

A stylized world map in shades of gray with several orange speech bubbles scattered across it. The text is overlaid on the map.

Anais

SEMINÁRIO DE  
COMUNICAÇÃO E  
TERRITORIALIDADES

2015

Realização:

**PÓS**COM

Programa de Pós-Graduação  
em Comunicação  
e Territorialidades - UFES

Apoio:

**Labic**  
Laboratório de  
Artes e Comunicação  
Imagem e Som

**UFES**

Centro de Artes  
Departamento de Comunicação Social  
Universidade Federal do Espírito Santo

## **UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO**

Reitor  
REINALDO CENTODUCATTE

Vice-Reitora  
ETHEL LEONOR NOIA MACIEL

Pró-Reitor de Pesquisa e Pós-Graduação  
NEYVAL COSTA REIS JUNIOR

Pró-Reitora de Graduação  
MARIA AUXILIADORA DE CARVALHO CORASSA

Superintendente de Cultura e  
Comunicação EDGARD REBOUÇAS

Diretor do Centro de Artes  
PAULO SÉRGIO DE PAULA VARGAS

Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e  
Territorialidades DANIELA ZANETTI

## **II SEMINÁRIO DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO EXPEDIENTE**

Coordenação geral  
DANIELA ZANETTI

Organização  
DANIELA ZANETTI E RUTH REIS

Produção do Caderno de Resumos  
SÉRGIO RODRIGO FERREIRA

Arte e divulgação  
PAULA LADEIRA E KAYQUE FABIANO

Produção do evento  
JÉSSICA RIBEIRO LATIF, STEFHANI PAIVA e KAYQUE FABIANO (bolsistas do Grupo de Pesquisas em Cultura Audiovisual e Tecnologia – CAT), e PAULA LADEIRA

Secretária do PÓSCOM-UFES  
PAULA LADEIRA

Festa do Clandestino  
ANA OGGIONI e MELINA LEAL GALANTE

Agradecimentos  
DEPCOM, SUPECC, CINECLUBE METRÓPOLIS e CENTRO DE ARTES

## **SUMÁRIO**

Apresentação, **6**

Programação Geral, **7**

Resumos, **9**

Comunicações dos alunos da PÓSCOM - UFES, **9**

Comunicações dos alunos de Iniciação Científica, **19**

## APRESENTAÇÃO

Num momento de reconfigurações das fronteiras do campo da Comunicação Social e das “atribuições” dos pesquisadores e profissionais desta área, a I Semana de Pesquisa em Comunicação PÓSCOM-UFES – promovida pelo recém criado Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades – inaugura uma agenda de atividades acadêmicas com o objetivo de ampliar, no Espírito Santo, os espaços de divulgação científica vinculados a este campo de estudos. Ainda que o evento tenha como foco as pesquisas dos mestrandos do Programa, esta primeira edição também abriu espaço para que os alunos de graduação – divididos entre as habilitações Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Cinema e Audiovisual – apresentem suas pesquisas de iniciação científica. Prestes a completar 40 anos de funcionamento, e a obter o merecido reconhecimento do MEC sem se submeter a uma lógica de mercado – como deveria ser todo o processo educacional –, o curso de Comunicação Social da UFES, por meio de seu Programa de Pós-Graduação e dos vários grupos de pesquisa coordenados pelos professores deste Departamento, se estabelece como uma referência regional no que se refere à reflexão sobre os fenômenos comunicacionais contemporâneos.

**Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Daniela Zanetti**

*Coordenadora do Programa de Pós- Graduação em Comunicação e Terreitrialidades e  
ordenizadora do I Seminário de Pesquisa em Comunicação da Ufes.*

