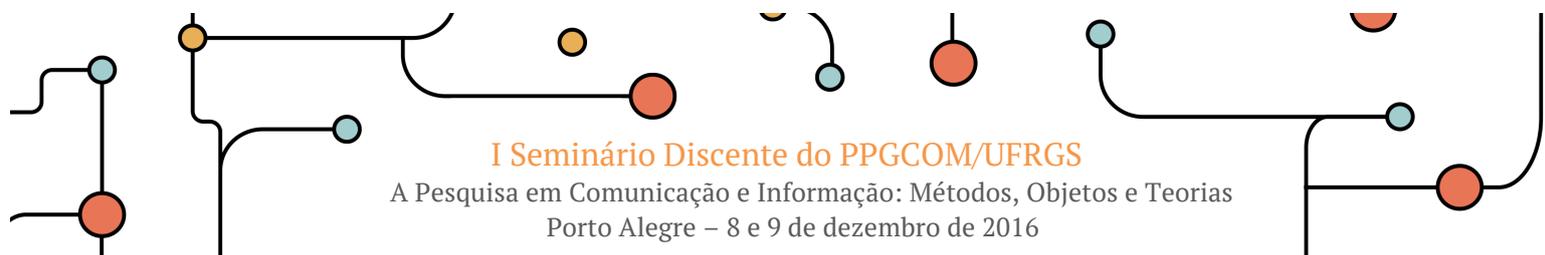
Acontecimento, *crise* e *contexto* serão, portanto, os conceitos morinianos abordados nesta pesquisa com o objetivo de buscar neles contribuições teórico-epistemológicas para os Estudos de Jornalismo⁵. Apresentamos a seguir uma síntese dos principais aspectos de cada um desses conceitos:

Acontecimento – Para Morin, na década de 1960 o acontecimento era uma espécie de “monstro” para a sociologia dominante, que na época estava focada em encontrar regularidades para os fenômenos sociais, a exemplo das ciências duras. Na contracorrente, ele preocupava-se com os fatos e fenômenos singulares deixados em segundo plano, que, na sua visão, poderiam também levar à elaboração de teorias gerais válidas. Enquanto representa um elemento novo dentro da realidade social, para Morin o acontecimento é um princípio desestruturante que “dá origem a uma ou mais questões, e ao mesmo tempo abala a estrutura racionalizadora” (MORIN, [1984?], p. 222). Já o acontecimento jornalístico tem como características aquilo que é desviante ou excepcional em relação a uma normalidade aparente (MORIN, 1972a).

Crise – As crises são, para Morin, uma fonte de extrema riqueza no âmbito de uma sociologia que não tem foco principal na descrição de regularidades. Elas são “concentrados explosivos, instáveis” que revelam realidades latentes invisíveis em condições de estabilidade (MORIN, [1984?], p. 223). Além da ligação desse conceito com a noção de acontecimento, a proposição de Morin para uma “crisologia” torna-se pertinente para pensar o jornalismo nos dias atuais também em função da dita crise pela qual a área passa em seus diversos âmbitos – empresarial, profissional, ético, ontológico, técnico. O autor propõe que a palavra crise seja problematizada a partir da retomada de seu sentido etimológico: originário do grego *krisis*, o termo significa decisão e, no sentido moderno,

⁴ Os seis livros foram publicados entre 1977 e 2004 (CARVALHO, 2014).

⁵ A ampliação do estudo, com as visões de outros autores acerca desses mesmos conceitos, deverá ser feita em etapas posteriores da pesquisa.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

incorpora a ideia de incerteza. Uma crise necessariamente põe em movimento forças de transformação e suscita a procura de soluções. Definindo-a como um “complexo de acontecimentos traumáticos que afetam um sistema”, Morin defende que se tome a palavra não em um sentido raso e simplificado, mas em um nível epistemológico e teórico (MORIN, 1972b; [1984?]).

Contexto – No âmbito das atuais mudanças estruturais, é frequente que se questione que funções o jornalismo ainda deve desempenhar na sociedade. Uma das atribuições que aparecem com mais recorrência, tanto em estudos atuais quanto nos estudos pioneiros do início do século 20, é a tarefa de contextualizar as informações. Dessa forma, pensar epistemologicamente sobre o sentido desse verbo e de seu substantivo derivado, contexto, parece-nos essencial. Para essa tarefa, encontramos elementos profícuos na proposta de pensamento complexo de Edgar Morin, que significa, de forma sucinta, “integrar simultaneamente as múltiplas dimensões de uma mesma realidade” (MORIN, 2014, p. 13). Se no modelo de pensamento cartesiano os acontecimentos a serem analisados são isolados e assim permanecem, no pensamento complexo eles são recolocados em contexto para que seu significado seja compreendido: “O pensamento complexo é o pensamento apto a reunir, contextualizar, globalizar, mas ao mesmo tempo a reconhecer o singular, o individual, o concreto” (MORIN, 2000, p. 213). É nesse sentido que propomos que o jornalismo incorpore a atitude epistemológica da complexidade ao buscar contextualizar os acontecimentos que transforma em notícia.

Referências

- ANDERSON, C.W.; BELL, E.; SHIRKY, C. Jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos. In: **Observatório da Imprensa**, n. 743, 25 abr. 2013. Disponível em: <<http://observatoriodaimpresa.com.br/imprensa-em-questao/adaptacao-aos-novos-tempos/>>. Acesso em: 30 jul. 2016.
- BRIN, C.; CHARRON, J.; DE BONVILLE, J. **Nature et transformation du journalisme: théorie et recherche empiriques**. Québec: Les Presses de l'Université Laval, 2004.
- CARVALHO, E. A. Teoria da complexidade. In: CITELLI, A. et al. (Org.). **Dicionário de comunicação: escolas, teorias e autores**. São Paulo: Contexto, 2014.
- DUARTE, E. Por uma epistemologia da comunicação. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (Org.). **Epistemologia da comunicação**. São Paulo: Loyola, 2003.
- GENRO FILHO, A. **O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo**. Porto Alegre: Ortiz, 1989. (2ª impressão)



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

LÜCKMAN, A. P. **Contribuições do pensamento complexo para o campo epistêmico do Jornalismo**. 2013. 96p. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão, Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Florianópolis, 2013.

MARHENKE, K. O poder dos jornais, segundo Otto Groth. In: MAROCCO, Beatriz; BERGER, Christa (Org.). **A era glacial do jornalismo: teorias sociais na imprensa**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

MORIN, E. Le retour de l'événement. In: **Communications**, n. 18, 1972a. Disponível em: <http://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1972_num_18_1_1254>. Acesso em: 23 jul. 2016.

_____. L'événement-Sphinx. In: **Communications**, n. 18, 1972b. Disponível em: <http://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1972_num_18_1_1273>. Acesso em: 23 jul. 2016.

_____. **Sociologia**. Mem Martins: Europa-América, [1984?].

_____. O pensamento complexo, um pensamento que pensa. In: MORIN, E.; LE MOIGNE, J. **A inteligência da complexidade**. São Paulo: Peirópolis, 2000.

_____. **Meus demônios**. 5. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010a.

_____. Por uma reforma no pensamento. In: PENA-VEIGA, A.; NASCIMENTO, E. Pinheiro (Org.). **O pensar complexo: Edgar Morin e a crise da modernidade**. Rio de Janeiro: Garamond, 2010b.

_____. **Meus filósofos**. Porto Alegre: Sulina, 2014.

PARK, R. E. A notícia como forma de conhecimento. In: STEINBERG, Charles S. (Org.). **Meios de comunicação de massa**. São Paulo: Cultrix, 1970.

WEBER, M. Sociologia da imprensa: um programa de pesquisa. In: MAROCCO, Beatriz; BERGER, Christa (Org.). **A era glacial do jornalismo: teorias sociais na imprensa**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

COMO ANALISAR A CREDIBILIDADE DO JORNALISMO NAS REDES SOCIAIS?

Sílvia Saraiva de Macedo Lisboa¹

Palavras-chave

Jornalismo. Credibilidade. Valores. Redes Sociais. Discurso.

Meu projeto de pesquisa inicial busca compreender, na percepção do leitor, a credibilidade do jornalismo praticado nas redes sociais. Ele parte de uma preocupação que me acompanha desde o mestrado que é entender o que torna o jornalismo confiável para o público. Na minha dissertação intitulada “Jornalismo e a credibilidade percebida pelo leitor: independência, imparcialidade, honestidade, objetividade e coerência”, defendida em 2012, mapeei esses cinco valores citados no título acima como sendo os que sustentam a crença no jornalismo na visão dos seus leitores. Os resultados estão baseados na análise de mais de mil comentários feitos no site do O Estado de S. Paulo sobre o editorial “O mal a evitar”, no qual o jornal explicitou seu apoio à candidatura de José Serra à presidência da República. Foi necessário escolher um caso que permitisse a visibilidade de tais valores tensionados pelos próprios leitores no espaço reservado aos comentários. O caso em questão criou um ambiente discursivo em que o público debateu a função social do jornalismo de forma a permitir que os sentidos sobre o que faz o jornalismo aflorassem de forma espontânea.

Agora, para a pesquisa de doutorado, meu interesse inicial é ampliar o estudo em pelo menos três frentes: 1) mapear os valores associados à credibilidade jornalística pelo leitor em um novo contexto, no caso as redes sociais, como o Facebook; 2) fazer a análise dos comentários de leitores em postagens de diferentes veículos jornalísticos, como os três jornais (Folha de S. Paulo, O Globo, O Estado de S. Paulo) de maior circulação no país e em quatro revistas semanais (Veja, IstoÉ, Época e Carta Capital), de modo a referendar – ou ampliar – os valores encontrados na dissertação; 3) problematizar de que maneira a arquitetura e a dinâmica das redes sociais impactam na apropriação do jornalismo e repercutem nos valores éticos que embasam a confiança no seu discurso.

Minha hipótese é a de que as redes sociais modificam o jornalismo: como e o que isso acarreta para a legitimação do seu discurso é o que pretendo descobrir. Uma das

¹ Doutoranda na linha de pesquisa Jornalismo e Processos Editoriais, orientadora: Márcia Benetti Machado, e-mail: lisboasilvia@gmail.com.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

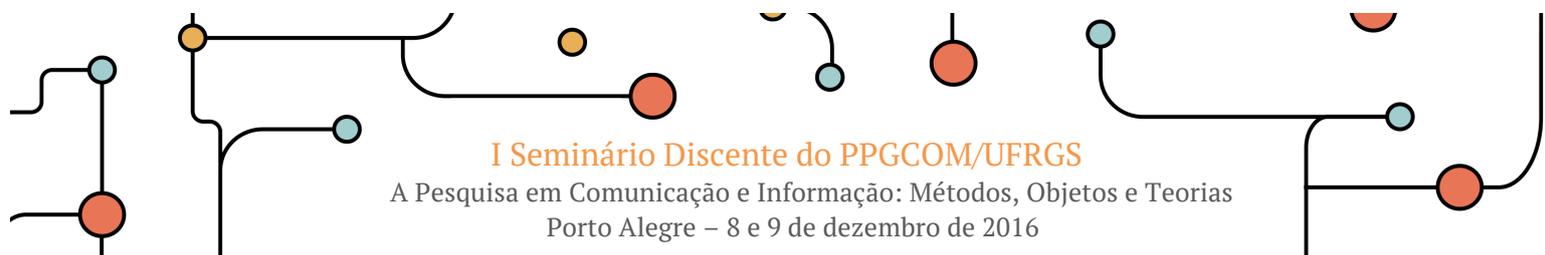
minhas premissas é que as redes sociais repercutem na conformação dos valores associados à credibilidade. Os valores que as redes ensinam e reforçam, como a transparência e a honestidade, que também são valores associados à credibilidade do jornalismo, ganham força nesses novos dispositivos que não são jornalísticos por excelência. E esses novos sentidos que ganham importância podem ter o poder de reconfigurar questões essenciais do discurso jornalístico, desde sua apresentação até a seleção de pautas. Entender como isso ocorre, como valores deontológicos se manifestam em questões discursivas, é um dos objetivos.

A importância de encontrar essas respostas reside no fato de que o conjunto de princípios éticos e técnicos que norteiam a prática jornalística contemporânea forma o dispositivo de credibilização² do jornalismo (SERRA, 2006). A subordinação a esses valores e o consequente reconhecimento por parte do público ajudaram a prática a se consolidar enquanto prática e instituição social que cumpre um papel específico, não executado por outras instituições: o de prover informações atuais sobre acontecimentos cotidianos (FRANCISCATO, 2005).

O interesse em investigar os valores do jornalismo se justifica também pelo momento de intensa mudanças que o campo vem enfrentando. Charron & Bonville (*apud* PEREIRA e ADGHIRNI, 2011) definem as revoluções como momentos em que valores e práticas, tidos como essenciais ao exercício dessa atividade, passam por um momento de crise. É justamente nesses momentos que se torna essencial investigar a natureza das mudanças e o que permanece imutável apesar das transformações. Como enfatizam Pereira & Adghirni (2011), mudanças estruturais profundas não são absolutas sob pena de perderem-se os referenciais definidores do que é jornalismo. Mas quais são esses valores que tendem a ser reafirmados e garantem certa estabilidade cognitiva e o reconhecimento social ao jornalismo? Obter essa resposta é essencial para o futuro do jornalismo. Mais do que isso, é vital para entendermos o que distingue o jornalismo de outros discursos, o que lhe é essencial e inegociável.

Outra importante justificativa reside no suporte escolhido. As redes sociais se transformaram na principal fonte de notícias, revolucionando os hábitos do consumo do jornalismo. O relatório de 2014 do *State of News Media*, feito pelo centro de pesquisas norte-americano Pew Research, indicou que praticamente a metade dos adultos usuários de internet se informavam sobre política e assuntos governamentais pelo Facebook, a rede

² O termo dispositivo é usado por Paulo Serra no mesmo sentido adotado por Martin Heidegger (2007) ao definir a técnica moderna como algo que independe da "vontade" do homem e funciona, assim, de forma "natural".



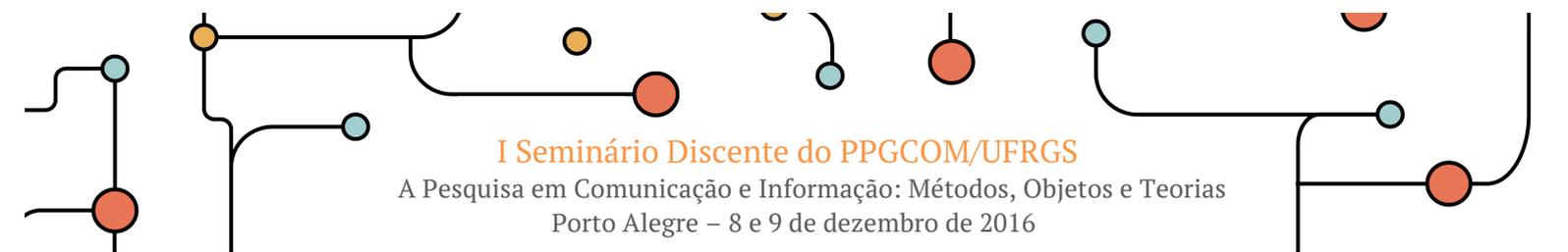
social que completou uma década no ano passado e tem hoje com 1,4 bilhão de usuários (FOLHA, 2014).

Apesar dos números do levantamento serem americanos, a realidade brasileira não é muito diferente. A Pesquisa Brasileira de Mídia de 2015, elaborada pelo Ibope a pedido da Secretaria de Comunicação Social da presidência da República, aponta que praticamente metade (48%) dos brasileiros usam a internet e passam pelo menos 5h do seu dia conectados à rede, mais tempo do que à frente da TV, ainda o principal meio de informação. Entre os internautas, 92% estão conectados nas redes sociais, sendo o Facebook a principal delas, com 83%. Para se ter uma ideia da desproporção em relação aos meios tradicionais, apenas 21% responderam que leem jornais impressos uma vez por semana pelo menos e 7% disseram que leem todos os dias.

Para buscar os sentidos sobre a credibilidade do jornalismo praticado nas redes sociais, minha proposta é, portanto, fazer uma análise discursiva dos comentários dos leitores coletados nas páginas dos veículos jornalísticos no Facebook e no Twitter. Trata-se de um espaço bastante fértil para a análise porque é público e não recebe nenhuma interferência do pesquisador (HAGEN, 2009). Como Hagen (2009) pondera é a melhor solução para evitar uma “contaminação” e manter a riqueza e a espontaneidade dos sentidos construídos pelo público, bem como a legitimidade do discurso em análise.

A escolha do Facebook e do Twitter se dá devido à ampla apropriação dessas redes por brasileiros e pelos veículos jornalístico, onde é possível investigar a dinâmica do jornalismo em um ambiente de recepção. Só no Brasil, são 89 milhões de usuários no Facebook, segundo dados de 2004, sendo 59 milhões de usuários ativos. A rede social foi a mais citada pelos internautas entrevistados na Pesquisa Brasileira de Mídia de 2015, feita pelo Ibope, com 83% das menções.

Minha proposta inicial é coletar comentários dos leitores nas páginas dos três jornais de maior circulação no Brasil (Folha de S. Paulo, O Estado de São Paulo e O Globo) e das quatro revistas semanais (CartaCapital, Época, IstoÉ e Veja) em postagens que criem um ambiente discursivo propício para analisar a credibilidade. Em geral, postagens sobre erros jornalísticos e a consequente retratação, bastidores de uma reportagem, textos investigativos, editoriais, textos do ombudsman (no caso da Folha de S. Paulo) criam um ambiente para os leitores debaterem o papel social do jornalismo e os valores que o tornam uma fonte de informação confiável. Mas restam as dúvidas: 1) quantos comentários são necessários para o estudo ganhar abrangência?; 2) em que período de tempo?; 3) como selecionar as postagens que mais tensionam aspectos que desejo



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

investigar?; 4) como fazer essa análise transversal de sentidos no Facebook?; 5) devo ou não incluir no objeto veículos jornalísticos que surgiram nas últimas décadas, chamados de nativos digitais, para ampliar os resultados da investigação?

No projeto inicial, propus compilar as postagens e os comentários ao longo de dois anos, em dias alternados da semana, nas páginas dos sete veículos escolhidos no Facebook construir um corpus ter abrangência e dar relevância aos achados. Essa coleta de postagens para o corpus seria feita a partir de uma busca de caráter exploratório diariamente para evitar perda de informações ou a impossibilidade de fazer uma busca dos comentários a posteriori (ZAGO, 2011).

Referências

FOLHA DE S. PAULO. **Facebook supera estimativa de receita de analistas; usuários já são 1,4 bi.** São Paulo, 28 de janeiro de 2015. Editorial. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/tec/2015/01/1581963-facebook-supera-estimativa-de-receita-de-analistas-usuarios-ja-sao-14-bi.shtml>>. Acesso em: 10/08/2015.

FRANCISCATO, C. **A fabricação do presente.** Sergipe: Editora UFS/Oviêdo Teixeira, 2005.

HAGEN, S. **A emoção como estratégia de fidelização ao telejornal: um estudo de recepção sobre os laços entre apresentadores e telespectadores no Jornal Nacional.** 2009. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação). Programa de Pós Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

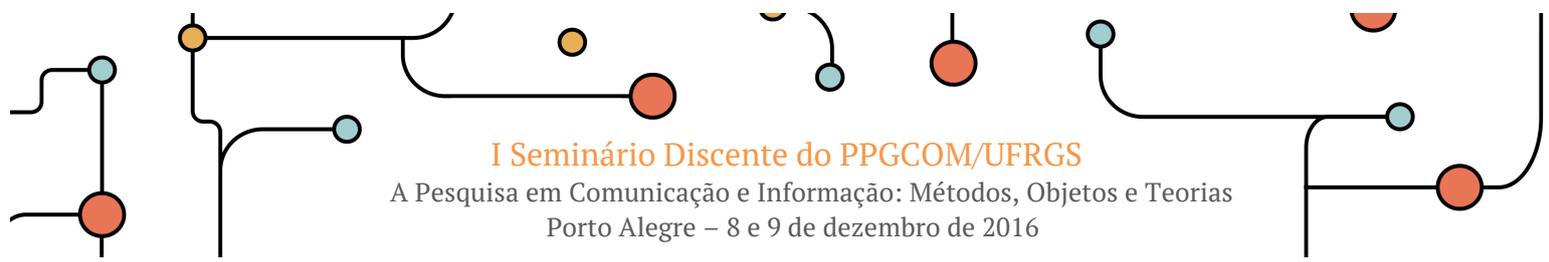
LISBOA, S. **Jornalismo e a credibilidade percebida pelo leitor: independência, imparcialidade, honestidade, objetividade e coerência.** 2012. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação). Programa de Pós Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012.