## RESUMOS

### Comunicações dos alunos do PÓSCOM - UFES

#### **A Comunicação dos Movimentos Sociais como Agente de Construção da Cidadania**

*Marialina Côgo Antolini*

Os movimentos sociais são atores fundamentais na geração de mudanças ao longo da história humana: mudanças políticas, culturais, comportamentais. Estão na linha de frente quando algum tema precisa ser discutido na sociedade e, por qualquer motivo, não está pautado no debate cotidiano. Para que os movimentos sociais possam desempenhar este papel fundamental na sociedade, no entanto, precisam da comunicação, entendida aqui a partir da perspectiva de Martín-Barbero (2012, p. 69-70), segundo o qual, “o que a verdadeira comunicação põe em jogo não é a enganosa demagogia com a qual se conservam as pessoas em sua ignorância ou provincianismo, mas a palavra que mobiliza as diferentes formas e capacidades de apropriar-se do mundo e de dar-lhe sentido”. A comunicação é percebida, portanto, em seu sentido mais amplo: abrange os meios massivos, mas vai além deles, abarcando processos cotidianos e, às vezes, menos usuais do ato de comunicar. É entendida como alavanca fundamental do exercício da cidadania. Está na base dos movimentos, na construção da sua identidade, e a forma como é desenvolvida está diretamente relacionada com o sucesso ou fracasso na conquista dos objetivos da ação coletiva. Para Jonh Downing (2004), a importância da mídia radical – como ele denomina os processos alternativos de comunicação realizados pelos movimentos sociais – está no “fato de ser ela, comumente, que primeiro articula e difunde as questões, as análises e os desafios dos movimentos. Sua fidelidade é devotada, em primeiro lugar, aos movimentos, e é por eles que ela nutre seu principal fascínio” (DOWNING, 2004, p. 66). Apesar dessa centralidade, no entanto, a comunicação nos movimentos sociais ainda é uma área pouco pesquisada, para qual a literatura sobre os movimentos ainda não dedicou a uma discussão sistemática. Downing (2004, p. 59) afirma que “chega a ser quase um mistério o fato de haver tão pouca análise sistemática da comunicação ou da mídia na literatura sobre os movimentos sociais”. Esse estudo se dedica, então, a entender um pouco mais dessa relação. essa busca, o presente artigo apresenta um histórico do estudo dos movimentos sociais e debate três âmbitos comunicacionais que têm grande influência na constituição e ação dos movimentos: 1) a comunicação massiva, dos

meios hegemônicos, responsável por trazer informações e entretenimento, frequentemente manipulada por interesses econômicos; 2) a comunicação dialógica, interpessoal, que gera debates e compartilhamentos nas esferas públicas, e que promove o ato de pensar sobre a realidade e buscar mudanças, gerando redes a partir de trocas de informação; e 3) a comunicação alternativa, que amplia vozes e luta por direitos, responsável por fornecer espaços de fala para uma parcela da sociedade ignorada pela grande mídia. O objetivo é contribuir para o entendimento da relação entre comunicação e os processos democráticos e construção da cidadania, a partir da análise desta comunicação que envolve os movimentos sociais.

### *Referências Bibliográficas*

DOWNING, J. D. H. Mídia radical – Rebeldia nas comunicações e movimentos sociais. 2ª Ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004.

MARTÍN-BARBERO, J. Globalização comunicacional e transformação cultural. In: MORAES, D. (org.). Por uma outra comunicação. 6ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2012.

## **A Dimensão Comunicacional dos Rolezinhos na Grande Vitória: visibilidade e reconhecimento social**

*Angelo Bortolon*

Os rolezinhos representam um fenômeno social, político e cultural contemporâneo, tipicamente urbano, observado em grandes cidades brasileiras. Um rolezinho pode ser caracterizado como um encontro previamente marcado que reúne dezenas ou centenas de jovens em espaços específicos, especialmente shopping centers, que podemos considerar como sendo espaços públicos de domínio privado. Esses jovens, em geral, pertencem a classes sociais mais populares, e se originam das periferias das grandes cidades. Ao se constituírem como grupo e gerarem um tipo de visibilidade nesses espaços a partir dos rolezinhos, esses atores sociais conseguem estabelecer, ainda que sem intenção, discussões na sociedade sobre diferentes dinâmicas de ocupação e circulação dos espaços urbanos, visibilidade, reconhecimento social e sentido de pertencimento. Um elemento característico dos rolezinhos é seu caráter de rede, que se constitui nas comunidades mas também nas e a partir das redes sociais na Internet, em especial o Facebook, por onde circulam vídeos, “selfies”, comentários, em

especial nas próprias páginas criadas para organizar e promover os encontros. Assim, jovens da periferia urbana reunidos com celulares em punho nesses rolezinhos transcendem o espaço físico concreto ao construir uma intensa sociabilidade na Web por meio da midiatisação de suas ações nesses encontros. Esta pesquisa tem como foco os rolezinhos que estão sendo realizados ao longo do ano de 2015 no Shopping Moxuara, Cariacica-ES, palco de diversos encontros, seja de grupos que se identificam como “famílias”, como os dos Beneth, dos Kolsch e dos Oliveira, ou ainda os rolezinhos temáticos, como o Vou te Beijar, Cala a Boa e Me Beija e Sensacional. Deste modo desenvolveremos uma pesquisa em que o território das redes se ajusta a um território do shopping, criando uma unidade, formando assim um território informacional, ou seja, a junção de um território físico/ geográfico (Shopping Moxuara) com um território informacional (as páginas do Facebook). Assim os rolezinhos funcionam como espécie de materialidade do território informacional, quando liga uma dimensão digital a uma dimensão geográfica, onde as relações são a territorialidade, ou seja, a vivência, a experiência, um movimento que redonda num determinado território, seja geográfico, informacional ou estas duas instancias engastadas. Por meio desta pesquisa procuraremos atestar (dentre outras) a hipótese de que as práticas comunicacionais dos rolezinhos traduzem um desejo de visibilidade e reconhecimento social por parte de jovens moradores de periferia de grandes centros urbanos, tendo como estudo de caso os rolezinhos realizados no Shopping Moxuara, em Cariacica-ES. Para coleta dos dados empíricos, estamos frequentando periodicamente os rolezinhos ocorridos no Shoppings Moxuara, onde realizamos junto aos participantes, entrevista em profundidade, procurando compreender a realidade destes jovens, o contexto social que pertencem, bem como identificar o intuito em organizar os rolezinhos nos shoppings. Concomitantemente é realizado um exame das páginas dos eventos no Facebook, para que seja possível observar as interações e formas de sociabilidade geradas entre os participantes dos encontros. Isso permitirá observar as dinâmicas comunicacionais da territorialidade virtual vinculadas aos rolezinhos. Pelas páginas do Facebook acompanharemos a produção de vídeos e fotos feitos antes, durante e depois dos eventos.

## **A TV Universitária e sua Relação com as Indústrias Culturais**

*Ana Paula Vieira de Souza*

Este estudo pretende compreender a importância da TV Universitária do Vitória-



ponto de vista da garantia de direitos, quais sejam, o direito à informação, à comunicação e à educação, e do ponto de vista social, enquanto instância que pode contribuir para a democratização da comunicação e para a constituição da cidadania ativa dos indivíduos. Para isso, é preciso investigar se a TV Universitária constitui um espaço de discussões e debates que se configuram como opção de resistência aos meios hegemônicos: ela reproduz ou se contrapõe ao modelo de televisão característico das Indústrias Culturais e Midiáticas? Para responder este questionamento, estabeleceu-se o estudo de caso múltiplo como metodologia, e a escolha dos casos mostrou-se uma das principais etapas. Em consonância com o referencial teórico da Economia Política da Comunicação, adotado nesta pesquisa, o crivo inicial foi o modo de gestão das TVs. As pesquisas prévias mostraram dois grupos principais: TVs de concessão e/ou gestão direta da Universidade e TVs de concessão e/ou gestão de Fundações de Apoio. Do grupo de TVs diretamente geridas pelas Universidades, a hipótese era de que as três principais “correntes” seriam: TVs vinculadas a assessorias de Comunicação, TVs vinculadas a Pró-Reitorias de Extensão e TVs vinculadas a cursos de Comunicação Social. Esta última não se confirmou, pois não foi identificada nenhuma TV – do grupo das Universidades Federais, corpus desta pesquisa – vinculada a cursos de Comunicação. Sendo assim, a escolha dos casos nesta modalidade de gestão se reduziu a dois grupos: TVs ligadas a Assessorias e/ou Reitorias e TVs ligadas a Pró-Reitorias de Extensão. Foram identificadas 13 instituições onde as TVs estão vinculadas a Assessorias e/ou Reitorias, de onde se escolheu inicialmente a TV Universitária de Pernambuco, pelo seu protagonismo histórico: trata-se da primeira televisão pública do Brasil, criada em 1967. O segundo caso foi a TV da Universidade de Brasília, com o objetivo de incluir uma região que até o momento não tinha sido contemplada na maioria dos estudos. Três TVs estão ligadas à Pró-Reitorias de Extensão: as TVs das Universidades Federais de Ouro Preto, de Minas Gerais e da Bahia. Deste grupo, selecionamos as duas primeiras e excluímos a última por esta ser apenas webtv, portanto entendemos que se encaixa em um outro modus operandi de televisão, que esta pesquisa não abrange. Quanto às TVs ligadas à Fundações de Apoio, são cinco: TVs das Universidades Federais de Lavras (Ufla), de Uberlândia (UFU), de Viçosa (UFV), do Triângulo Mineiro (UFTM) e de Goiás (UFG). Inicialmente, escolheu-se a UFG por ser a única, neste grupo, que não retransmite programação de nenhuma rede de televisão, não estando, portanto, “submetida”, a redes que reproduzem o sistema de cabeça de rede das televisões comerciais. O segundo caso foi a TV Ufla, a de maior capacidade de produção entre as restantes. A escolha dos casos objetivou contemplar a diversidade de condições estruturais característica do objeto. Assim, podem ser exploradas diferentes constituições de TVs Universitárias para que ao final seja possível fazer proposições sobre o objeto em si e as diferentes formas em que ele se materializa na prática,