PEREIRA, F. ADGHIRNI, Z. **Jornalismo em tempo de mudanças estruturais.** *In* **Texto**, Porto Alegre: UFRGS, v.1, n. 24, p. 38-57, janeiro/junho de 2011.

PEW Research Center. **State of News Media 2014.** Estados Unidos, 2014. Disponível em: <<http://www.journalism.org/packages/state-of-the-news-media-2014/>> Acesso em: 10/08/2015.

SECOM. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2015.** Brasília, 2015. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>. Acesso em: 10/08/2015.

SERRA, P. **O princípio da credibilidade na seleção da informação mediática.** *Biblioteca Online de Ciências da Comunicação.* Portugal, 2006. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/serra-paulo-credibilidade-selecao-informacao.pdf>>.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

Acesso em: 20/08/2015.

ZAGO, Gabriela da Silva. **Recirculação jornalística no twitter : filtro e comentário de notícias por interagentes como uma forma de potencialização da circulação.** 2011. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação). Programa de Pós Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.

FANWORKS DE FANWORKS: EXPERIÊNCIA DE PESQUISA COM A PRODUÇÃO FEITA POR AUDIÊNCIAS DISPONIBILIZADAS EM REDES

*Sarah Moralejo da Costa*¹

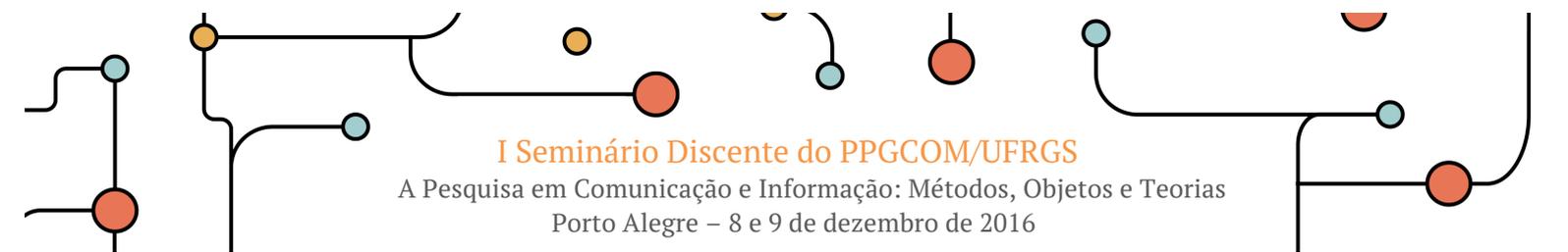
Palavras-chaves

Cultura de Fãs. Consumo Cultural. Comunidade Interpretativa. Afeto.

Este trabalho apresenta uma problematização sobre o processo metodológico desenvolvido no projeto de tese da mesma autora, intitulado *Fanworks de fanworks: os relacionamentos entre fãs a partir da produção participativa*, em estágio de qualificação no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da UFRGS. O projeto de tese propõe um estudo dos vínculos de afeto estabelecidos entre os produtores de *fanworks* sobre *fanworks* do *fandom* de *O Hobbit* no *Tumblr*, com o objetivo de compreender sua organização enquanto comunidade interpretativa a partir de suas relações produtivas em suas várias instâncias. Para embasar essa pesquisa, foi desenvolvida uma contextualização dos estudos de fãs, uma pesquisa exploratória realizada em duas etapas, um estudo piloto e uma problematização teórico-metodológica. Aqui apresentamos os procedimentos metodológicos a fim de mostrar os caminhos trilhados pela pesquisa e as dificuldades surgidas.

A interação do fã com seu objeto de adoração gerando alguma forma de produção material de conteúdo não é nova. O fã, enquanto consumidor e agente de circulação de informações acerca da obra, se configura como formador de opinião sobre aquele universo e é capaz de exercer influência tanto sobre o direcionamento das narrativas, ao se manifestar junto ao produtor, quanto sobre as formas e intensidades de consumo, ao se organizar em comunidades que compartilham critérios de interpretação específicos sobre o produto cultural, as comunidades interpretativas. Além disso, a produção do fã também funciona como catalizador da produção oficial, à medida que ele produz um volume de informações sobre a obra que é agregado ao seu universo, de forma a oferecer construções infinitamente variadas daquela narrativa, a manter atualizada e a prolongar através do tempo, mesmo que a produção de referência já tenha sido oficialmente encerrada.

¹ Doutoranda em Comunicação e Informação na UFRGS. Linha 3: Cultura e Significação. Orientadora: Nilda Jacks. E-mail: sarahmoralejocosta@gmail.com



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

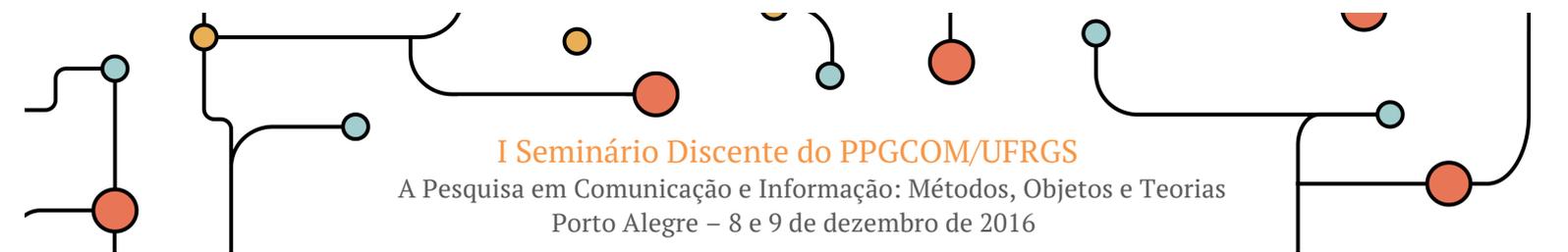
A relação de afetividade criada entre os fãs e os objetos culturais pelos quais eles demonstram afeição é referenciada por Jenkins (2009, p. 31) como parte do vínculo que instiga a participação mais ativa dessa audiência no processo de convergência. Entendemos relação como ligação entre pessoas baseada em vínculos de caráter afetivo. Nesse caso, o caráter afetivo dessas relações está diretamente ligado ao processo de significação, uma vez que é a partir do consumo cultural que se dá a produção de sentido, e esta, enquanto prática contextualizada e pautada pelas experiências do sujeito, é atrelada à afetividade.

Esse vínculo entre sujeito e objeto cultural, criado a partir do processo individual de significação, pode ou não ser concretizado em outras produções, como comentários, textos e compartilhamento de conteúdos, por exemplo, mas passa a integrar os critérios interpretativos que definem a comunidade. Esse compartilhamento de afetividade entre os membros da comunidade com relação a objetos do gosto cria o efeito de propagação e modificação desses produtos.

Hellekson e Busse (2006) colocam a ideia de “trabalho em progresso” como central para a abordagem do consumo cultural e da participação. Da mesma forma que um produto cultural nunca está efetivamente terminado, uma vez que ao encerrar-se uma narrativa há a possibilidade de começar outra dentro do mesmo universo, em outra mídia, em outro formato, com outra abordagem, há sempre o trabalho contínuo dos fãs que produzem sobre essa narrativa, que por sua vez gera o trabalho contínuo dos fãs que consomem e propagam essa produção, que chega à audiência em suas múltiplas possibilidades de apropriação e produção de sentido. Assim, a produção dos fãs em torno de um único universo é imensurável (JENKINS, 1992).

A partir dessa constatação, a problematização teórico-metodológica da nossa pesquisa se volta para um recorte sobre a produção participativa que nos permita analisar as relações estabelecidas entre fãs a fim de verificar como o afeto colabora para a construção do *fandom* enquanto comunidade interpretativa. Pela necessidade de chegar às relações estabelecidas entre sujeitos, desenvolvemos uma base conceitual necessária para a realização de uma pesquisa empírica de viés etnográfico, voltada para a relação entre sujeitos em processo de consumo cultural e midiático no contexto da cibercultura.

A primeira definição estabelecida no processo metodológico é a natureza das relações que serão observadas, com o objetivo de concretizar essas relações em uma forma material passível de ser analisada. A construção contínua de uma narrativa abre espaço para a possibilidade de produção sobre a produção participativa. Nesse quadro, a construção narrativa feita por fãs e a mediação desta dentro de determinada comunidade



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

geram um novo processo de consumo, que, a partir de sua apropriação, pode gerar um novo ciclo de produção. Em um primeiro momento, há a produção participativa de *fanworks*² sobre a produção cultural comercial, mas, em um segundo momento, há a produção de *fanworks* sobre *fanworks*.

A pesquisa exploratória foi feita entre agosto de 2014 e junho de 2015 e teve como objetivo verificar formas de delimitação de recorte de um *fandom* que nos permitisse ter acesso aos dados necessários para a realização da pesquisa. Ela foi realizada em duas etapas.

Na primeira, buscando o recorte de uma comunidade de fãs em específico para a aplicação da análise a ser desenvolvida, optamos inicialmente por um site de publicação de *fanworks* que possibilitasse a observação das interações entre seus participantes, o *Archive for our own* (AO3) (ARCHIVE..., 2016). Em 2013, o site realizou no *Tumblr* um censo sobre características de seus usuários e hábitos de produção e consumo cuja base de dados (AO3..., 2016) e, a partir da análise de alguns dos dados apresentados, chegamos a uma caracterização dos fãs, como usuários do AO3 presentes no *Tumblr*, como jovem, feminino³, branco, que utiliza o inglês para se relacionar com a comunidade; e sobre suas práticas de consumo e produção de *fanworks*, elas consomem e produzem *fanworks* focados em relações homossexuais entre homens, e que o maior consumo e produção é de temáticas adultas.

Na segunda etapa da pesquisa exploratória, delimitamos o *fandom* a ser analisado como o da trilogia de filmes *O Hobbit*, devido a sua formação ao longo do tempo, a partir de uma obra lançada originalmente em 1937 e atualizada em 2014, e do espaço, como uma obra fílmica popular com alcance mundial. A participação da pesquisadora em uma pesquisa internacional intitulada *Hobbit Project* permitiu o acesso a dados sobre os consumidores dos filmes que possibilitaram uma melhor compreensão desses sujeitos em comunidade. *Hobbit Project* aplicou em 2015 um questionário em 32 idiomas que recebeu mais de 36 mil respostas, sendo 1224 de brasileiros.

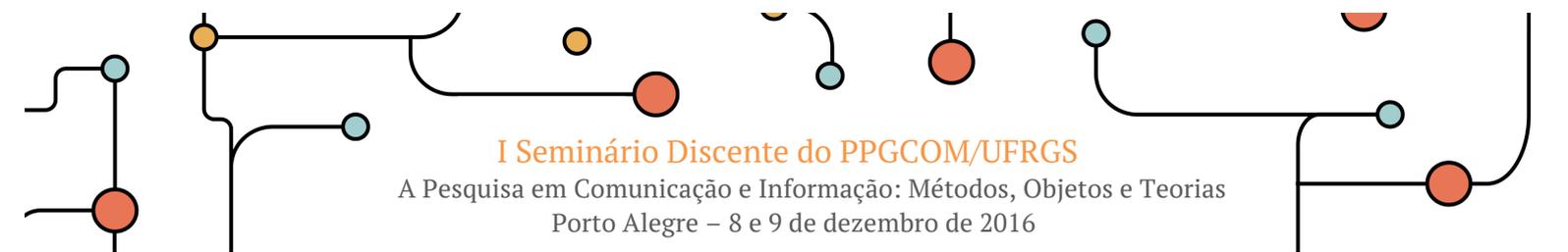
A partir da análise de duas questões, uma fechada⁴, apresentando os dados acerca de todos os respondentes e dos brasileiros em particular sobre a produção do público em torno dos filmes, e uma aberta⁵, apresentando as respostas somente de

² Nós entendemos *fanworks* como qualquer produção material feita por fãs.

³ Devido à grande maioria de fãs que se identificam pelo gênero feminino e pelo fato de que nem sempre podemos distinguir o gênero dos sujeitos a partir dos *nicks* que utilizam para se identificar dentro do *fandom*, optamos nesse trabalho por nos referirmos a todos os sujeitos aqui elencados no feminino. Se algum caso de exceção for identificado, será destacado.

⁴ Questão 12 – Você já participou de alguma destas outras atividades ligadas aos filmes de *O Hobbit*? Alternativas: produção de *fanarts*; criação de blogs; RPG; *fanfiction*; coleção de objetos; debates sobre os filmes; comentários *online*; jogos; produção de *fanfilms*; visitas às locações dos filmes; nenhuma destas.

⁵ Questão 11 – Você acredita que haja pessoas que concordam com sua visão sobre *O Hobbit*? Quem são elas?



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

brasileiros sobre a relação dos sujeitos com seus pares, pudemos perceber que a audiência dos filmes compartilha opiniões sobre seu consumo cultural e acredita que suas opiniões são aceitas; as práticas nas quais o respondente se engaja muda a percepção do que é ser fã para ele; as práticas moldam a relação dos respondentes com seus pares, a relação dos respondentes com a obra e a relação dos respondentes com aqueles que ele identifica como fãs.

O estudo piloto analisa *fanworks* de *fanworks* sobre os filmes de *O Hobbit* no A03 com o objetivo de verificar características desse tipo de produção e as relações estabelecidas entre os fãs nesse processo, em uma primeira imersão no campo. A partir do seu sistema de *tags*, o site nos permitiu uma busca mais apurada dentro das classificações de busca mais específicas dos trabalhos. Foram selecionados 69 *fanworks*, nos quais observadas as notas de autor, a partir das quais analisamos: as relações de inspiração; as fontes dos trabalhos; os formatos de *fanworks*; as referências ao produtor ou outras produções; a origem das fontes; a relação entre as fontes; a natureza dos diálogos estabelecidos com os leitores.

É constatado que o A03 não proporciona contato com os sujeitos o suficiente para uma análise mais profunda das relações estabelecidas entre eles. Por outro lado, o *Tumblr* é citado como forma de contato entre eles, como fonte de *fanworks* usados como inspiração de produção e como local de publicação de outros *fanworks*, o que o sugere como um ambiente mais propício para a continuidade do desenvolvimento da pesquisa.

O desafio de uma imersão no *Tumblr*, porém, é a maior dificuldade de filtragem de conteúdo que nos possibilite acesso a sujeitos específicos, sem ferramentas do próprio sistema que nos possibilitem uma filtragem rígida, considerando que é uma plataforma mais ampla e não especializada.

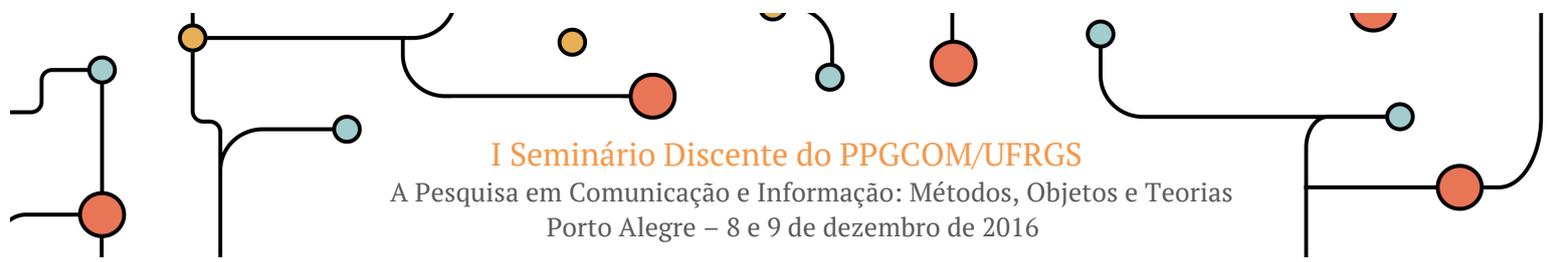
Referências

A03 Census: Masterpost. **Tumblr**. Disponível em: <<http://centrumlumina.tumblr.com/post/63208278796/ao3-census-masterpost>>. Acesso em: 15 out. 2016.

ARCHIVE for our own. Disponível em: <<http://archiveofourown.org/>>. Acesso em: 15 out. 2016.

HELLEKSON, K.; BUSSE, K. **Fan fiction and fan communities in the age of the internet: new essays**. London: McFarland, 2006.

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



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

_____. **Textual poachers:** television fans and participatory culture. New York and London: Routledge, 199

A COBERTURA TELEJORNALÍSTICA DO CASO SAMARCO SOB A ÓTICA DO JORNALISMO AMBIENTAL

*Douglas Carvalho*¹

Palavras-chave

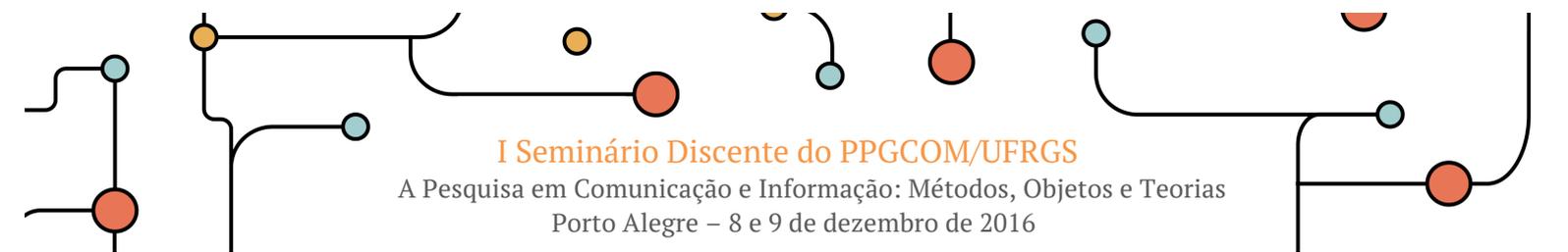
Telejornalismo. Jornalismo Ambiental. Samarco. Jornal Nacional.

Este resumo expandido pretende apresentar o andamento da dissertação de mestrado acerca da cobertura telejornalística do caso Samarco. Iniciada no primeiro semestre de 2016, a pesquisa busca analisar o tratamento dado pelo Jornal Nacional, da Rede Globo, aos desdobramentos do rompimento da barragem de Fundão, localizada em Mariana (MG). A partir dos pressupostos teóricos que devem reger a prática do Jornalismo Ambiental, a dissertação aplicará a metodologia da análise de conteúdo a fim de verificar o modo pelo qual o programa cobriu o assunto. Nesse sentido, existem dúvidas sobre a delimitação do objeto (as quais serão explanadas mais adiante), razão pela qual o presente resumo filia-se ao Eixo Temático B – “Objetos Empíricos” – do I Seminário Discente PPGCOM UFRGS.

Ao problematizar o papel social do telejornalismo brasileiro frente aos compromissos com o meio ambiente e a proteção à natureza, a dissertação partirá de conceituações propostas por Vizeu (2007), que defende que o interesse pela televisão se situa na ausência de um espaço sociocultural entre a experiência do indivíduo e a do coletivo. Assinala ainda que, ao produzir os conteúdos informativos, o jornalista busca imaginar os aspectos da formatação das notícias que vão interessar ao público telespectador, configurando a noção de “audiência presumida”.

Embora vinculada às diretrizes gerais do Jornalismo, a cobertura de temas ambientais carrega certas singularidades. Diversos teóricos convergem na definição de três desses parâmetros: a visão sistêmica, a defesa da sustentabilidade e a educação ambiental. O primeiro item reside no conceito de que todos os seres vivos estão conectados e, por isso, integram um sistema, uma rede de relações. A prática do Jornalismo Ambiental precisa imbuir-se dessa visão de mundo, voltada a um pensamento

¹ Mestrando em Comunicação e Informação na UFRGS. Linha 2: Jornalismo e Processos Editoriais. Orientador: Flávio Antônio Camargo Porcello. E-mail: douglasgravatai@yahoo.com.br.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

sistêmico e interdisciplinar. Na composição de uma mesma pauta, por exemplo, podem estar entrelaçados aspectos sociais, políticos, econômicos etc.

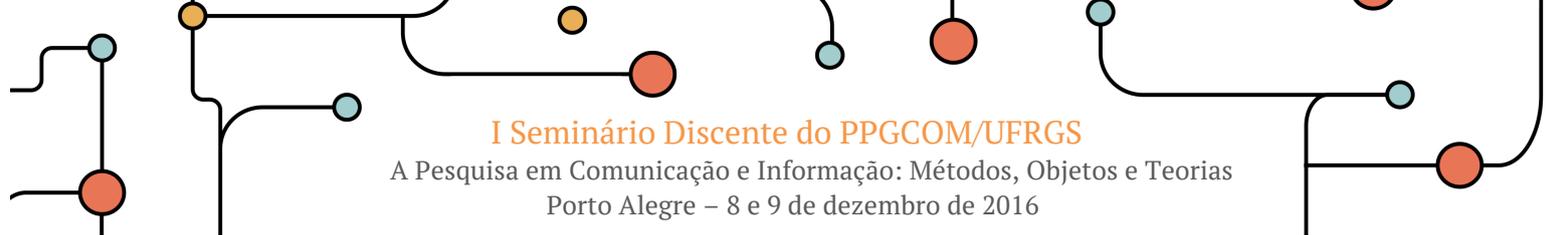
O desafio de resumir, em uma cobertura jornalística, os principais aspectos de uma pauta demanda um olhar atento ao conjunto dos fatos. De acordo com Bueno (2007), a complexidade dos fenômenos ambientais exige uma postura sistêmica e interdisciplinar do jornalista.