refletindo sobre seus modos de atuação, vantagens e desvantagens, e qual seria a situação ideal.

## **Afrosamurai: uma análise sobre o animê e a representação de um personagem negro no cenário midiático transnacional**

*Edson Alves Rangel*

Nesse trabalho analisamos formas de representação e auto-representação do negro em meio ao cenário globalizado e transnacional de produção midiática. Um cenário marcado por movimentos de significação e ressignificação entre grande mídia e o consumidor comum (APPADURAI) e que proporciona novas formas de representação e de construção de novas mitografias por meio das quais diferentes grupos sociais podem se imaginar e serem imaginados em meio a um mundo globalizado. Nosso objeto de análise é o animê Afrosamurai, uma série televisiva e transnacional produzida entre realizadores e artistas japoneses e afroamericanos na qual o universo e a trama giram em torno da saga do personagem Afrosamurai, um samurai negro em busca de vingança pela morte de seu pai, num Japão feudal e hipertecnológico. Nos questionamos sobre como a representação de um personagem principal negro nesse animê pode contribuir para produzir efeitos de inclusão ou exclusão social para o negro na sociedade globalizada. Adotamos como principal eixo para tratarmos esse questionamento a aproximação ou distanciamento de sua forma imagética e narrativa a questões sociais que são representativas para os negros em meio ao universo do entretenimento e da ficção especulativa. Buscamos no Afrofuturismo o referencial para identificarmos essas questões, um movimento estético amplo que surge do encontro entre a ficção especulativa, dos efeitos da escravidão e da diáspora negra sobre as formas que os negros se imaginam e são imaginados na Modernidade e pós-Modernidade, e do desejo e possibilidade de construir novas formas de imaginar o negro em meio ao seu passado, presente e futuro. Trazemos duas metáforas recorrentes no Afrofuturismo – e identificáveis na trama e subtramas da série – que ilustram alguns dos efeitos de exclusão social sobre formas de imaginar o negro em meio ao projeto moderno de sociedade: a dos afroamericanos como os descendentes dos aliens abduzidos e a do ciborgue. Analisamos como a representação do negro no universo do animê Afrosamurai se aproxima ou se distancia das questões próprias aos negros presentes nessas duas metáforas. Nesse universo, analisamos como o media mix japonês e as especificidades imagéticas do animê, das quais destacamos a multiplanaridade e a multirefencialidade, traduzem e refletem

uma representação fortemente situada em meio a condição de fragmentação das formas de representação e percepção na sociedade globalizada e pós-Moderna. E concluímos ao apontar como essa fragmentação das formas de representação e percepção do animê Afrosamurai potencializam uma representação igualmente fragmentada e multireferencial que, de forma articulável, pode gerar tanto efeitos positivos de empoderamento e inclusão social ao trazer para o universo do animê questões próprias aos negros, quanto efeitos inertes ou negativos de uma representação que trata de questões do japonês ou do espectador globalizado em sua condição pós-Moderna.