[...] a Comunicação Ambiental e o Jornalismo Ambiental se interessam por um número formidável de pautas e questões, o que, certamente, define esses campos como multi e interdisciplinares, já que, para seu entendimento, concorrem vários saberes e competências. [...] Esta generosidade temática não pode afastar o comunicador e o jornalista ambientais de uma visão dita sistêmica, ou seja, eles precisam ter presente que as pessoas, a natureza, o meio físico e biológico, a cultura e a sociedade estão umbilicalmente conectados. (BUENO, 2007, p. 34).

Na década de 1980, o físico austríaco Fritjof Capra já apresentava uma saída para o contexto de crise em que a sociedade estava – e permanece – mergulhada. O autor referia-se a uma conjuntura de problemas mundiais presentes em diversos campos, como a política, a economia e o meio ambiente. Para Capra (1982), a visão de mundo fundada em preceitos mecanicistas e cartesianos-newtonianos está ultrapassada. Ele critica o fato de que a humanidade tem buscado interpretar e resolver os seus dilemas a partir desse paradigma, o qual encara os fenômenos do mundo como fragmentos separados e independentes. Por isso, o autor defende a necessidade de que seja adotada outra percepção da realidade, a fim de se construir uma força promotora de mudanças sociais. Essa nova visão é o pensamento sistêmico, que concebe a vida como uma rede de relações entre partes integradas.

Vivemos hoje num mundo globalmente interligado, no qual os fenômenos biológicos, psicológicos, sociais e ambientais são todos interdependentes. Para descrever esse mundo apropriadamente, necessitamos de uma perspectiva ecológica que a visão de mundo cartesiana não nos oferece. (CAPRA, 1982, p. 14)

A defesa da sustentabilidade, que é o segundo pressuposto presente na bibliografia consultada, vai de encontro com a célebre busca pela imparcialidade, tão debatida no campo jornalístico. Um modelo de vida sustentável funda-se na ideia de que os cidadãos de hoje devem satisfazer as suas necessidades sem afetar a capacidade das gerações futuras de suprir as suas próprias demandas. Ao cumprir o seu papel de cidadão, o bom jornalista ambiental exerce a militância cívica, comprometida com o equilíbrio



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

social e ecológico. O jornalista é, antes de tudo, um cidadão, motivo pelo qual a neutralidade não deve ser uma meta quando se cobrem temas ambientais. Para Trigueiro (2003), a defesa de um mundo sustentável está intrinsecamente vinculada ao exercício desse trabalho.

O jornalismo ambiental quebra o dogma da imparcialidade, [...], ao tomar partido em favor da sustentabilidade, do uso racional dos recursos naturais, do equilíbrio que deve reger a relação do homem com a natureza [...] e de tudo aquilo que remete à ideia de um novo modelo de civilização que não seja predatório e suicida. (TRIGUEIRO, 2003, p. 88-89)

Já o terceiro parâmetro, a educação ambiental, está diretamente ligado à função pedagógica do Jornalismo Ambiental, no sentido de colaborar com a formação de uma cidadania consciente. A veiculação de informações pertinentes é fundamental para que o público compreenda a sociedade que o rodeia, dialogue e contribua para a construção de um mundo melhor. Mais do que somente informar, cabe ao Jornalismo Ambiental esclarecer a sociedade a respeito de temas de interesse público, fomentando discussões e promovendo mudanças de atitude. Bueno (2007) atenta para a relevância desse papel.

[...] a pauta ambiental precisa, fundamentalmente, desempenhar uma função pedagógica, sistematizando conceitos, disseminando informações, conhecimentos e vivências, ou seja, dando condições para que o cidadão comum participe do debate. (BUENO, 2007, p. 42)

Na tarde de 5 de novembro de 2015, a Barragem de Fundão rompeu-se, despejando na natureza 55 bilhões de litros de rejeitos de mineração, os quais se juntaram a 7 bilhões de litros de água presentes na Barragem de Santarém, totalizando uma enxurrada de 62 bilhões de litros lançada na natureza. A lama causou uma série de danos, como a morte de 19 pessoas e a destruição de diversas localidades, como Bento Rodrigues e Paracatu de Baixo (LOBATO, 2015).

Devido às suas dimensões, o desastre de Mariana recebeu ampla cobertura midiática. Para compor o objeto de análise, optou-se pelo telejornal de maiores alcance e relevância do país. O objetivo é verificar de que forma o JN cumpriu os pressupostos teóricos do Jornalismo Ambiental ao cobrir a maior tragédia ambiental do Brasil.

Como método de pesquisa, será aplicada a análise de conteúdo, compreendida aqui como a mais adequada para o atingimento do objetivo proposto. Serão estabelecidas três categorias de análise com base nas diretrizes que devem guiar a cobertura ambiental, a fim de verificar o modo pelo qual o programa pratica a visão sistêmica, a defesa da



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

sustentabilidade e a educação ambiental. Dentro desse processo de codificação, pretende-se identificar conteúdos manifestos e latentes das reportagens, o que deverá conduzir à produção de inferências acerca do tratamento dado ao tema pelo JN.

Heloiza Golbspan Herscovitz (2010) define a análise de conteúdo como um

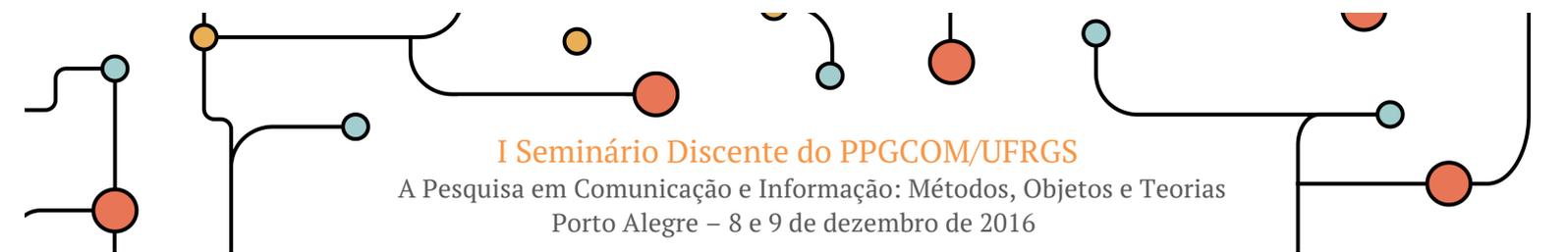
[...] método de pesquisa que recolhe e analisa textos, sons, símbolos e imagens impressas, gravadas ou veiculadas em forma eletrônica ou digital encontrados na mídia a partir de uma amostra aleatória ou não dos objetos estudados com o objetivo de fazer inferências sobre seus conteúdos e formatos enquadrando-os em categorias previamente testadas, mutuamente exclusivas e passíveis de replicação. (HERSCOVITZ, 2010, p. 126-127)

A partir da definição da metodologia, permanecem dúvidas no que se refere à delimitação do objeto. É sabido que eventuais observações, comentários e críticas que forem feitas durante a análise ficarão circunscritos ao *corpus* escolhido. Será discutida, por exemplo, a visão sistêmica praticada em uma determinada amostra, e não a visão sistêmica em toda a cobertura realizada pelo programa desde o rompimento da barragem até os dias atuais. Nesse sentido, existe a possibilidade de que se constate, por exemplo, a ausência de certa abordagem na amostra, ainda que (eventualmente) essa abordagem tenha ocorrido em outro momento da cobertura, não analisado pela dissertação.

Qual é a amostra mais adequada? A primeira semana de cobertura? O primeiro mês? Uma possibilidade é escolher dias-chave – por exemplo, o dia do rompimento, 15 dias depois e um mês depois. Outra opção é, mediante a leitura do noticiário sobre o desastre, selecionar acontecimentos importantes (como a chegada da lama ao Oceano Atlântico e a assinatura do acordo de recuperação entre as mineradoras e os governos estaduais e federal, por exemplo) e, então, compor a amostra com as edições referentes aos dias em que tais acontecimentos ocorreram.

Referências

- BUENO, W. C. **Comunicação, Jornalismo e Meio Ambiente**. São Paulo: Mojoara Editorial, 2007.
- CAPRA, F. **O Ponto de Mutação**. São Paulo: Cultrix, 1982.
- HERSCOVITZ, H. G. Análise de conteúdo em jornalismo. In: BENETTI, M.; LAGO, C. (Org.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Editora Vozes, 2010.
- LOBATO, Paulo Henrique. Fim de 2015 está longe de encerrar desdobramentos da tragédia de Mariana. **Estado de Minas**, 27 dez. 2015. Disponível em:



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

<http://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2015/12/27/interna_gerais,720428/fim-de-2015-esta-longe-de-encerrar-desdobramentos-da-tragedia-de-maria.shtml>. Acesso em: 11 jul. 2016.

TRIGUEIRO, A. Meio Ambiente na Idade Mídia. In: TRIGUEIRO, A. (Org.). **Meio Ambiente no Século 21**: 21 especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento. Rio de Janeiro: Sextante, 2003.

VIZEU, A. **O lado oculto do telejornalismo**. Salvador: Editora Calandra, 2007.

CORPUS QUE DESAPARECE, UM OBJETO QUE MUDA A TODO INSTANTE: COMO DESENVOLVER UMA METODOLOGIA PARA ESTUDAR A APROPRIAÇÃO DO JORNALISMO PELO *SNAPCHAT*

*Vanessa Kannenberg*¹

Palavras-chave

Metodologia. Jornalismo digital. Sites de rede social. *Snapchat*.

O *Snpachat* é um aplicativo de compartilhamento de vídeos e fotos que foi lançado em 2011². Na época, as imagens enviadas sumiam depois de no máximo 10 segundos – inclusive dos servidores da empresa. Com o passar dos meses, os criadores da ferramenta foram adicionando novas possibilidades e seu uso foi se complexificando.

Uma das principais mudanças foi a criação das “Histórias”³ (*Stories*), em 2013, que passou a permitir o compartilhamento de conteúdos que podem ser visualizados por “amigos”⁴ pelo período de 24 horas. Essas imagens formam uma espécie de linha do tempo (*timeline*), funcionalidade comum a outros sites de rede social, como Facebook e Twitter, possibilitando ao usuário navegar por ela e interagir com os demais, facilitando e promovendo as interações sociais. Defendemos, já em outros trabalhos (KANNENBERG; SOUSA, 2016; KANNENBERG, 2016), que por isso as “Histórias” favoreceram que o aplicativo se tornasse, pela apropriação dos usuários, um site de rede social (SRS).

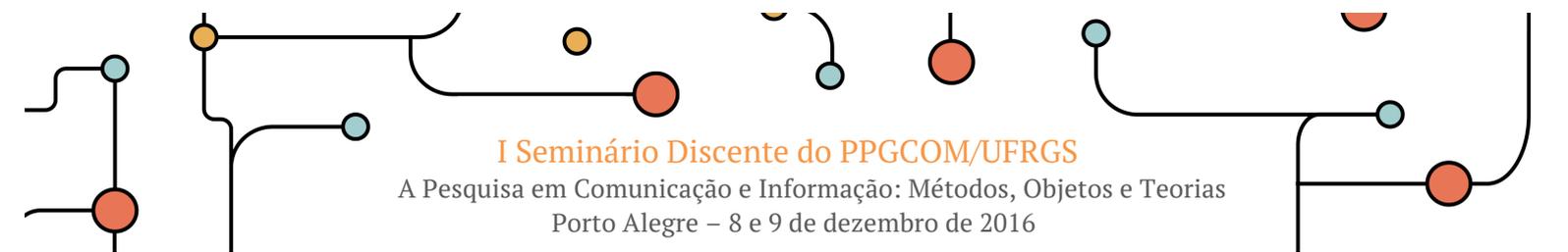
Considerada uma ferramenta recente, principalmente se levarmos em conta que passou a ser utilizada em larga escala após a criação das “Histórias” há três anos, o *Snapchat* é um objeto de estudo que ainda carece de pesquisa. Se afunilarmos o escopo e pensarmos em sua apropriação pelo Jornalismo, que é o nosso campo de interesse, os estudos publicados são ainda mais raros. Além disso, reforça nossa escolha e nos instiga o

¹ Mestranda em Comunicação e Informação na UFRGS. Linha 2: Jornalismo e Processos Editoriais. Orientadora: Luciana Pellin Mielniczuk. E-mail: vanessakannenberg@gmail.com

² O *Snapchat* foi criado em 2011 pelos então estudantes da Universidade de Stanford Evan Spiegel, Bobby Murphy e Reggie Brown, como um aplicativo de compartilhamento de imagens e de troca de mensagens que expiravam assim que eram visualizadas. Com o tempo, a ferramenta ganhou outras funcionalidades, como História (junho de 2013), Live (junho de 2014) e Discover (janeiro de 2015).

³ Para distinguir dos outros significados da palavra, iremos utilizar História entre aspas quando se referir à funcionalidade do *Snapchat*.

⁴ Os usuários que cada perfil adiciona são chamados de “amigos” no *Snapchat*.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

fato aparentemente contraditório de que o jornalismo tem entre seus pilares a produção de memória, se utilizar de um aplicativo que é centrado na efemeridade.

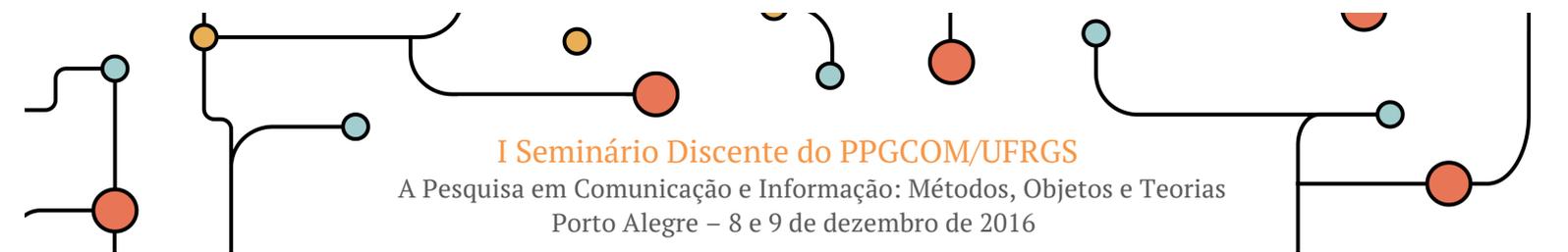
Ainda em fase inicial, que enfoca a revisão bibliográfica, o trabalho futuro já sinaliza dúvidas e obstáculos quanto à metodologia. Dois dos principais impasses é ter de lidar com um objeto que está em constante mutação e com um corpus de pesquisa que “desaparece”. Por isso, este é o tema proposto para discussão neste trabalho.

O objeto Snpachat esteve presente desde o anteprojeto para seleção do Mestrado da UFRGS. No entanto, era apenas um dos itens a ser estudado na construção narrativa jornalística digital. Após apresentação no Grupo Jornalismo Digital (jorDi), coordenado pela professora Luciana Pellin Mielniczuk, não só o interesse pelo aplicativo havia crescido, como os pesquisadores-integrantes do grupo consideraram o app como o que havia de mais original no projeto. Por isso, as orientações passaram a seguir nessa direção.

Concomitantemente, os trabalhos de conclusão das disciplinas passaram a enfocar no *Snapchat*. Delas, resultaram dois artigos: *Dos nudes às notícias: como o Snapchat vem sendo apropriado como um site de rede social*, que apresentamos no XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom) em setembro de 2016, e *O fazer jornalístico na era do consumo incidental de conteúdo noticioso: uma análise exploratória do aplicativo Snapchat*, que ainda não foi publicado. Além disso, o artigo *O fantasmagórico site de rede social: como o Snapchat está sendo apropriado para a circulação de conteúdo jornalístico*, escrito em coautoria com a doutoranda Maíra de Cássia Evangelista de Sousa, foi apresentado no 14º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), em novembro de 2016.

O primeiro dos artigos, levado ao Intercom, tratou de analisar por quais motivos o *Snapchat* pode ser considerado um site de rede social. Para isso, descrevemos as principais funcionalidades da ferramenta, procuramos apontar por quais motivos a plataforma pode ser considerada um SRS e quais as suas peculiaridades em relação a outros serviços semelhantes. De caráter exploratório, esta pesquisa utilizou como metodologia a revisão teórica aplicada ao objeto estudado, tendo como principais referenciais Recuero (2009a, 2009b, 2012) e Boyd & Ellison (2007).

Em um segundo momento, já trazendo o objeto de estudo para o campo jornalístico, utilizamos o *Snapchat* como objeto empírico para discutir o consumo não intencional de conteúdo noticioso, chamado de consumo incidental (BOCZKOWSKI; MITCHELSTEINE; MATASSI, 2016) ou de exposição incidental (TEWKSURY; WEAVER; MADDEX, 2001), e de que forma isso impacta no fazer jornalístico. Após uma discussão



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

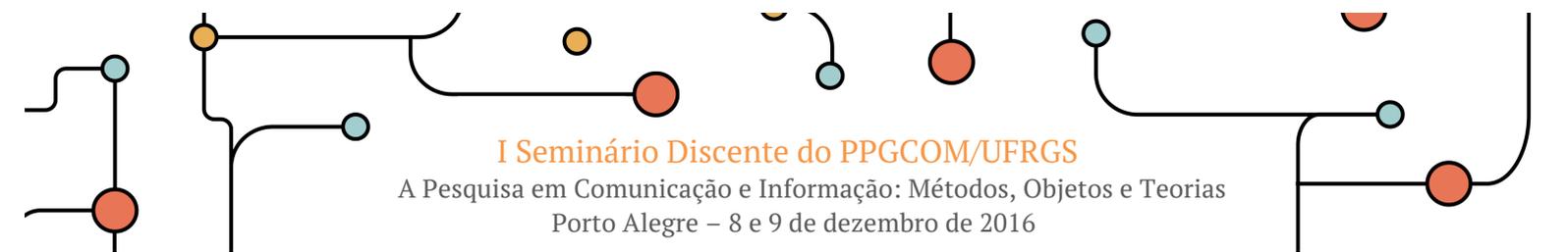
teórica sobre o assunto, defendemos que a disciplina da verificação (KOVACH; ROSENSTIEL, 2001) continua sendo um diferencial dos produtos jornalísticos frente à possibilidade de publicação de informações por qualquer indivíduo e de uma concorrência com os mais diferentes conteúdos em sites de rede social. Tendo o *Snapchat* como principal característica o limite de duração dos conteúdos publicados, tensionamos de que forma o tempo implica na checagem das informações.

O terceiro artigo, apresentado no SBPJor, é o que mais se aproxima do que acreditamos que a futura dissertação deve abordar. Seu objetivo foi discutir sobre como os veículos jornalísticos têm se apropriado do *Snapchat* para a circulação de conteúdo noticioso. De caráter descritivo-analítico, o estudo utilizou como metodologia a combinação de técnicas quantitativas e qualitativas - revisão de literatura, coleta de dados, descrição e análise. A investigação foi realizada a partir das publicações dos perfis do jornal The Washington Post e do portal de notícias UOL no *Snapchat* entre os dias 22 de junho e 05 de julho de 2016 e teve como base as noções de site de rede social (BOYD; ELLISON, 2007; RECUERO, 2009b) e de apropriações do *Snapchat* pelo jornalismo (BRADSHAW, 2016).

Como podemos perceber na rememoração anterior, os artigos produzidos se utilizam de diferentes percursos metodológicos, desde apenas revisão bibliográfica aplicada até uma combinação de técnicas quantitativas e qualitativas, como coleta de dados, descrição e análise. Acredito, no entanto, que apenas esses, ou mesmo da forma como foram utilizados, não serão suficientes para dar conta do objeto e do problema de pesquisa da dissertação (que ainda carece de refino e de aprofundamento, é importante salientar).

Um dos problemas enfrentados durante o artigo *O fantasmagórico site de rede social: como o Snapchat está sendo apropriado para a circulação de conteúdo jornalístico* foi a coleta do corpus de pesquisa. Isso porque no *Snapchat* outros usuários não podem arquivar o conteúdo produzido por outros perfis, a não ser fazendo captura da tela, o que provoca o envio de uma notificação ao remetente, e ainda essa forma não possibilita salvar vídeos. Com isso, enquanto pesquisadores, nós encontramos dificuldade para arquivar os *snaps* produzidos por veículos jornalísticos para posterior análise. A ferramenta encontrada, um tanto quanto rudimentar, foi a de utilizar um segundo smartphone para fazer a gravação da tela com os *snaps* pretendidos a cada 24 horas – tempo no qual o aplicativo apaga o conteúdo publicado no “História”.

Se de um lado conseguimos solucionar o problema do arquivamento, de outro, registramos imagens com menos resolução, com movimentos involuntários do



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

“cinegrafista”, que se somaram aos do autor original, já que os *snap*s normalmente são *selfies*, feitas pelo próprio “apresentador”, além de demandar tempo e que seja feito diariamente no mesmo período, para evitar perde de material publicado. Soubemos de aplicativos que gravam a tela do próprio smartphone, mas nenhum que funcione em *iPhone*, que é o aparelho disponível para as pesquisadoras.

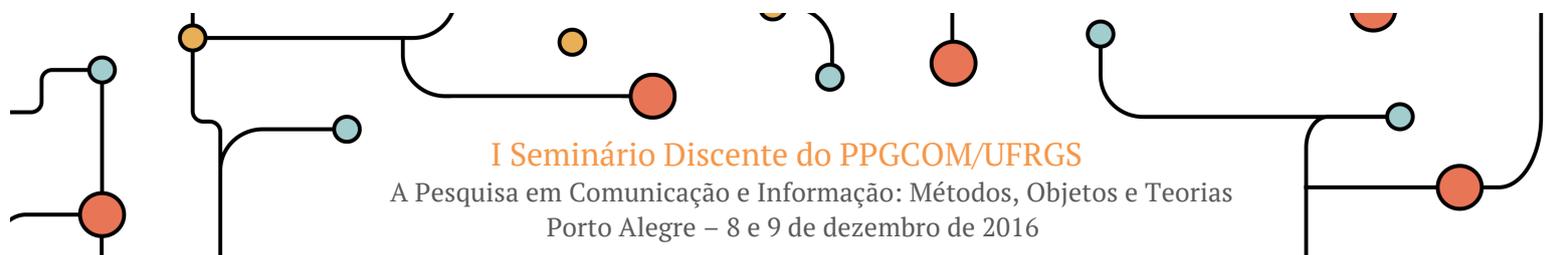
Outras decisões metodológicas, como adotar estudo de caso ou análise de discurso, que são métodos comuns ao analisar produtos jornalísticos, ainda precisam ser pensadas. O que temos entendido é que, mesmo se tratando de um site de rede social, deve ser difícil utilizar análise de redes sociais (ARS) no caso do *Snapchat*. Isto porque sendo a ARS é “um conjunto de métricas e técnicas de pesquisa utilizado para descrever a relação de nós (atores, vértices) e suas conexões (arestas)” (RECUERO; BASTOS; ZAGO, 2015, p. 39), não temos conhecimento de que existam *crawlers* (ou robôs) que colem dados do aplicativo para a produção de grafos. Sendo que, de forma manual, também não é possível fazer coleta, pois a rede social de cada usuário é restrita a ele e as interações não são públicas.

Dessa forma, o percurso metodológico a ser adotado carece de atenção e de pesquisa para que possamos escolher métodos e técnicas que deem conta de entender de que forma o Jornalismo vem se apropriando do *Snapchat*.

Feita uma breve apresentação do objeto de estudo – o aplicativo *Snapchat* -, uma lembrança do que estudamos sobre ele até aqui e explicitadas as dúvidas com relação a metodologia, acreditamos que o 1º Seminário Discente PPGCOM/UFRGS possa abrir portas e apontar caminhos para a nossa pesquisa de Mestrado. Não só o *Snapchat* está em constante mudança ou mesmo as ferramentas de comunicação mediada por computador, o próprio jornalismo, afetado por essas questões externas, se reconfigura diariamente. Portanto, a pesquisa científica pode colaborar para que o processo seja menos doloroso e que encontre a sua sustentabilidade. Não acreditamos que o *Snapchat* – ou apenas uma ferramenta – vá dar conta de resolver a crise pela qual o campo passa, mas temos convicção de que passa por entender por quais motivos um aplicativo que não tem memória, que é instantâneo e efêmero, angaria a atenção de milhões de pessoas no mundo – pessoas que estão produzindo, editando e publicando conteúdo.

Referências

BOCZKOWSKI, P.; MITCHELSTEIN, E.; MATASSI, M. El medio ya no es medio ni mensaje. **Revista Anfibia**, 2016. Disponível em: <<http://www.revistaanfibia.com/ensayo/medio-ya-no-mensaje>>. Acesso em: 05 ago. 2016.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

BRADSHAW, P. **Snapshot for Journalists**. Leanpub, 2016.

BOYD, D. M.; ELLISON, N. B. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 1, n. 13, 2007. Disponível em <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.10836101.2007.00393.x/full>>. Acesso em: 05 jul. 2016.

KANNENBERG, V. Dos nudes às notícias: como o Snapchat vem sendo apropriado como um site de rede social. In: **XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - INTERCOM**, 2016, São Paulo – SP. **Anais...** São Paulo: 2016. No prelo.

KANNENBERG, V.; SOUSA, M. C. E. de. O fantasmagórico site de rede social: como o Snapchat está sendo apropriado para a circulação de conteúdo jornalístico. In: **14º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo – SBPJor**, 2016, Palhoça – SC. **Anais...** Palhoça: 2016. No prelo.

KOVACH, B.; ROSENSTIEL, T. **Os elementos do jornalismo**: o que os profissionais devem saber e o público deve exigir. Porto: Editora Porto, 2001.

RECUERO, R.; BASTOS, M.; ZAGO, G. **Análise de redes para mídia social**. Porto Alegre: Sulina, 2015.

RECUERO, R. Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão. In: SOSTER, D. A.; FIRMINO, F. (Org.). **Metamorfoses jornalísticas 2: a reconfiguração da forma**. Santa Cruz do Sul: UNISC, 2009a.

_____. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009b.

TEWKSBURY, D.; WEAVER, A. J.; MADDEX, B. D. Accidentally informed: incidental news exposure on the World Wide Web. **Journalism and Mass Communication Quarterly**, vol. 78 (3), 2001. p.533 -554. Disponível em: <<http://jmq.sagepub.com/content/78/3/533>>. Acesso em: 05 ago. 2016.

INFLUENCIADORES DIGITAIS E O *LIFESTYLE* NA ERA DA CONVERGÊNCIA

Ludimila Santos Matos¹

Palavras-chave

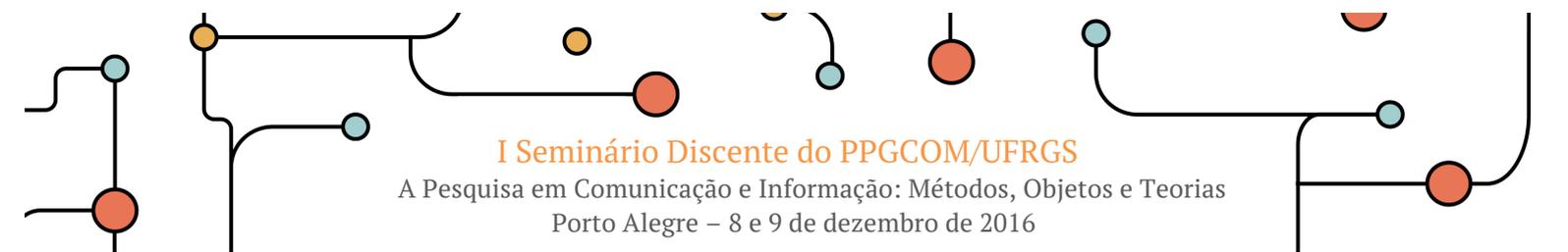
Lifestyle. Lifestyle Media. Influenciadores Digitais. Cultura da Convergência. Celebidades.

Em 2008, quando publicou *Cultura da Convergência*, Henry Jenkins apresentou um panorama intrigante sobre as transformações das mídias diante dos novos paradigmas da Comunicação que surgiram com a popularização da Internet. A mensagem explícita no texto do autor enunciava que todas as formas de consumo e produção midiáticas estavam sendo substancialmente alteradas. As transformações enfrentadas pela mídia tradicional vêm alterando as lógicas comerciais, narrativas, autorais, referenciais – e quaisquer outras lógicas que já tenham funcionado anteriormente nessa indústria - culminando no que o autor denomina de “Era da Convergência”. Logo no início do livro, Jenkins (2008, p. 27) explica, em tom altivo e – aparentemente otimista - que a cultura da convergência é assinalada enquanto um ambiente “onde as velhas e as novas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras impensadas”.

A indústria midiática tradicional, logo se adiantou a elaborar estratégias para testemunhar a potencialidade de seus conteúdos e produtos a partir dos três conceitos pilares da obra: “convergência dos meios de comunicação”, da “cultura participativa” e da “inteligência coletiva”. A convergência de Jenkins, em uma interpretação a partir do ponto de vista da indústria da mídia, soaria inovadora - e lucrativa - em meio a cansados formatos e frente à realidade do “fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos” (JENKINS, 2008, p. 27). A realidade era nova, e o então livro parecia um manual consistente sobre a nova “Era”.

Os mesmos três conceitos fazem sentido não apenas para os negócios dessa indústria, mas, também, para os usuários inseridos no contexto da Cibercultura (LEMOS, 2002), em especial a partir da Web 2.0 (O'REILLY, 2005), uma segunda geração da Internet que “caracteriza-se por potencializar as formas de publicação, compartilhamento e organização de informações” (PRIMO, 2008, p.101). Para além dos efeitos dos ambientes

¹ Doutoranda em Comunicação e Informação na UFRGS. Linha 1: Informação, Redes Sociais e Tecnologias. Orientador: Alex Teixeira Primo. E-mail: ludimilasm@gmail.com



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

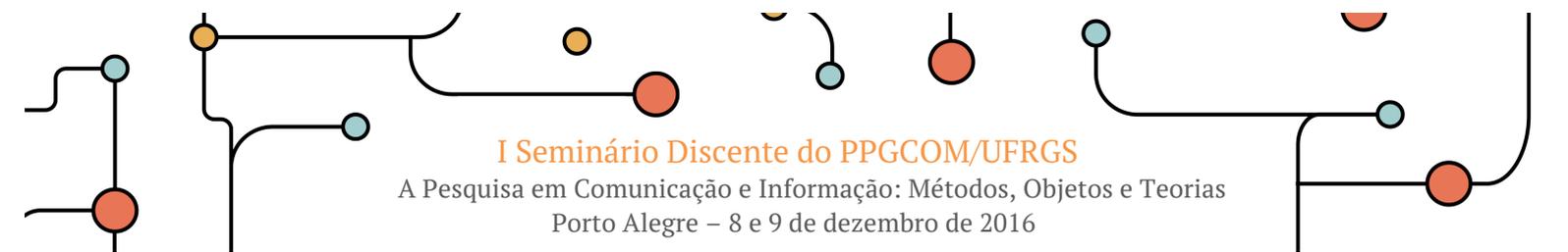
A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

participativos, um cenário onde tudo pode ser transformado em mercadoria, com a rede e suas largas possibilidades o caminho não seria inverso. A Internet, sob o modelo da Web 2.0 (O'REILLY, 2005), continua reconfigurando – e até mesmo, desconstruindo – papéis e práticas sociais que, até então, pareciam solidamente delineados. Novos padrões de comportamento são gerados em consequência da Interação Mediada por Computador (PRIMO, 2008), por meio da troca e publicação de informações transformadas em bits, potencializadas pela proliferação e popularização de dispositivos móveis conectados à rede mundial de computadores e pelo surgimento e cristalização das mídias sociais na Internet (PRIMO, 2012).

A Internet autorizou aos seus usuários a “voz” anteriormente acessada apenas por profissionais de mídia. É neste contexto que usuários/produtores vêm estabelecendo uma indústria “independente” de produção de conteúdo e influência de públicos. Contexto este que nos traz ao tema proposto para investigação neste projeto: influenciadores digitais e o *lifestyle* na Era Digital.

A popularização da Internet e dos dispositivos móveis conectados a ela e capazes de produzir e reproduzir imagens e os mais diversos formatos de conteúdo transformaram nosso cotidiano e os nossos modos de vida. Nesse contexto, testemunhamos a mudança de um paradigma inicial, onde a Internet era compreendida como um mundo virtual, “povoada” por avatares anônimos que protegiam a identidade “real” do usuário para um paradigma caracterizado pela superexposição do “eu”. Nossas atividades cotidianas passaram a ser acompanhadas de práticas como “encontrar o melhor ângulo, e a melhor luz”, “fotografar o objeto de interesse”, “postar a foto no Instagram”, ou, “postar a foto no Facebook”. Entretanto, “filmar um vlog da viagem a Paris, mostrar o que comi e expressar, em vídeo e em cores, o que achei do hotel ‘tal’ da cidade”, ao vivo, via *Periscope*; em tempo quase real, via *Snapchat*; de acordo com a programação semanal do meu canal pessoal no *YouTube*; ou pelo “Ao Vivo” do *Facebook* são atividades cada dia mais interiorizadas pela sociedade e, diariamente, incentivadas pelos sites de redes sociais.

Na mais recente das listas dos blogs mais influentes do mundo, divulgada no primeiro semestre de 2015 pelo site *Signature9* (2015) - um portal que pesquisa e monitora a relevância e o poder de influência de blogs de moda, beleza, *lifestyle* e estilo pessoal - nove blogs brasileiros foram citados. Em breve pesquisa exploratória em cada um dos sites citados pela lista, destes nove – embora todos sejam categorizados enquanto



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

blogs de moda, beleza, *lifestyle* e estilo – todos apresentam a categoria *lifestyle*². Em alguns casos, o gênero do blog é considerado *lifestyle*.

Para este estudo, pretende-se adotar revisão bibliográfica a cerca do cotidiano, a exemplo de Michel de Certeau (1994) e *Artes do fazer: a invenção do cotidiano*; a respeito do que a antropologia social e os estudos culturais britânicos referem-se como *Lifestyles*, a partir da obra referencial de mesmo nome, de David Chaney (1996). Outras abordagens possíveis também devem se aproximar de estudos sobre *Lifestyle Media* e *Reality TV*, dialogando com Annette Hill (2005); e celebridades na Web, uma discussão já iniciada por Alex Primo (2009), no artigo *Existem celebridades da e na blogosfera?*. Aspectos sobre Economia do Virtual e Trabalho Gratuito na Web também podem surgir como abordagem no desenvolvimento da pesquisa, evocando autores como Tiziana Terranova (2013) e Andrew Ross (2013).

Há 10 anos, o número de plataformas de publicação e compartilhamento de conteúdos na Internet era menor. A prática de produção de conteúdos pelos usuários foi atualizada pela multiplicação desses ambientes. Se antes podíamos nomear um produtor de conteúdo independente na rede de “blogueiro”, porque editava um blog, essa realidade hoje é diferente, tanto que surgiram expressões como *Digital Influencers*³, *Content Creators*⁴ ou *Creators*⁵. Embora o termo *YouTuber* também seja comum, a tendência é desvincular o título do produtor das características de uma plataforma específica, já que é crescente o número de plataformas que esses produtores precisam alimentar frequentemente com conteúdos cujas linguagens e formatos obedecem a *affordances* específicas dos aplicativos e dispositivos.

A voluptuosa estimativa é de que existam cerca de 200 milhões de blogs no mundo inteiro (TECHNORATI, 2016), dos quais cerca de 55 milhões são brasileiros. A constatação de números como 1,44 bilhões de usuários no Facebook (MARTINS, 2015), 300 milhões de usuários no Instagram (MARTINS, 2015), 800 milhões de usuários no WhatsApp (MARTINS, 2015), 300 milhões de usuários no Twitter (BRITO, 2015), assim como o surgimento de centenas de novas mídias sociais a cada ano, talvez aponte um caminho para compreendermos o desencadeamento do fenômeno das celebridades *Do-it-Yourself* (TURNER, 2004) na crescente exposição, midiatização e comoditização do *lifestyle* da vida comum na Internet.

² A categoria pode ser traduzida como “estilo de vida”, ou mesmo ser identificada pelo gênero “blog pessoal” (PRIMO, 2009). Optou-se por manter o termo em inglês, por ser o termo adotado enquanto categoria nos blogs rankeados, mesmo quando são brasileiros.

³ Influenciadores digitais.

⁴ Criadores de conteúdo para plataformas digitais.

⁵ Criadores, ou criativos das plataformas digitais.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

Além das questões que despertaram interesse de pesquisa nesta área, outras questões da ordem do desenho da pesquisa ocorrem nesta etapa inicial de reflexão sobre o objeto, a partir do acesso a novas bibliografias e discussões com o orientador, com o intuito de construí-lo, entre elas a definição de uma abordagem e recortes temáticos. Toda pesquisa em estágio inicial de delineamento apresenta uma quantidade voluptuosa e atraente de possibilidades, especialmente nesse primeiro estágio. O desafio será articular, a priori, a perspectiva da Teoria das Celebidades e as apropriações cotidianas, a perspectiva da Convergência e o *lifestyle* como um produto, dentro do contexto do sistema midiático e do trabalho virtual, a fim de compreender o fenômeno das narrativas de estilo de vida (*lifestyle*) nesse cenário.

Referências

BRITO, E. Twitter recupera e cola no Instagram em total de usuários: 302 milhões. 29 abr. 2015. **Techtudo**. Disponível em:

<<http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2015/04/twitter-recupera-e-cola-no-instagram-em-total-de-usuarios-302-milhoes.html>>. Acesso em: 13 ago. 2016.

CERTEAU, M. de. **Artes de fazer: a invenção do cotidiano**. Petrópolis: Vozes, 1994.

CHANEY, D. **Lifestyles**. New York: Routledge, 1996.

HILL, A. **Reality TV: Audiences and popular factual television**. New York: Routledge, 2005.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. 2. Ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LE MOS, A. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 4ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2008.

MARTINS, Laura. Facebook revela total de usuários de WhatsApp, Instagram, vídeos e mais

Techtudo. 24 abr. 2015. Disponível em:

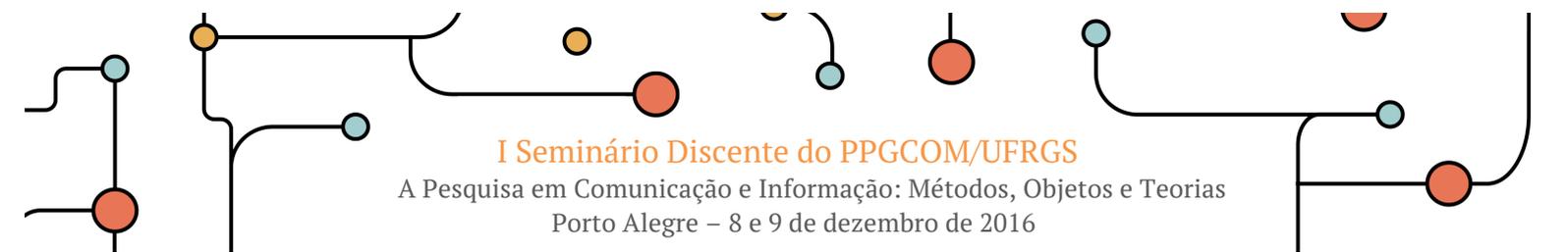
<<http://www.techtudo.com.br/listas/noticia/2015/04/facebook-revela-total-de-usuarios-de-whatsapp-instagram-videos-e-mais.html>>. Acesso em: 15 ago. 2016.

O'REILLY, T. **What is Web 2.0? Design patterns and business models for the next generation of software**. O'Reilly Media. 2005. Disponível em:

<<http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>>. Acesso em 10 nov. 2016.

PRIMO, A. Existem celebridades da e na blogosfera? Reputação e renome em blogs. **Libero**, São Paulo, v. 12, n. 24, p. 107-116, dez. 2009. Disponível em:

<<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/libero/article/viewFile/6780/6120>>. Acesso em: 15 set. 2016.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

_____. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. In: ANTUON, H. **Web 2.0: participação e vigilância na era da comunicação distribuída**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

_____. O que há de social nas mídias sociais? **Contemporânea** – Revista de Comunicação e Cultura, Salvador, Univeridade Federal da Bahia, v. 10, n.3, p. 618-641, 2012.

ROSS, A. In search of the lost paycheck. In: SCHOLZ, T. **Digital labor: The Internet as playground and factory**. New York: Routledge, 2013. p. 13-32.

SIGNATUE9. Disponível em: <<http://www.signature9.com/style-99>>. Acesso em: 02 set. 2015.

TECHNORATI. Disponível em: <<http://technorati.com/wp-content/uploads/2013/06/tm2013DIR1.pdf>>. Acesso em: 13 ago. 2016

TERRANOVA, T. Free labor: Producing culture for the digital economy. In: SCHOLZ, T. **Digital labor: The Internet as playground and factory**. New York: Routledge, 2013. p. 33-58.

TURNER, G. **Understanding celebrity**. London: Sage, 2004.

AS CRIANÇAS E A PUBLICIDADE NOS CANAIS DE YOUTUBERS BRASILEIROS

Maria Clara Sidou Monteiro¹

Palavras-chave

Infância. Publicidade híbrida. YouTubers.

As relações e as práticas sociais estão sendo cada vez mais afetadas por smartphones, tablets, notebooks e pela Internet, o que nos leva a questionar como as crianças estão se inserindo nesse contexto tecnológico. Assim, o uso e o consumo das tecnologias digitais podem mudar a lógica da infância, alterando as formas de socialização e de comunicação entre sujeitos.

As crianças são consideradas “nativos digitais” (PRENSKY, 2001; PALFREY; GASSER, 2008), pois elas nasceram numa época em que a Internet e as tecnologias digitais estão presentes constantemente no cotidiano e supostamente elas já saberiam, desde muito novas, a estarem conectadas na Web, a jogarem on-line, a baixarem aplicativos nos seus celulares, etc. De acordo com os dados da pesquisa nacional TIC Kids Online Brasil 2014², feita com crianças e adolescentes entre nove e 17 anos, a frequência de acesso on-line é alta entre as crianças, pois 64% das mais novas, entre nove e dez anos, dizem usar a Internet “pelo menos uma vez ao dia” (BARBOSA, 2015, p. 147). Essa conectividade é vista tanto na frequência de acesso como nos dispositivos utilizados, pois o celular é o principal meio de acesso à Internet com 82% das respostas, seguido pelo computador de mesa (56%), computador portátil (36%), tablet (32%), videogame (12%) e televisão (5%) (BARBOSA, 2015). Portanto, a Internet ocupa lugar importante no cotidiano das crianças e a conectividade é necessária para elas e seus pares (SAMPAIO; CAVALCANTE, 2016), podendo apontar o celular como o dispositivo que permite o acesso on-line mais individualizado e mais frequente.

Dentro desse contexto de estar constantemente on-line, temos o site de rede social de compartilhamento de vídeos, o *YouTube*. É um dos principais exemplos da convergência midiática, se tornando uma “alternativa para ver televisão” (DIJCK, 2013, p. 110) e expandindo a produção de vídeos para todos. Tapscott (2007) destaca ainda o

¹ Doutoranda em Comunicação e Informação na UFRGS. Linha 2: Cultura e significação. Orientadora: Nilda Jacks. E-mail:

² É uma parceria com a pesquisa europeia EU Kids Online realizada em 33 países e coordenada pela professora Sonia Livingstone. No Brasil, foi realizada pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (CETIC.br).

I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

caráter viral dos vídeos e a facilidade tanto de acesso como de produção para esse site.

Segundo o site, o Brasil é o segundo maior consumidor de vídeos (YOUTUBE..., 2014), sendo o dispositivo móvel mais utilizado para o acesso (ESTATÍSTICAS, 2016).

Se o contato dessas crianças com a Internet, mais especificamente, com o *YouTube* aumentou, podemos afirmar que com a publicidade também. Uma pista disso, é que, segundo o *YouTube*, as marcas, que anunciam dentro desse site de rede social, tiveram um aumento anual de 50% (ESTATÍSTICAS, 2016) na sua receita, sendo que esse nível de crescimento se manteve nos últimos três anos. A forte presença da publicidade nos canais de *YouTube*, nos faz questionar que tipos de anúncios estão presentes nos vídeos de *YouTubers*, que são produtores de conteúdo específico para esse site, que “concentram milhões de internautas em seus canais, por meio de assinaturas” (MOTTA, 2014, p. 4).

Um exemplo da popularidade dos *YouTubers* é o caso da Julia Silva, uma das mais populares. Com somente 10 anos de idade, ela já tem 1.355.966 (JULIA..., 2016) inscritos no seu canal principal (existente desde 2007) e dois livros lançados. Outro exemplo é o Rezendeevil, que tem 19 anos e 8.265.040 inscritos (REZENDEEVIL, 2016) no seu canal, voltado para crianças e adolescentes *gamers*. Ele possui dois livros escritos e está fazendo uma turnê pelo país com sua peça *O paraíso*. Com base na observação dos vídeos desses canais, que possuem perspectivas diferentes, elencamos os seguintes tipos de publicidade presentes no *YouTube*:

- Banner: localizado, geralmente, na horizontal do vídeo, se constitui de conteúdo estático. Para ser fechado, é necessário clicar no X que aparece com o passar do mouse.

Figura 4 - Exemplo de banner das Casas Bahia no canal Julia Silva



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

Fonte: REVIEW... (2016)

- Anúncio com o *YouTuber*: o *YouTuber*, enquanto produtor de conteúdo³, pode ser considerado formador de opinião. Portanto, quanto maior sua popularidade, mais credibilidade ele dará ao participar de uma campanha publicitária.

Figura 2 - Exemplo de anúncio com a *YouTuber* Julia Silva para a marca Multikids



Fonte: PINYPON... (2016)

- Anúncio antes do vídeo: é o comercial que aparece antes do vídeo do canal em si. É necessário esperar cinco segundos para conseguir pulá-lo e ir para o vídeo do *YouTuber*. Tanto esse tipo de anúncio como o banner são permitidos no canal pelo próprio *YouTuber* através do *Google AdSense*, ferramenta administrada pelo *Google*, que gera lucro pela quantidade de cliques e visualizações (PAPINI, 2016).

Figura 3 - Exemplo de comercial antes do vídeo do canal Julia Silva da marca Brandili



Fonte: DOH... (2016)

³ Por vezes considerados formadores de opinião, como em matéria jornalística (INFLUENCIADORES..., 2016) que retratou a visita de *YouTubers* pelo programa “Criança esperança” da Rede Globo.

I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

- Vídeos do *YouTuber* (essa categoria pode se desdobrar em)⁴:
 - “Comprinhas”: vídeos que o *YouTuber* mostra os produtos que comprou.
 - Resenhas (*reviews*): produtos que são avaliados pelo *YouTuber*.
 - Recebidos (*unboxing*): produtos enviados por empresas. O *YouTuber* abre os produtos na hora do vídeo. Esse tipo de vídeo e o de “comprinhas” ativam os chamados “neurônios-espelho” (LINDSTROM, 2009, p. 56), os quais são responsáveis por imitarmos involuntariamente o comportamento do outro. Segundo Lindstrom, ao vermos esse tipo de vídeo, nossos neurônios-espelho agem, gerando empatia com a pessoa na tela, e surge a vontade de imitá-la, criando, nesse caso, uma motivação de compra.
 - Promoção: o *YouTuber* promove seu próprio produto, como livro ou peça de teatro.

Figura 4 - Exemplo de vídeo de "Comprinhas" de material escolar no canal Julia Silva



Fonte: VLOG... (2016)

Figura 5 - Exemplo de "Resenha" no canal Julia Silva



⁴ Falaremos mais na pesquisa exploratória do *YouTube*.

I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

Fonte: DOH... (2016)

Figura 6 - Exemplo de vídeo de "Recebidos" no canal Julia



Silva

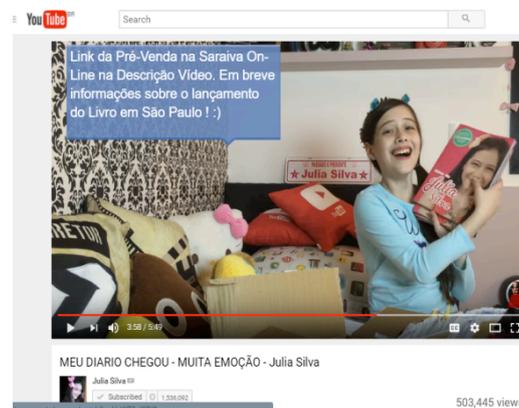
Fonte: ABRINDO... (2016)

Figura 7 - Exemplo de vídeo de "Recebidos" no canal Rezendeevil



Fonte: COMPUTADOR... (2016)

Figuras 8 – Exemplo de vídeo de promoção do livro da *YouTuber* Julia Silva



Fonte: MEU... (2016)

Figura 9 – Exemplo de vídeo de promoção do livro do *YouTuber* Rezendeevil



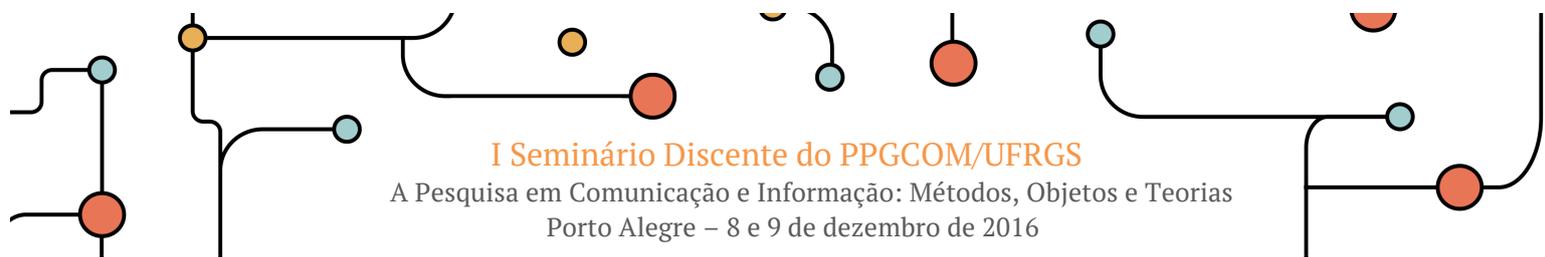
Fonte: O VÍDEO... (2016)

Figura 10 - Exemplo de vídeo de promoção da peça do Rezendeevil



Fonte: EU... (2016)

Podemos afirmar com base nesses tipos de vídeos que a publicidade dentro do *YouTube* demonstra o seu processo de hibridização, criando o “*branded content*” (COVALESKI, 2010, p. 24), ou seja, “publicidade mesclada ao conteúdo e transformada em entretenimento; [...] apta à interatividade e suscetível a ser compartilhada” (COVALESKI, 2010, p. 24). Entretenimento e publicidade não são separados facilmente, pois o apelo ao consumo mistura-se à criação de um conteúdo midiático próprio para o produto/marca. Portanto, o entretenimento é uma estratégia de promoção do produto/marca (MASTROCOLA, 2010 apud MARANGONI, 2012). Segundo Covaleski (2010), esse tipo de conteúdo é persuasivo, pois tenta convencer o receptor do conteúdo; é entretenimento “destinado a sorver de ludicidade os momentos vagos e de contemplação dos indivíduos e que possibilita, ao mesmo tempo, fruição estética e distração intelectual, contribuindo ainda para a formação do repertório cultural” (COVALESKI, 2010, p. 148); é interativa, pois permite a comunicação entre os receptores e os produtores de conteúdo pela



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

plataforma, no caso, o *YouTube*, permitindo também o seu compartilhamento. Os limites de tempo e de espaço, antes tão bem demarcados na publicidade televisiva, são desconstruídos no *YouTube*.

Os *YouTubers* são exemplo disso. Seus canais proporcionam diferentes formas de comunicação da marca com o público-alvo. Eles podem ser considerados “*prosumers*” (TOFFLER apud COVALESKI, 2010, p. 22), ou seja, esses novos produtores de conteúdo também são consumidores dos produtos das marcas e a sua opinião acaba influenciando o consumo de outras pessoas. “Os *prosumers* estão em toda parte. São reconhecidos e valorizados pelos fabricantes e já possuem até programas especiais de relacionamento. Todos querem tê-los ao seu lado” (FRANZÃO NETO, 2009 apud COVALESKI, 2010, p. 22-23). Os *prosumers* não somente produzem como compartilham conteúdos, dão suas opiniões e influenciam outros sujeitos e ainda criam suas próprias mercadorias e comunidades *online* com outros *prosumers* (TAPSCOTT, 2007). Afinal, os *YouTubers*, além de fazerem acordos com diferentes marcas para impulsionarem seus vídeos e serem pagos por elas, também fazem publicidade dos seus próprios produtos, como lojas virtuais, livros e peças de teatro.

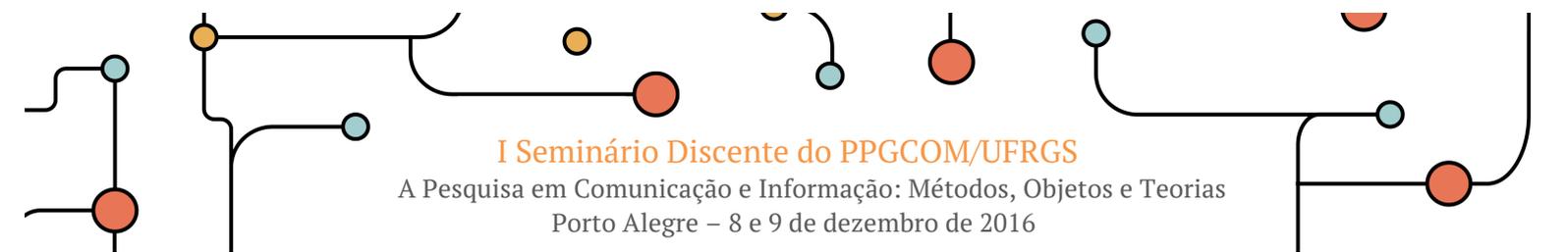
São novas formas de promoção do consumo possivelmente mais sutis do que comerciais na televisão. É a publicidade acompanhando os conteúdos *online* acessados pelas crianças. Propomos, então, esta pesquisa, no âmbito da recepção, ou seja, que se preocupa em entender “a relação estabelecida pelos receptores com determinados gêneros” (TOALDO; JACKS, 2013, p. 7), no nosso caso, a criança e o gênero publicitário no *YouTube*. Assim, nosso projeto de tese procura entender como as crianças de Porto Alegre se relacionam com a publicidade feita por *YouTubers* brasileiros nos canais que elas estão inscritas. O principal desafio dentro deste problema é verificar se e como as crianças entendem esses vídeos dos *YouTubers* como publicidade.

Referências

ABRINDO presentes de dia das crianças Julia Silva. **YouTube**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=FKyOK0yQKaE>>. Acesso em: 23 jan. 2017.

BARBOSA, A. (Coord.). **TIC Kids Online Brasil 2014**: pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2015. Disponível em: <<http://www.cetic.br/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-da-internet-por-criancas-e-adolescentes-no-brasil-tic-kids-online-brasil-2014/>>. Acesso em: 02 dez. 2015.

CENTRO Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação. Disponível em: <<http://cetic.br/pagina/saiba-mais-sobre-o-cetic/92>>. Acesso em: 03 mar. 2016.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

COMPUTADOR novo de 30 mil reais!! :ooo #adr - pc rezende. **YouTube**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=d5PBmY9B4tY>>. Acesso em: 30 jul. 2016.

COVALESKI, R. **Publicidade híbrida**. Curitiba: Maxi editora, 2010.

DIJCK, J. V. **The culture of connectivity**: a critical history of social media. 2 ed. Nova Iorque: Oxford, 2013.

DOH Vinci - Review Estúdio de Arte Giratório - Julia Silva. **YouTube**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=tySgkK6Wp0Y>>. Acesso em: 30 jul. 2016.

ESTATÍSTICAS. **YouTube**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/yt/press/pt-BR/statistics.html>>. Acesso em: 06 jun. 2016.

EU preciso da ajuda de todos vocês !!! Help me !!. **YouTube**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=uC0qcPuJdAc&t=21s>>. Acesso em: 30 jul. 2016.

INFLUENCIADORES digitais visitam a Associação Santo Agostinho, em SP. **Rede Globo**. 22 jun. 2016. Disponível em: <<http://redeglobo.globo.com/criancaesperanca/noticia/2016/06/influenciadores-digitais-visitam-associacao-santo-agostinho-em-sp.html>>. Acesso em: 20 jul. 2016.

JÚLIA Silva. **YouTube**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/paulaloma29>>. Acesso em: 18 jun. 2016.

LINDSTROM, M. **A lógica do consumo**: verdades e mentiras sobre por que compramos. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.

MARANGONI, M. **Advertainment**: entretenimento e ação publicitária no *YouTube*. 2012. 120f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Práticas de Consumo) – Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, 2012.

MEU diario chegou - muita emoção - Julia Silva. **YouTube**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ea52Y-AA038&t=43s>>. Acesso em: 30 jul. 2016.

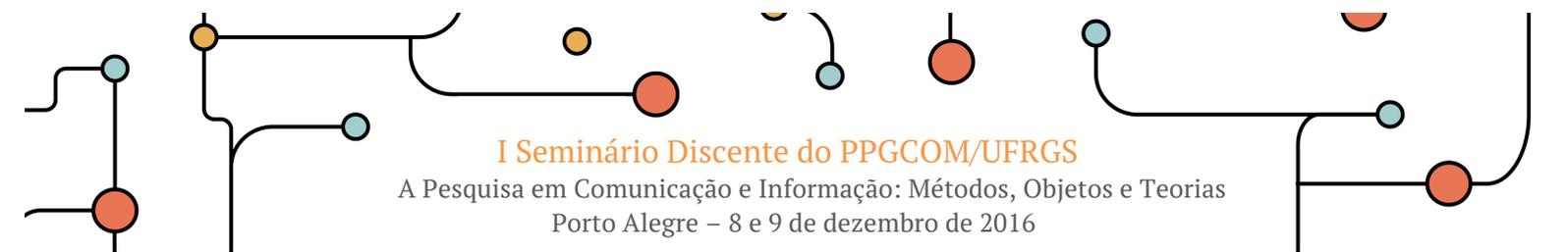
MOTTA, B.; BITTENCOURT, M.; VIANA, P. A influência de Youtubers no processo de decisão dos espectadores: uma análise no segmento de beleza, games e ideologia. **Revista E-Compós**, Brasília, v. 17, n. 3, p. 1-25, 2014.

O VÍDEO mais importante da minha vida! - livro Rezendeevil. **YouTube**. disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=R49fw_1kUKE&t=31s>. Acesso em: 30 jul. 2016.

PALFREY, J.; GASSER, U. **Born digital**. New York: Basic Books, 2008

PAPINI, A. A regulação da publicidade infantil no *YouTube*. In: XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 39., 2016, São Paulo-SP. **Anais...** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2016.

PINYPON frutas e fantasias com Julia Silva – Multikids. **YouTube**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=whqV30z24oo>>. Acesso em: 30 jul. 2016.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

PRENSKY, M. Digital natives, digital immigrants. **On the horizon**, MCB University Press, v. 9, n. 5, p. 1-6, out. 2001.

REVIEW Kids Chef Frosty Fruit Julia Silva. **YouTube**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=zxJojUCrKmk&t=16s>>. Acesso em: 30 jul. 2016.

REZENDEEVIL. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/rezendeevil>>. Acesso em: 06 set. 2016.

SAMPAIO, I.; CAVALCANTE, A. (Coord.). **Publicidade infantil em tempos de convergência** – relatório final. Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, 2016.

TAPSCOTT, D. **Wikinomics**. New York: Portfolio, 2007.

TOALDO, M.; JACKS, N. Consumo midiático: uma especificidade do consumo cultural, uma antessala para os estudos de recepção. In: XXII Encontro Anual da Compós, 22., 2013, Salvador-BA. **Anais...** Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2013. Disponível em: <http://compos.org.br/data/biblioteca_2115.pdf>. Acesso em: 02 jul. 2014.

VLOG: Comprando Meu Material Escolar 2016 - Volta as Aulas - Julia Silva. **YouTube**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=XHpirJm1UZk&t=329s>>. Acesso em: 30 jul. 2016.

YOUTUBE afirma que Brasil é o segundo país em consumo de vídeos do portal. **Revista Exame**. 28 jul. 2014. Disponível em <<http://exame.abril.com.br/tecnologia/youtube-afirma-que-brasileiros-sao-maiores-consumidores-de-videos-no-portal/>>. Acesso em: 20 jul. 2016.

CORPOS (TRANS)FORMADOS NO CINEMA: UMA QUESTÃO METODOLÓGICA

Caio Ramos da Silva¹

Palavras-chave

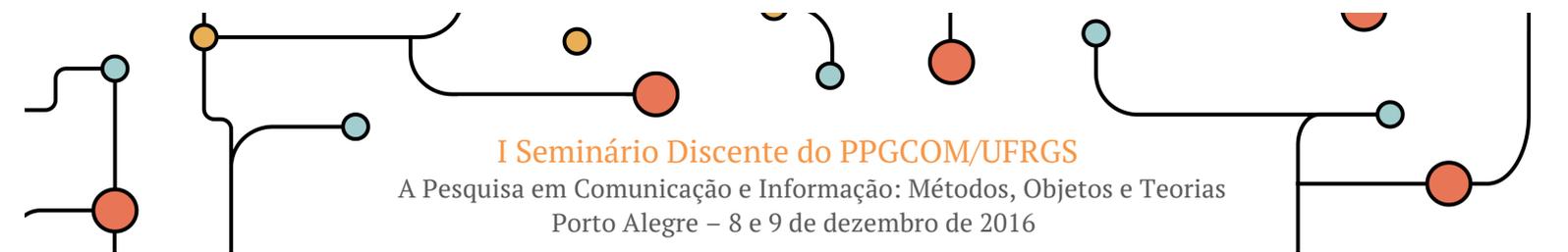
Transgeneridade. Cinema. *Queer*. Arqueologia.

Ao considerar o cinema como instância da cultura a ser analisada, pensa-se, ser imprescindível questionar a ideia de efeitos de realidade que ele supostamente articula. Essa noção, de que o cinema é um duplo do real (XAVIER, 2005), fomenta as discussões sobre o modelo representacional das produções cinematográficas que, no entanto, não é corroborado presente trabalho. O efeito de realidade (AUMONT, 1995) proveniente do empenho de representação do cinema narrativo e industrial constitui aqui parte do problema a ser estudado. Como produto cultural, o cinema conjuga, dentro desse esforço de representação, enunciados que sustentam certos discursos, ao mesmo tempo em que são sustentados por ele. Nessa dupla implicação, o cinema mostra-se um campo privilegiado para pensar as relações de poder implicadas nos discursos que se deslocam política e socialmente.

Tais processos enquanto constituídos na linguagem são também matéria de um problema que além de político, é também conceitual e está implicado no modo como se discute a comunicação na atualidade. Entende-se, assim, que indivíduos que habitam as mais variadas composições da transgeneridade impõem desafios a um modelo centralizado, fixo e estável de identidade. Nesse sentido, segundo Halberstam (2005), o sujeito transgênero confirma as ideias pós-modernas de fluidez e instabilidade e, ainda, questiona e problematiza a binaridade do sistema sexo/gênero. Por isso, segundo o autor, existe uma emergência de produtos culturais a abordar a temática transgênera na atualidade. Além de Halberstam, outros teóricos importantes para pensar a condição trans através de uma perspectiva *queer* são Judith Butler, com a noção de produção discursiva do gênero e do sexo a partir de atos performativos (1993, 2004, 2010, 2012, 2015), e Paul B. Preciado², que a partir da noção de contrassexualidade inscreve a performatividade num território político (2011, 2014). A produção discursiva dos corpos deve ainda ser

¹ Mestrando em Comunicação e Informação na UFRGS. Linha 3: Cultura e Significação. Orientador: Alexandre Rocha da Silva. E-mail: ramoss.caio@gmail.com.

² Embora nos livros utilizados nas referências bibliográficas conste o nome de registro do autor, optamos e julgamos fundamental, em função do tema aqui abordado, respeitar o nome social adotado por este.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

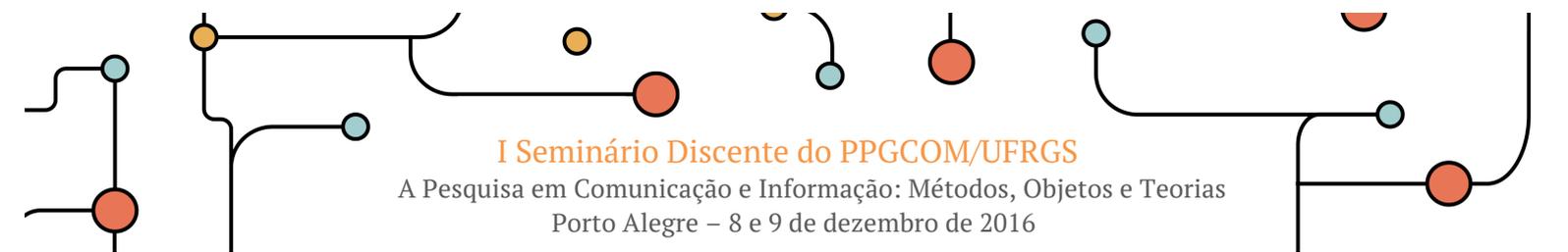
problematizada à luz de Foucault (2001, 2012b) que permitirá a esse trabalho aprofundar as relações entre a produção discursiva do cinema e os regimes de verdade, determinados pelo binômio saber/poder (2001, 2012a, 2012b, 2014), e o modo com essa relação se entremeia à transgeneridade retratada nos filmes analisados.

Ao estabelecer essas articulações, busca-se questionar de que modo as produções observadas podem estar, ou não, produzindo discursos parciais e negativos sobre essa temática. Nesse sentido, as ambições desse trabalho, além de situadas na reflexão sobre as práticas comunicacionais e discursivas, inscrevem-se também no plano de uma micropolítica.

Metodologicamente, o ponto de partida do percurso aqui proposto é, além de ir ao encontro da revisão bibliográfica já produzida sobre esse tema, selecionar os filmes produzidos pela cinematografia ocidental referente à transgeneridade.

Aqui, já foi possível encontrar a primeira dificuldade: como circunscrever o que é transgeneridade no cinema? Quais personagens são “realmente” trans? Seguiu-se desse ponto, um esforço de mapear sites, artigos científicos, livros teóricos, verbetes da Wikipedia, canais de Youtube e listas do IMDB que permitissem chegar a um denominador mais ou menos comum. Portanto, a lista de filmes que se estabelece como ponto de partida do trabalho não pretende, de forma alguma, esgotar-se ou dar-se como material estável e fechado, assim chegou-se a um número de 60 filmes produzidos pelo cinema ocidental, incluindo aí documentários. Estabeleceu-se, também como critério de escolha, filmes acessíveis, considerando que algumas produções, em função da língua natural ou do ano de lançamento, não puderam ser observadas. Selecionados os filmes, o passo seguinte foi assisti-los a partir de uma observação exploratória não específica ou sem categorias pré-fixadas.

A dificuldade de recorte, citada anteriormente, é exemplificada em diversos filmes que serão comentados ao longo do trabalho. Ao observar *Glen ou Glenda*, *Myra Breckinridge*, *Vestida para Matar*, *Silêncio dos Inocentes*, *Hedwig*, *Café da Manhã em Plutão*, *Em um Ano de 13 Luas*, *Tomboy*, *Se Nada Mais Der Certo*, ou mesmo *Meninos não Choram* (entre outros ainda), é possível apontar que todos esses filmes levantam disputas sobre a “real” natureza trans dos personagens. Abraçando essa primeira dificuldade, que não deve ser excluída da pesquisa, mas sim servir de norte, o trabalho mapeou filmes nacionais e internacionais que apresentaram para as plateias diferentes entendimentos da transgeneridade.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

Nessa primeira observação, foi possível estabelecer as primeiras relações conceituais, sendo possível observar algumas regularidades que se sobressaíram. Nesse sentido, o próximo passou constitui-se na delimitação e destaque das regularidades que permitiram abordar o material selecionado.

Um dos elementos que mais chamou atenção, não somente por estar na maioria das produções, mas também pela força com que se apresentou, é a (1) violência que se intersecciona com esses personagens. Cabe apontar, não se trata apenas de violência verbal, mas também física (e que aparece em vários casos na forma de um desfecho narrativo trágico), jurídica e institucional. Outras regularidades que se manifestaram nas produções observadas foram: (2) o tensionamento imposto pela relação desejo/abjeção que envolve o personagem trans e o ambiente em que está inserido, evidenciado em um frequente jogo ambivalente entre violência e exposição da nudez dos corpos trans. E, por fim, uma regularidade que se constitui em uma ausência a ser interrogada: (3) à exceção, principalmente, de *Southern Comfort* (2001) e *Paris is Burning* (1991), os personagens transgêneros aparecem alheios à comunidade trans e LGBT e isolados de um contexto sociopolítico maior. Seriam, assim, esses personagens retratados sempre e unicamente submersos em seus dramas particulares?

Os elementos separados, destituídos de seu contexto fílmico e colocados lado-a-lado, permitiu a construção de uma tabela, onde foi possível observar esses três conjuntos de regularidades implicados em um intenso jogo de relações de poder e saber que perpassam e tensionam os discursos produzidos em relação à transgeneridade. Nesse sentido, Foucault emergiu como uma sustentação teórica fundamental e organizadora do trabalho.

Ao tomar a transgeneridade como um recorte temático da produção cinematográfica ocidental, é possível extrair regularidades, “séries de acontecimentos”, que sustentaram a ideia de compor, a partir delas, um quadro (FOUCAULT, 2012) permitindo observar estratos discursivos. Nesse sentido, o presente trabalho se aproxima dos procedimentos arqueológicos foucaultianos:

[...] tratar os filmes sob o viés da arqueologia é tomá-lo na sua acepção de arquivo, colocando em evidência as formas de discursos que tornam visível não aquilo que era invisível a nossos olhos, mas pelo fato de estarem tão arraigados a essa superfície que nos impede a sua percepção senão diante de um polimento das palavras e das imagens com óleo da história. É desse contato direto do pesquisador com o objeto fílmico que será possível refletir sobre os discursos e tipos de saberes que deles se depreendem do processo arqueológico. (MILANEZ, 2014, p.235)



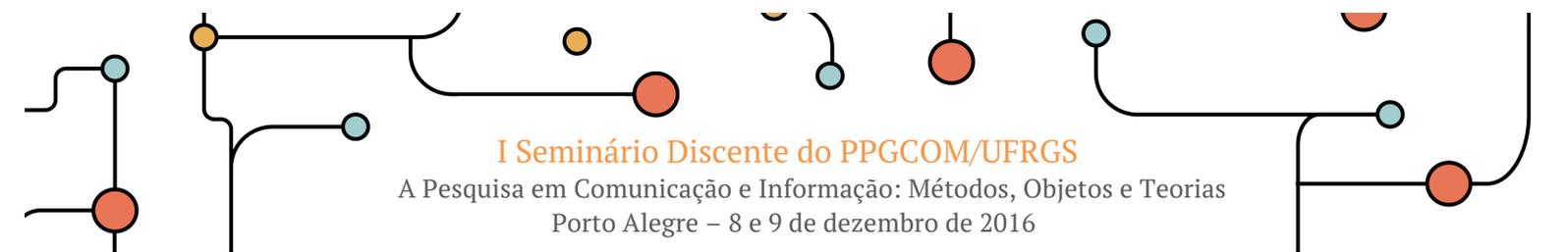
I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

A possibilidade arqueológica aqui entrevista, no entanto, deve ser explorada ao longo do trabalho sem que isso amarre ou restrinja os esforços de análise. Portanto, o procedimento arqueológico deve ser entendido como um balizamento que orienta a pesquisa à medida que permite acessar a articulação de um discurso subjacente às regularidades arranjadas. Com base nessas articulações de propõe refletir, assim, sobre as possibilidades e limitações de pensar arqueologicamente o cinema a partir da temática trans, no que se refere observar e tensionar regularidades e linhas de fuga.

Referências

- AUMONT, J. **A estética do filme**. Campinas: Papyrus, 1995.
- BUTLER, J. **Problemas de Gênero**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.
- _____. **Corpos que pesam: sobre os limites discursivos do sexo**. In: Guacira Lopes Louro (org.) *O corpo Educado*. Belo Horizonte: Autêntica, 2010.
- _____. **Bodies That Matter, on the discursive limits of "sex"**. New York: Roudedge, 1993.
- _____. **Relatar a si mesmo**. Belo Horizonte: Autêntica, 2015.
- _____. **Undoing gender**. New York: Routledge, 2004.
- FOUCAULT, M. **A história da sexualidade I: A vontade de saber**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2001.
- _____. **As Palavras e as coisas**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- _____. **Arqueologia do Saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2012a.
- _____. **Microfísica do Poder**. São paulo: Edições Graal, 2012b.
- _____. **A Ordem do Discurso**. São paulo: Edições Loyola, 2014.
- _____. **O nascimento da biopolítica: curso dado no Collège de France (1978-1979)**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.
- HALBERSTAM, J. **In a Queer Time and Place: Transgender Bodies, Subcultural Lives**. New York: New York University Press, 2005.
- MILANEZ, N. **Foucault e o cinema: para uma breve arqueologia das imagens em movimento**. In: *Presenças de Foucault na Análise do Discurso*. Organizadores: Carlos Piovezani, Luzmara Curcino, Vanice Sargentino. São Carlos: EdUFSCar, 2014, p. 125-143
- PRECIADO, B. **Manifesto contrassexual**. São Paulo, N-1 edições, 2014.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

_____. **Multidões queer: notas para uma política dos "anormais"**. In: Revista Estudos Feministas. Florianópolis, v. 19, n. 1, p. 11-20, abr. 2011. Disponível em: <<http://ref.scielo.org/dzbnkqy>>. Acessado em 15 nov. 2015.

XAVIER, I. **O discurso cinematográfico: a opacidade e a transparência**. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

DIÁLOGOS POSSÍVEIS ENTRE AS ESTÉTICAS AUDIOVISUAIS E AS NOÇÕES DE DESENCANTAMENTO E REENCANTAMENTO DO MUNDO

*Aline Almeida Duvoisin*¹

Palavras-chave

Cinema de ficção. Publicidade audiovisual. Estéticas audiovisuais. Desencantamento do mundo. Reencantamento do mundo.

A primeira motivação de minha pesquisa de mestrado veio da constatação do surgimento de novas propostas estéticas no campo cinematográfico argentino após a derrocada da ditadura militar em 1983 (VISCONTI, 1995). Parte dessas estéticas foi desenvolvida por profissionais oriundos da publicidade (ESPAÑA, 1995). Em alguns desses casos, havia um distanciamento dos cânones realistas consolidados até então nas estéticas cinematográficas do país. Isso gerou uma primeira curiosidade: teria sido esse distanciamento provocado por alguma influência advinda do campo publicitário?

Esse questionamento se fortaleceu com uma argumentação de Beatriz Jaguaribe (2007) que aponta que a modernidade produziu, por um lado, registros realistas – que refletem uma visão desencantada de mundo – e, por outro, “um mundo de fantasias consumistas, devaneios publicitários, práticas místicas, imagens e narrativas que nos evocam mundos encantados, improváveis e delirantes” (JAGUARIBE, 2007, p. 17) – refletindo uma visão de mundo reencantada. Reelaborei, então, minha pergunta inicial: se a publicidade atende a uma visão de reencantamento do mundo enquanto que as estéticas realistas refletem uma visão de mundo desencantada, teria o contato entre os campos publicitário e cinematográfico transformado as estéticas cinematográficas argentinas – que até então eram quase exclusivamente realistas – no final do século XX, incluindo nelas certa dose de reencantamento?

A associação feita por Jaguaribe parece carregar consigo dois problemas. Primeiramente, induz à ideia de que não há estéticas realistas na publicidade. Em seguida,

¹ Mestranda em Comunicação e Informação na UFRGS. Linha 3: Cultura e Significação. Orientadora: Ana Taís Martins Portanova Barros. E-mail: aliduvoisin@gmail.com



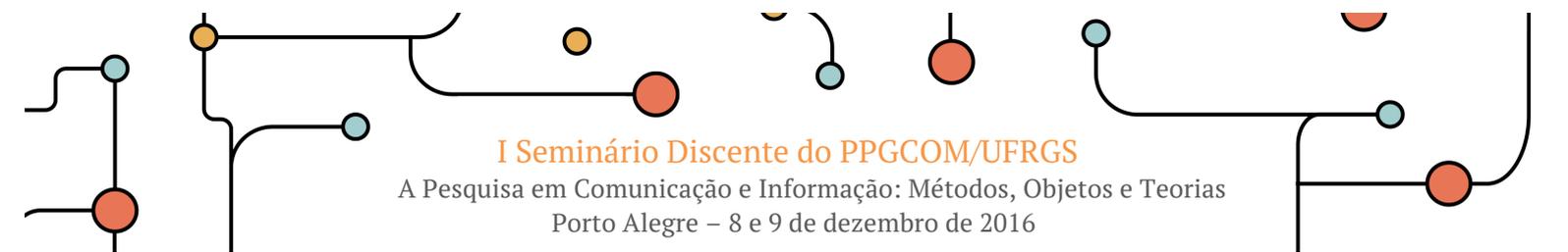
I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

se baseia numa visão muito genérica tanto dos realismos quanto das estéticas que supostamente lhe são opostas. Apesar de reconhecer que a definição de realismo gera controvérsias e que não há apenas um realismo, a pesquisadora não explora as nuances da dicotomia entre estéticas do desencantamento e estéticas do reencantamento. Além disso, o material audiovisual que tenho em mãos indica que há, entre os filmes cinematográficos e os comerciais, outro tipo de relação que não corresponde à pergunta que havia formulado. Pensando ainda de forma bastante genérica, muitos filmes publicitários parecem atender mais a critérios de realismo do que a maioria dos longas-metragens de ficção. Por isso, ampliei meu problema de pesquisa, expressando-o assim: Que imbricações se estabelecem entre desencantamento do mundo e reencantamento do mundo nas estéticas audiovisuais argentinas do período de redemocratização através das convergências imagéticas entre os comerciais e os filmes de Eliseo Subiela²? O que essas imbricações indicam sobre a relação entre essas estéticas e a realidade? Sabendo que o cinema e a publicidade audiovisual ajudam a construir o olhar dos seres humanos sobre o mundo, ambos constituem igualmente essas formas de ver?

A questão da relação entre as imagens em movimento e a realidade é alvo de polêmicas pelo menos desde que os irmãos Lumière fizeram a primeira exibição pública de um filme, quando pessoas temeram ser atropeladas por um trem que viam na tela. Isso se deve a impressão de realidade que as características de formação e exibição das imagens fotográficas em movimento causam no espectador. A confusão inicial entre o mundo físico-empírico e essas imagens demonstrou que era preciso estabelecer uma espécie de linguagem que impusesse limites entre o mundo concreto e o que se exibia na tela. Essa linguagem não é única; foi se transformando ao longo da história do cinema, alterando suas relações com a realidade. Jacques Aumont (2008, p. 134) afirma que, para que a representação cinematográfica seja reconhecida como realista, é preciso que o público domine os códigos empregados para que possa tomá-la como semelhante a uma percepção do real. Tanto os códigos quanto a forma como são utilizados variam em função de épocas e culturas. Nesse sentido, todo o realismo é convenção e, por isso, só pode ser “avaliado *em relação a outros modos de representação* e não em relação à realidade” (AUMONT, 2008, p. 134).

² Quando decidi pesquisar a relação entre cinema e publicidade audiovisual na Argentina, não tinha ainda um problema de pesquisa bem definido. Dada a dificuldade para encontrar os comerciais dos realizadores que haviam dirigido tanto filmes publicitários quanto cinematográficos, precisei primeiramente averiguar a possibilidade de acesso ao material publicitário. Restringi a pesquisa a Eliseo Subiela porque foi o único realizador cujos comerciais pude localizar. A definição do problema de pesquisa se deu, portanto, posteriormente à definição do *corpus*, que está composto por seis longas-metragens de ficção lançados entre os anos de 1983 e 1999 e por 30 comerciais dos anos 1980, todos eles dirigidos por Subiela.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

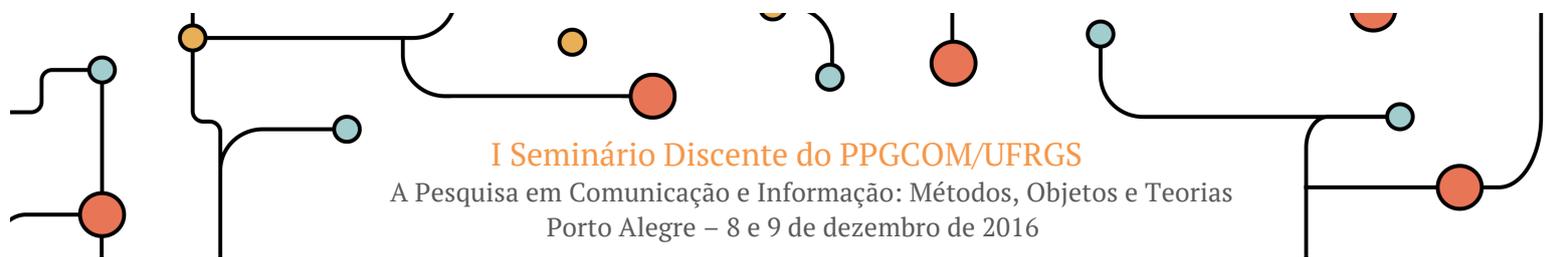
A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

A noção de verossimilhança também é fundamental para entender os realismos. O verossímil se define a partir de uma *doxa* vigente em certo momento, por isso só é possível considerá-lo em relação “com uma dessas formas congeladas que, sob a aparência de um imperativo categórico, exprime o que é a opinião comum” (AUMONT, 2008, p. 141). Ele também é definido de acordo com o que já se viu em filmes realizados anteriormente, já que estes “tendem a produzir uma opinião comum em sua convergência” (AUMONT, 2008, p. 143). As motivações das ações levadas a cabo em certa história influenciam igualmente na ideia de verossimilhança. Isso acontece porque o cinema narrativo costuma aplicar às unidades diegéticas uma função imediata, que varia, e uma função a termo, que é servir de motivação a outra unidade que está por vir. Nesse sentido, o verossímil não é mais que “um meio para naturalizar o arbitrário da narrativa, de realizá-lo (no sentido de fazer passar por real)” (AUMONT, 2008, p. 143).

Se cada época, cada cultura e cada meio têm seus próprios critérios de representação da realidade, é preciso ainda saber que realidade é essa que esses critérios de representação de determinada época ajudam a representar. Filhas da modernidade, as imagens técnicas surgiram do desejo de entender o mundo objetivamente. Esse desejo chegou à produção de imagens visuais no Renascimento italiano, quando os artistas passam a se apoiar no conhecimento científico a fim de dar credibilidade, verossimilhança e valor à produção imagética como forma de conhecimento (MACHADO, 1997). Portanto, parte da semelhança entre as imagens técnicas e o real vem de uma visão do mundo socialmente construída ao longo de séculos. Essa visão tem origem na Grécia Antiga, onde grupos sociais se recusaram a acreditar na abundância de visões que havia então, assentando as bases do racionalismo e da ciência ocidental (FEYERABEND, 2010).

Foi justamente para designar o processo de racionalização do Ocidente – baseado na desmagificação³ da realidade – que Max Weber (2004) usou o conceito de desencantamento do mundo. Este se deu através (1) da racionalização da religiosidade, que substituiu a magia pela ética, dando ao mundo um sentido metafísico total e unificado; e (2) da objetividade empírico-matemática, instituída pela ciência grega e moderna, que reduziu o mundo a um mecanismo causal, tirando dele qualquer possibilidade de sentido. Ao mesmo tempo em que desencantou o mundo, a racionalização ocidental também proporcionou aos seres humanos outras espécies de “magificação” ou de “encantamento”. Para designá-las, muitos autores fizeram uso da expressão reencantamento do mundo.

³ Costuma-se utilizar também a palavra desmagificação para designar esse processo. Isso se deve às divergências com respeito à tradução do alemão ao português. Mantivemos o termo desmagificação porque é o utilizado por Antônio Flávio Pierucci (2003), que desenvolve um trabalho específico sobre o conceito weberiano de desencantamento do mundo.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

Este se deu tanto dentro da esfera religiosa como inclusive a ultrapassou (ASSUNÇÃO, 2011). A secularização acarretou o deslocamento do sagrado (ASSUNÇÃO, 2011), ou seja, transferiu-o do âmbito da religião para outros campos – entre eles o publicitário, o artístico e o dos meios de comunicação de massa.

A despeito dessas diferenciações, a dicotomia entre razão e magia, que se reflete nas noções de desencantamento e reencantamento, é apenas aparente. Ela é fruto do predomínio do pensamento empírico/lógico/técnico/racional sobre o pensamento simbólico/mitológico/mágico. Esses dois tipos de pensamento compõem, segundo Edgar Morin (1999), a totalidade do pensamento humano, encontrando-se imbricados. Apesar de ser possível certo grau de distinção entre eles, não há como separá-los. Por isso, apesar de negado e marginalizado, o pensamento simbólico/mitológico/mágico segue regendo grande parte de nossas condutas, inclusive aquelas que se dizem conduzidas pelo pensamento empírico/lógico/técnico/racional.

A partir disso – e tendo em conta que esta pesquisa pretende contribuir para o avanço da discussão sobre as relações entre as estéticas audiovisuais e a realidade na Argentina, a partir do estudo das convergências imagéticas entre cinema e publicidade audiovisual na obra do realizador argentino Eliseo Subiela –, propomos discutir durante o I Seminário Discente PPGCOM/UFRGS formas de relacionar as estéticas cinematográficas com os conceitos de desencantamento e reencantamento do mundo.

Referências

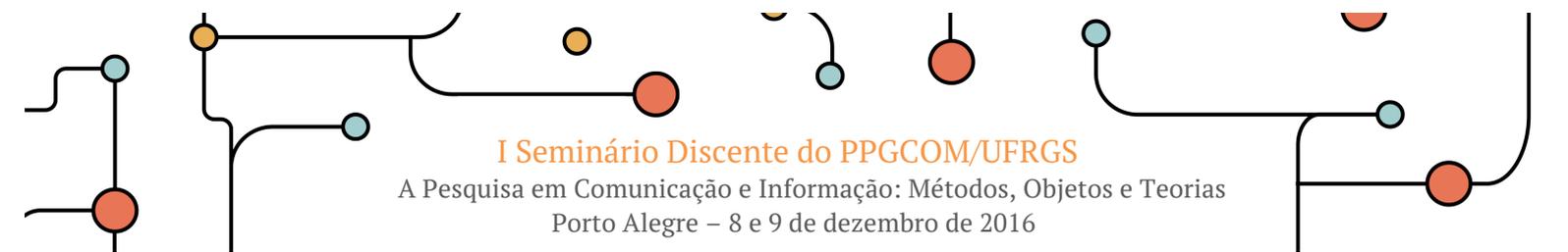
ASSUNÇÃO, R. A. O reencantamento do mundo? Interpelando os intérpretes do desencantamento do mundo. **Revista Brasileira de História das Religiões**. Maringá, v. III, n. 9, n.p., jan. 2011. Disponível em <<http://www.dhi.uem.br/gtreligiao/pdf8/ST10/006%20-%20RUDY%20ALBINO%20DE%20ASSUNCAO.pdf>>. Acesso em 01 out. 2016.

AUMONT, J. **A estética do filme**. Campinas: Papirus, 2008.

ESPAÑA, C. **Cine Argentino en Democracia: 1983 - 1993**. Buenos Aires: Fondo Nacional de las Artes, 1994.

FEYERABEND, P. **Adeus à razão**. São Paulo: UNESP, 2010.

JAGUARIBE, B. **O choque do real: Estética, mídia e cultura**. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

MACHADO, A. **Pré-cinemas & pós-cinemas**. Campinas: Papyrus, 1997.

PIERUCCI, A. F. **O desencantamento do mundo**: Todos os passos do conceito em Max Weber. São Paulo: Ed. 34, 2003.

VISCONTI, J. L. **La senda tenebrosa**. Una aproximación a la imagen de la mujer en el cine argentino (1990-2007). Buenos Aires: Simurg, 2009.

WEBER, M. **A ética protestante e o “espírito” do capitalismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

REPRESENTAÇÃO FEMININA, GÊNERO E PROTAGONISMO SOCIAL NO TV MULHER

Francielly de Brites Costa¹

Palavras-chave

Televisão. Representação feminina. Metodologia.

Este resumo expandido propõe uma discussão sobre a melhor metodologia a ser utilizada ao se analisar um programa televisivo. Esta reflexão faz parte da dissertação de mestrado que propõe uma investigação sobre o jornalismo como produtor de conhecimento sobre a questão de gênero e sobre a representação feminina em um programa de televisão. Como objeto empírico foi eleito o programa TV Mulher em suas duas versões: a transmitida pela Rede Globo nos anos 1980 e sua repaginação apresentada em dez episódios pelo Canal Viva em 2016. Salienta-se que a primeira foi exibida em televisão aberta e a segunda em televisão paga, sendo essa a principal diferença entre as duas atrações.

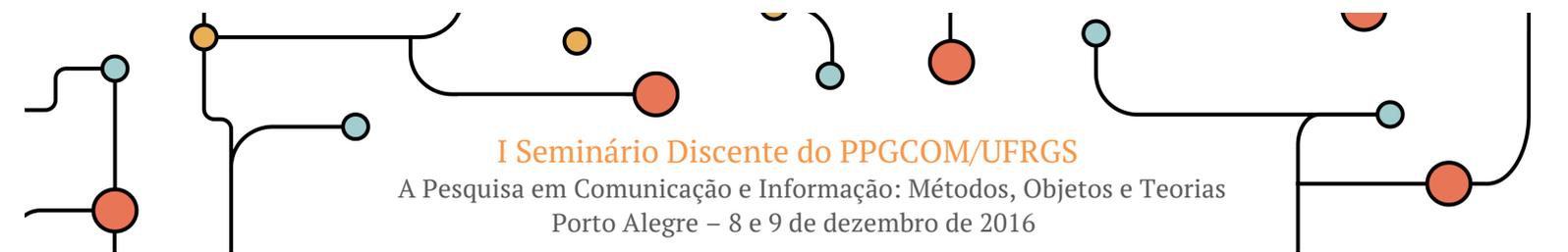
Para alcançarmos o objetivo, propomos a observação e comparação de categorias semelhantes a ambas as versões do programa. A proposta é analisarmos as temáticas abordadas, composição de quadros, elementos de cenário, apresentação e vinheta, entre outros elementos que constituem a linguagem verbal e não verbal das narrativas audiovisuais para compreendermos os avanços e os recuos da representação feminina na televisão no contexto histórico em que está inserida.

O problema de pesquisa que guiará inicialmente o estudo se materializa a partir da questão: Como o jornalismo potencializa a discussão social e a construção de conhecimento da questão de gênero no TV Mulher? Os objetos empíricos trazidos para a pesquisa mostram o quanto é necessário discutir na televisão as transformações sociais por ela estar presente na vida de 95% dos brasileiros, estando à frente de todos os outros meios de comunicação, segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia de 2015 (PBM 2015).²

A própria divulgação da repaginação do TV Mulher questiona se houve mudanças de comportamento nas três décadas que separam a exibição de uma versão e outra. Esse é

¹ Mestranda em Comunicação e Informação na UFRGS. Linha 2: Jornalismo e Processos Editoriais. Orientador: Flávio Antônio Camargo Porcello. E-mail: francielly.brites@ufrgs.br.

² BRASIL. Secretaria de Comunicação Social da Presidência. *Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM 2015): Hábitos de consumo de mídia pela população brasileira*. Brasília: SECOM/PR, 19 dez. 2014. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>. Acesso em 25 jun. 2016.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

um importante indício sobre o jornalismo como forma de conhecimento e de como as mulheres são representadas.

Por que mulheres ganham menos do que homens? Maternidade é essencial para a realização feminina? E os homens devem dividir o trabalho doméstico com as mulheres? E a conta do restaurante, ela deve ser dividida? Essas eram as questões dos anos 1980. Será que ainda são hoje em dia? (VIVA, 2016)³.

Em contraponto, outra chamada aborda temas contemporâneos debatidos nas redes sociais e na mídia tradicional, propiciando o surgimento de uma esfera pública que é quando o público é portador da opinião pública (HABERMAS, 1984): "Em tempo de meu primeiro assédio, respeito as mina, meu corpo minhas regras e igualdade de gêneros, o TV Mulher volta com mais assunto do que nunca"⁴. Esses dois momentos da nova versão mostram que o debate de gênero deve estar continuamente em pauta no jornalismo, mas essa necessidade só é atendida esporadicamente e sem a profundidade que o tema exige.

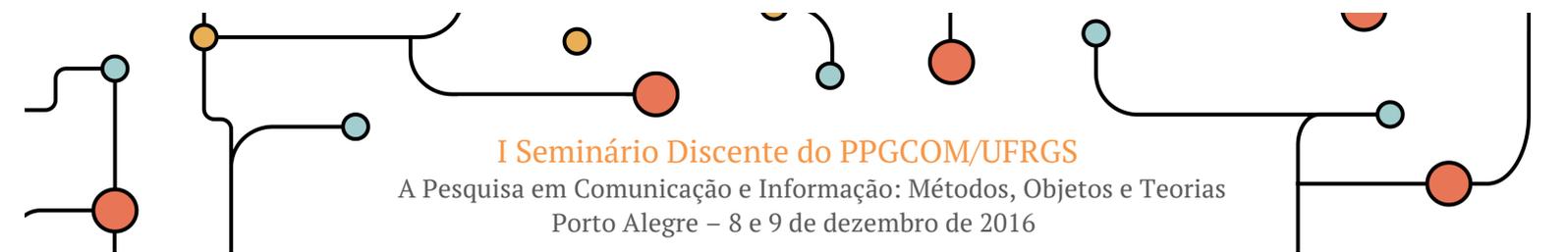
O objeto empírico aqui proposto, o TV Mulher, é relevante para a pesquisa acadêmica em jornalismo porque foi um marco na história da televisão brasileira por ser a primeira atração destinada às donas de casa na programação diurna da Rede Globo e a apresentar temas para a "mulher moderna", informando sobre diversos campos sociais e sanando a falta de informação que chegava às mulheres, já que os movimentos feministas não conseguiam atingir o número de receptoras pela televisão.

A primeira temporada da nova versão do TV Mulher foi ao ar em dez episódios no Canal Viva propondo uma linha do tempo com a atração original, debatendo assuntos semelhantes sem perder a atualidade. A repaginação da atração proporciona a possibilidade de comparação entre as duas épocas por apresentar diversos aspectos idênticos ao anterior. Uma das evidências são os quadros que são basicamente com os mesmos temas e a apresentadora que permanece sendo Marília Gabriela. Além disso, o TV Mulher de 2016 apresenta fragmentos do original contrapondo com novas discussões.

Para tanto, contaremos com contribuições teóricas de Alsina (2009) sobre a construção das notícias, de Vizeu (2005) com o conceito de Audiência Presumida, já que o programa estabelece sua audiência ao adotar o nome "TV Mulher" e na forma com que aborda os temas, além de pressupormos que este constitui legitimidade frente ao público para contextualizar assuntos referentes à mulher. Além desse agir através da mediação

³ Chamada TV Mulher 2016 questionando se os temas de 1980 são os mesmo de hoje (VIVA, 2016). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=JmjSSy7SwCw>. Acesso em 15 de jul. 2016.

⁴ Chamada TV Mulher 2016 sobre temas contemporâneos (VIVA, 2016). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=dRH8hVwQA0s>. Acesso em 15 de jul. 2016.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

entre a realidade e a audiência e pelos jornalistas terem o poder de ordenar o mundo, participando da socialização do conhecimento e da construção da realidade (MEDITSCH, 2010).

Compreendemos as limitações do programa de representar a mulher "a começar por uma impossibilidade estrutural de apreender e acolher o Outro em toda sua alteridade, sem reducionismos e estereótipos" (LAGO, 2010, p. 175). Porém, destacamos que a iniciativa de relançar o TV Mulher não só fomenta o debate de gênero para a inclusão do Outro, como também amplia o acesso a diferentes visões de mundo, por mais que ainda possam estar contaminadas de "projeções sobre o público ideal (as camadas médias e altas urbanas)" (LAGO, 2010, p. 175).

Por se tratar de um projeto de pesquisa em fase inicial, a metodologia a ser utilizada ainda é um desafio. Até o momento entendemos que tanto a análise de conteúdo como a de discurso possam contemplar o objeto de pesquisa, porém buscamos outras possibilidades que sejam mais eficientes para a investigação. Até o momento utilizamos a técnica de pesquisa bibliográfica para identificarmos autores que farão parte do nosso aporte teórico e pesquisa documental para a coleta de fragmentos do material exibido nos anos 1980 e o material completo de 2016. Também será realizada uma pesquisa de campo na Rede Globo, já aprovada pela emissora, para a análise do programa original na íntegra.

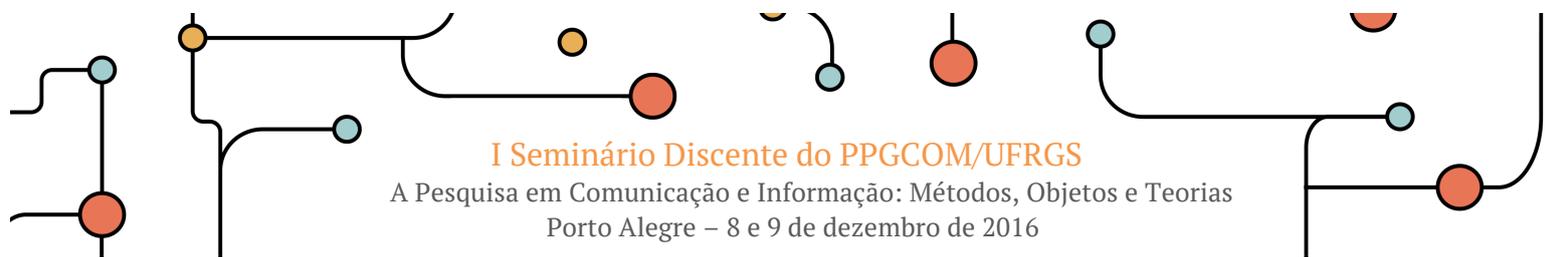
Escolhemos a análise de conteúdo como um possível caminho porque esta

recolhe e analisa textos, sons, símbolos e imagens impressas, gravadas ou veiculadas em forma eletrônica ou digital encontrados na mídia a partir de uma amostra aleatória ou não dos objetos estudados com o objetivo de fazer inferências sobre seus conteúdos e formatos enquadrando-os em categorias previamente testadas, mutuamente exclusivas e passíveis de replicação. (HERSCOVITZ, 2007, p. 126 -127).

E a de discurso por permitir a compreensão dos sentidos do discurso jornalístico e porque

O texto é a parte visível ou material de um processo altamente complexo que inicia em *outro lugar*: na sociedade, na cultura, na ideologia, no imaginário. A conjugação de forças que compõem o texto nem sempre é aparente — diríamos mesmo que raramente é visível por si mesma, e só o método arqueológico do analista de discurso pode evidenciar esta origem. (BENETTI, 2007, p.111).

Devido à dificuldade de se encontrar um método eficaz para análises em telejornalismo com profundidade, por causa das especificidades de suas narrativas, Porcello (2015) abre a possibilidade de criarmos uma metodologia própria, por mais que



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

sejam válidas as contribuições de autores de dentro e de fora do campo da Comunicação e das Ciências Sociais Aplicadas:

O telejornalismo aproxima muito teoria e prática. Em geral o objeto de pesquisa está em movimento e é dinâmico como a TV com sua sequência rápida e trepidante de imagens conjugadas com sons. Texto e imagem em TV estão ajustados de forma a não competirem entre si e, sim, atuarem de forma conjugada facilitando a compreensão da informação pelo público. Para entender o conteúdo da mensagem televisiva é preciso juntar essas mídias, mas para estudar o conteúdo da TV talvez seja preciso separá-las. Assim como na produção de conteúdos jornalísticos se usa, com critérios de edição bem definidos, a combinação entre imagem e texto, igual critério pode ser usado na análise de objetos de pesquisa decorrentes de produtos televisivos. Isto é: separa-se o texto para analisar o conteúdo das palavras, a linguagem verbal; separa-se a imagem para analisar a linguagem não verbal; e, analisados separadamente, texto e imagem poderão permitir conclusões mais precisas sobre a linguagem audiovisual da TV. (PORCELLO, 2015, p.158).

Apesar do TV Mulher não se encaixar no gênero telejornalismo, o fato de ser um programa com características jornalísticas um método específico poderia contemplar de forma eficaz as suas singularidades. Acreditamos que além desta alternativa possa haver outra forma de contemplar conteúdo, discurso e imagens em movimento com metodologias já existentes para que seja analisado o maior número de aspectos. O I Seminário Discente do PPGCOM UFRGS contribuirá para que tenhamos conhecimento de outros métodos ou possíveis combinações de ferramentas e técnicas que nos auxiliem na investigação.

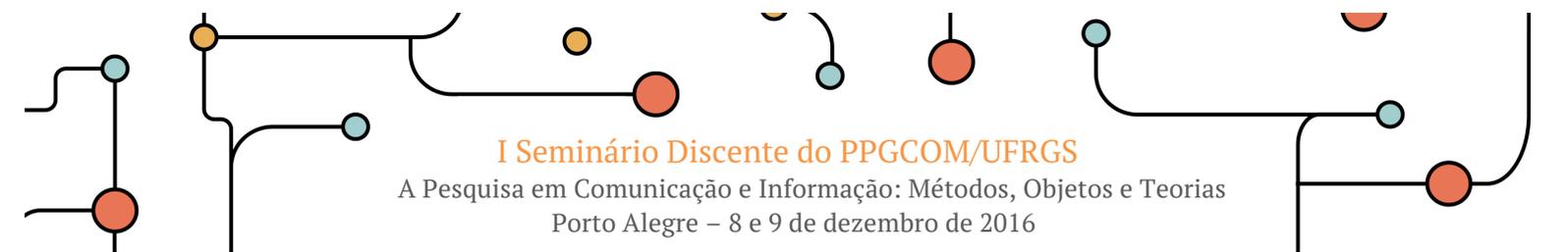
Compreendemos que ainda é necessário um maior aprofundamento das questões teóricas e metodológicas, visto que este resumo antecede a criação do projeto definitivo de dissertação.

Referências

ALSINA, M. R. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.

BRASIL. Secretaria de Comunicação Social da Presidência. **Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM 2015): Hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Brasília: SECOM/PR, 19 dez. 2014. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de->

[pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf](http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf). Acesso em: 25 jun. 2016.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

HABERMAS, J.. **Mudança estrutural da esfera pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HERSCOVITZ, H. G. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, Claudia; BENETTI, Marcia (Orgs.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.

LAGO, C. Ensinamentos Antropológicos: a possibilidade de apreensão do Outro no Jornalismo. In. **Brazilian Journalism Research**, Volume 6, número 1, 2010.

MEDITSCH, E. Jornalismo e construção social do acontecimento. In: BENETTI, Marcia; FONSECA, Virginia (Orgs.). **Jornalismo e acontecimento**: mapeamentos críticos. Florianópolis: Insular, 2010. [p.19 - 42]

PORCELLO, F. A. C. Reflexões sobre as pesquisas em TV no Brasil: propostas metodológicas e formas de análise dos telejornais. **Intexto**. Porto Alegre. N. 34 (set./dez. 2015), p. 146-162, 2015.

VIVA. **TV Mulher - Questões dos anos 80**. Disponível em:
<<https://www.youtube.com/watch?v=JmjSSy7SwCw>>. Acesso em 15 de jul. 2016.

VIVA. **TV Mulher Pré-estreia - Mais assunto do que nunca**. Disponível em:
<<https://www.youtube.com/watch?v=dRH8hVwQA0s>>. Acesso em 15 de jul. 2016.

VIZEU, A. **O lado oculto do telejornalismo**. Salvador: Editora Calandra, 2005.

CAMINHOS PARA PENSAR AS PROBLEMÁTICAS DE GÊNERO NAS PESQUISAS EM COMUNICAÇÃO

Tainan Pauli Tomazetti¹

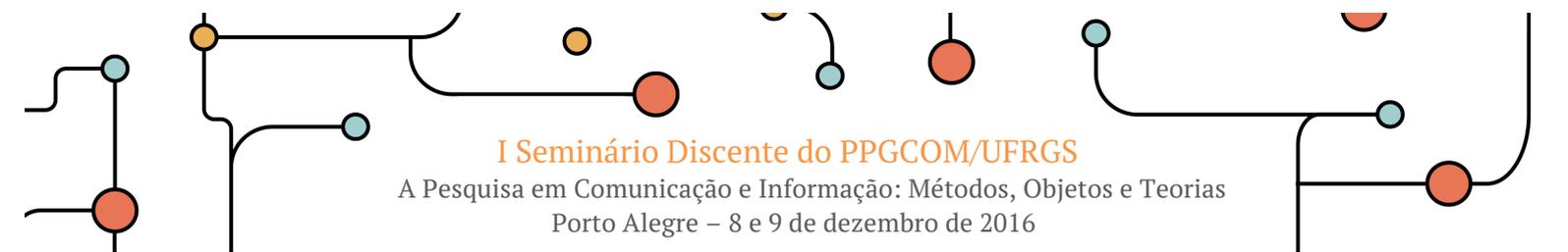
Palavras-chave

Pesquisa em Comunicação. Gênero. Estado da arte.

Desterritorializar o campo da comunicação através de uma abordagem da comunicação desde a cultura apresenta-se como uma das formas pensadas por Jesús Martín-Barbero (2004) para romper com o pensamento instrumental (e funcionalista) que tem dominado a maioria das pesquisas na área. Para o autor, junto à herança da autolegitimação do poder da informação e a bifurcação entre o otimismo e o pessimismo tecnológico, vemos despontar a complexidade e legitimidade intelectual desse campo de estudos, na urgência de pensar a comunicação como um lugar estratégico na interface entre sociedade e cultura. Nesse sentido, levando em consideração a proeminência das esferas comunicacionais na relação entre as estruturas e os sujeitos, refletir a configuração de nossas pesquisas torna-se fator primordial para seu fazer, na medida em que nos esforçamos, enquanto área de estudos, a produzir análises teórico-empíricas de nossas sociedades, sob o escopo daquilo que, com esforço, denominamos de objetos comunicacionais.

A discussão sobre o objeto comunicacional é complexa, pois não se define única e exclusivamente por um modo de conhecer dada realidade, mas por processualidades que conectam os aparatos tecnológicos com as múltiplas formas discursivas e materiais de comunicação social, técnica e cultural. Não havendo consenso sobre tal definição há quem diga que o objeto de nossa ciência seria a *mídia* e seus produtos e há quem, por outro lado, desmitifique este cerceamento ao ampliar a definição de comunicação. A favor deste pensamento, França (2015) nos ajuda a pensar a comunicação como um processo global e interativo entre agentes sociais, conferindo, assim, uma importante distinção entre os *objetos empíricos*, as coisas e fenômenos do mundo que não são de monopólio de nenhuma ciência específica, e os *objetos de conhecimento*:

¹ Doutorando em Comunicação e Informação na UFRGS. Linha 3: Cultura e Significação. Orientadora: Nísia Martins do Rosário. E-mail:



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

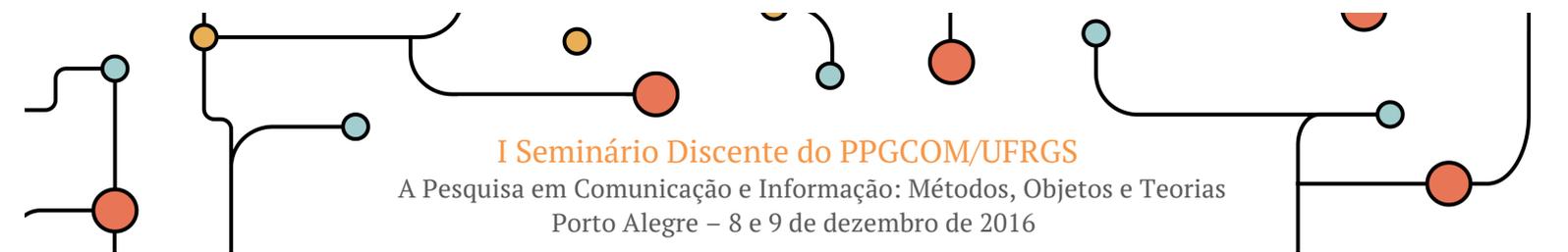
A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

[...] a concepção que os pesquisadores deste campo desenvolvem sobre aquilo que eles vão recortar e analisar na realidade; o objeto de estudos da comunicação é uma ideia de comunicação, um conceito, com a ajuda do qual se pode distinguir e apreender, no campo do empírico, algo que chamamos e entendemos como comunicação (FRANÇA, 2016, p. 157).

Dessa maneira, é cabível dizer que somos um campo de muitos objetos e muitos olhares. Tudo dependerá do que entendemos enquanto comunicação. Comunicação é mídia ou é mais do que isso? O que há de comunicacional em nossos estudos? Como contribuimos para desenvolvimento crítico da sociedade com as nossas análises? É certo que nossos caminhos de pesquisa congregam aspectos e temáticas das mais distintas disciplinas e, por assim ser, enfrentamos o desafio da convergência entre os saberes especializados já constituídos para a construção de um objeto científico que, por sua vez, será analisado sob uma ótica especificamente comunicacional.

Nesse sentido, defende-se que este movimento de intersecção multidimensional, dos objetos que configuram as teorias e conceitos que articulamos no campo da comunicação, não podem se caracterizar apenas pela justaposição de saberes disciplinares distintos, mas pela potencialidade de produzir análises voltadas para as relações e interações histórico-sociais que neles estão implicados. O olhar apurado para as perguntas que fazemos aos nossos objetos empíricos é chave para este empreendimento. Dos objetos empíricos surgem os problemas e dos problemas as abordagens metodológicas que os tornam objetos científicos (FRANÇA, 2016). Em vista disso, este projeto toma como ponto de partida o fato de que, para compreender as imbricações e possíveis transformações que conformam a tríade sociedade, cultura e política, torna-se relevante endossar a crítica e o olhar para o campo da comunicação enquanto *um lugar estratégico de reflexão sociocultural* (MARTÍN-BARBERO, 2004).

Sendo assim, pela relevância política de pesquisar comunicação, toma-se como recorte investigativo as pesquisas de pós-graduação – teses e dissertações – que abarcam o conceito de gênero na área da comunicação. Busca-se entender como o campo da comunicação no Brasil vem construindo suas reflexões e problemáticas no que configura o desvelar do conceito de gênero enquanto uma categoria de análise sociocultural. Entende-se, assim, que o estado da arte sobre essas práticas investigativas faz-se necessário para compreender as relações entre as problemáticas comunicacionais e as construções e interpelações de gênero no contexto das *mídias* e das relações estabelecidas nos processos de interatuação e agenciamento comunicativo dos indivíduos.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

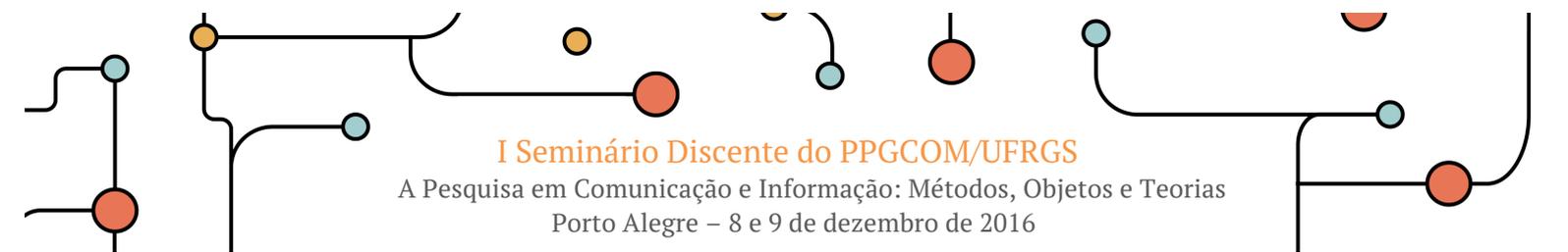
A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

O conceito de gênero está assegurado por constantes ressignificações que transversalizam a sua dinâmica relacional e historicamente variável. Não sendo este, por sua vez, um contexto teórico tranquilo, e nem ao menos tributário do campo das teorias da comunicação, seu tensionamento e reflexão pode e deve ser estendido sob o ângulo crítico a respeito de seus usos e definições nas pesquisas.

Uma abordagem sobre as pesquisas de interface entre comunicação e gênero é, assim, antes de tudo, a tentativa de elaboração de um diagnóstico sobre os processos teórico-metodológicos de nossas pesquisas, para precisamente avançar na ampliação e consolidação dos saberes que comunicamos para sociedade em geral. Ora, não é a familiaridade com aquilo que se produz sobre um tema dentro de uma área o que torna o pesquisador capaz de problematizá-lo? Nesse sentido, esta pesquisa é devidamente impulsionada por trabalhos correlativos realizados na área, as pesquisas de estado da arte e estudos de recepção produzidas por Jacks, Menezes e Piedras (2008), Jacks et al (2014) e o mapeamento sobre os estudos de gênero e comunicação realizado por Escosteguy (2008).

Mapeando os estudos sobre comunicação e gênero nos Programas de Pós-Graduação em Comunicação entre o período de 1992 a 2002, Escosteguy (2008) constata insuficiência das problemáticas em torno das questões de gênero, sendo que, do total de 65 trabalhos produzidos sobre a temática no decênio investigado a maioria das pesquisas flexionam seu olhar para o gênero como uma categoria a indicar a distinção sexual no recorte das investigações. Percebe-se, nesse sentido, que “os vínculos entre as pesquisas de comunicação e os estudos de gênero são ainda pouco explorados” (ESCOSTEGUY, 2008, p.14).

A autora subdivide a pesquisa em três períodos de levantamento: de 1992-1996, período de pouca relevância para temática e no qual as pesquisas em comunicação no país estavam mais centradas na mensagem. Conforme Escosteguy, “das 754 teses e dissertações produzidas, apenas doze foram classificadas como estudos de gênero e comunicação. Cinco priorizaram tal temática na mídia impressa e quatro na mídia audiovisual” (ESCOSTEGUY, 2008, p.15). O próximo período analisado se concentra nas produções acadêmicas dos anos de 1997-1999, momento no qual as investigações começam a refletir os posicionamentos do receptor e, mesmo que timidamente, percebe-se “o lançamento do tema na pesquisa brasileira e o crescimento do número de trabalhos sobre gênero e comunicação. Das 835 teses e dissertações defendidas nos três anos especificados, 17 enfocam a temática de gênero” (ESCOSTEGUY, 2008, p.19). No intervalo



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

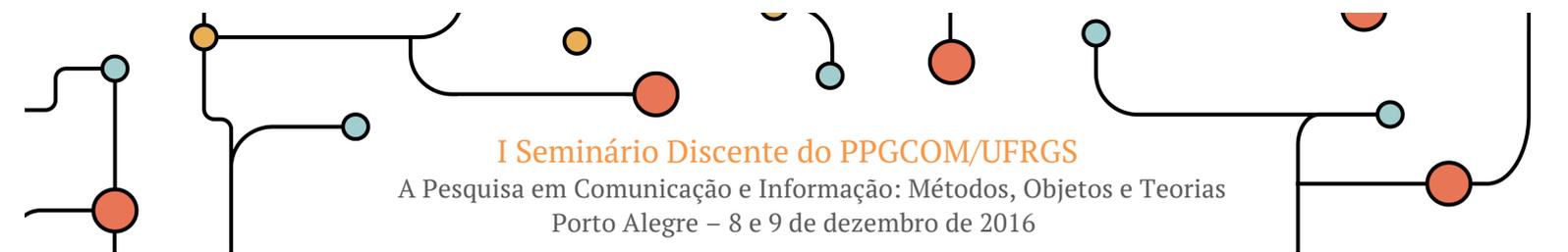
A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

de tempo entre 2000-2002, Escosteguy percebe um movimento de pesquisas em comunicação que irão se ocupar com o universo das representações midiáticas do feminino e constata que “dos 1665 trabalhos, 36 vinculam-se à temática de gênero” (ESCOSTEGUY, 2008, p.22),

Tendo como recorte as pesquisas de recepção realizadas no país durante década de 1990, Jacks, Menezes e Piedras (2008, p. 186) destacam que das 1769 teses e dissertações desenvolvidas em Programas de Pós-Graduação em Comunicação naquela década, 22 investigaram de alguma forma as relações entre mídia e mulher, no entanto, apenas “sete têm como objetos de estudo a recepção feminina”, seis dissertações e uma tese, todas elas tendo mulheres como informantes de pesquisa. Porém, como destacam as autoras, não significa que tenha ocorrido a efetiva ou aprofundada problematização de gênero. Na década seguinte, no intervalo entre 2000 e 2009, esse cenário sofreu um crescimento se comparado ao anterior. Na pesquisa realizada por Jacks et al (2014), dos 209 estudos com foco na recepção, foram encontradas 15 pesquisas com mulheres que discutiram a recepção midiática a partir da perspectiva das relações de gênero. Vale destacar, porém, que nem todos eles o fizeram de forma aprofundada ou efetivamente focando na questão gênero. Dos 15 trabalhos encontrados, 10 discutem de modo mais efetivo as identidades de gênero, sete deles com foco na recepção televisiva. Além desses 15, foram encontrados ainda nove estudos que envolviam mulheres, mas que não estabeleciam nenhum tipo de discussão sobre as identidades e as relações de gênero.

Assim como Escosteguy (2008), as autoras percebem, ao examinarem o campo, que apesar de observarem a mulher como público alvo dos meios de comunicação ou como receptoras, as pesquisas não se concentraram em assegurar problematizações referentes às relações de gênero, trabalhando-as, muitas vezes, apenas como uma condição sociodemográfica ou nem isso.

Estas pesquisas nos proporcionam, assim, a problematização sobre o avanço dos estudos de gênero no campo da comunicação na próxima década. Como estariam configurados? Quais as problemáticas que tangenciam o conceito? Quais são os paradigmas teóricos acionados? Os objetos estão dimensionados por quais metodologias? Muitos questionamentos nos tomam, na medida em que se torna importante defender e endossar a área da comunicação como um *lugar de construto e redefinição teórica do conceito de gênero*, assim como são as demais áreas das ciências sociais e humanas.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

Parte-se, então, para o foco desta investigação: as teses e dissertações que englobam a perspectiva do conceito de gênero², produzidas entre os anos de 2010 a 2017 nos Programas de Pós-Graduação em comunicação do país³. Delimita-se o período de sete anos de produções acadêmicas sobre a temática para, a partir disso, obter-se um diagnóstico sustentável aos questionamentos da pesquisa: como o conceito de gênero é tensionado nas teses e dissertações do campo da comunicação no Brasil? A partir dessas pesquisas, o que se pode afirmar como propriamente comunicacional nas investigações que tratam do conceito de gênero? E qual o modus operandi das problematizações de gênero produzidas na área?

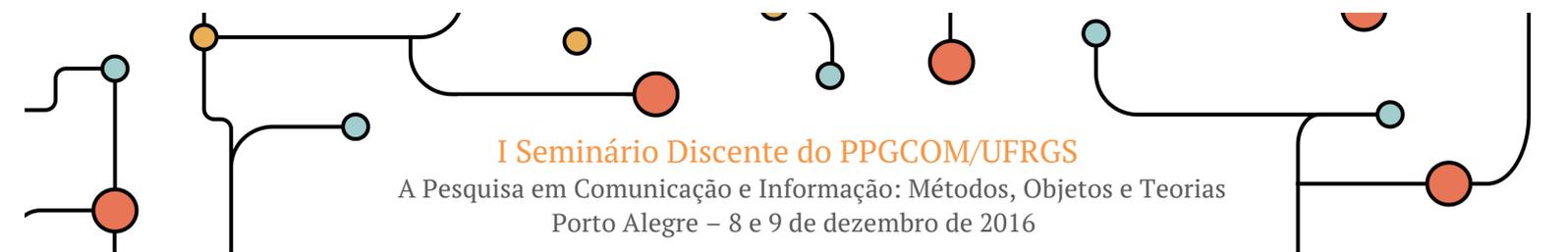
O desafio corrente desse processo de pesquisa se dá no momento de encontro com o objeto empírico: 1) a produção de teses e dissertação é extremamente vasta nos últimos anos com a ampliação dos programas de pós-graduação da área; 2) nem todas as pesquisas estão catalogadas corretamente nos bancos de dados oficiais e bibliotecas das universidades e 3) a própria definição do que seriam as pesquisas de interface entre gênero e comunicação é ampla.

Dessa forma gostaria de refletir algumas estratégias que adotei para o mapeamento do objeto empírico. Para isso, estabeleci algumas etapas:

- 1) Mapeamento por título, palavras-chaves e resumo a partir do banco de teses e dissertações da Capes e nos sites e portais das bibliotecas das universidades. Definição dos trabalhos que tangenciam a temática pela leitura do resumo;
- 2) Mapeamento incluindo a introdução (construção de um mapa geral por períodos ou tipos de pesquisa) e fichamento;
- 3) Seleção das pesquisas a partir do seguinte critério determinado pelo Fichamento: conceito de gênero problematizado na pesquisa - deve estar no problema de pesquisa e/ou nos objetivos;
- 4) Escolha dos trabalhos que vão ser analisados;
- 5) Análise – aspectos de tensionamento e usos do conceito nas pesquisas (autores, conceitos, objetos empíricos, metodologias, resultados): Qual é o gênero produzido pelo campo da comunicação?

² Aqui estão incluídas as pesquisas sobre feminilidade; masculinidade; homossexualidade; transexualidade feminismo e as que englobam respectivamente representação e /ou recepção de mulheres e homens.

³ 41 Programas de pós-graduação, segundo o documento da área.



I Seminário Discente do PPGCOM/UFRGS

A Pesquisa em Comunicação e Informação: Métodos, Objetos e Teorias
Porto Alegre – 8 e 9 de dezembro de 2016

Referências

ESCOSTEGUY, A. C. **Comunicação e Gênero**: a aventura da pesquisa. Porto Alegre: Edipucrs, 2008.

FRANÇA, V. O objeto e a pesquisa em comunicação: uma abordagem relacional. In: MOURA, C.; LOPES, V. **Pesquisa em comunicação**: metodologias e práticas acadêmicas. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2016.

MARTÍN-BARBERO, J. **O ofício de cartógrafo**. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

JACKS, N.; MENEZES, D.; PIEDRAS, E. **Meios e audiências**: a emergência dos estudos de recepção no Brasil. Porto Alegre: Sulina, 2008.

JACKS, N. (org). **Meios e Audiências II**: a consolidação dos estudos de recepção no Brasil. Porto Alegre: Sulina, 2014.