## **Cinema Negro e territorialidades identitárias: o cinema brasileiro como campo de disputas simbólicas**

Adriano Domingos Monteiro

O debate sobre a presença do negro nas obras cinematográficas brasileiras não é recente, remonta as décadas de 60 e 70. Inicia-se com Glauber Rocha com seu Manifesto Estética da Fome de 1965 que discutiu a representação do negro a partir da metáfora do favelado e de povo oprimido. (ZENUN, 2014). Tal discussão, em certa medida, tem se aprofundado nas academias, mas ainda pouco tem se debatido com a sociedade. Entretanto, alguns diagnósticos foram constatados: 1) As produções audiovisuais brasileiras não contemplam a diversidade étnica do país; 2) a representação de personagens negros em grande parte carregam estereótipos, quando não, personagens quase sempre subalternos relegados segundo plano na trama; 3) e por último, a presença do negro nas telas não corresponde à proporcionalidade da população da sociedade brasileira que corresponde quase 52%, de acordo com o censo de 2010, isto é, os negros continuam sendo invisibilizados (ARAÚJO, 2000; RODRIGUES, 2001; SHOHAT e STAM, 2006). Este diagnóstico demonstra alguns paradigmas da formação social brasileira precisam ser desconstruídos, principalmente, o que ficou conhecido como o “mito da democracia racial”. Diante deste cenário, a presente pesquisa pretende analisar o cinema nacional a partir da perspectiva de campo, conceito este proposto pelo sociólogo Pierre Bourdieu (2003). O objetivo é buscar compreender dentro do campo audiovisual brasileiro as particularidades e as relações de poder e força entre os agentes deste campo (diretores, atores, críticos, produtores, distribuidoras, curadores etc.). Portanto, a constituição de um campo Cinema Negro reflete essas tensões e disputas, sobre as quais o trabalho pretende se debruçar. O recorte da pesquisa envolve a produção cinematográfica a partir dos anos 2000, visando demarcar a importância desta composição, pois o que está em jogo – apropriando-se da metáfora

de Bourdieu – são disputas por representação, que envolve questões de identidade, considerando que há na cultura brasileira de maneira geral um apagamento dos negros em determinados tipos de representação (na TV, no cinema, na publicidade, na mídia em geral), demonstrando a existência de um racismo por vezes velado. De acordo com Santos (2013), ao falar de uma categoria “Cinema Negro” pode-se partir de uma perspectiva histórica em que esta construção se dá por meio da quantidade e qualidade de produções em que, negros e negras, estão envolvidos como criadores e realizadores. De acordo do o autor, identificar esta categoria, “é uma resposta identificadora a determinadas demandas históricas, sociais e culturais, nas quais o “negro” sugere uma adjetivação de pertencimento e reconhecimento de uma identidade “necessária”” (SANTOS, 2013, p. 102). Nesse sentido, a pesquisa pretende responder: quais as peculiaridades do campo do Cinema Negro? Como ele se caracteriza? Como este campo se legitima? Num outro viés, a partir do recorte temporal, analisar se as políticas públicas para o setor do audiovisual brasileiro têm contemplados esses agentes. Por fim, a presente pesquisa pretende situar o campo cinematográfico nacional como território simbólico, pois nela ocorrem produções de discursos, sentidos. “Todo território é, ao mesmo tempo e obrigatoriamente, em diferentes combinações, funcional e simbólico, pois exercemos domínio sobre o espaço tanto para realizar “funções” quanto para produzir “significados”” (Haesbaert, 2005, p. 6776).

### *Referências*

ARAÚJO, Joel Zito. Identidade racial e estereótipos sobre o negro na TV brasileira. In: Tirando a máscara: ensaios sobre o racismo no Brasil. Org. GUIMARÃES, Antônio Sérgio Alfredo; HUNTLEY, Lynn. Editora Paz e Terra. 2000.

BOURDIEU, Pierre. Os usos sociais da ciência: por uma sociologia clínica do campo científico. Ed. Unesp, São Paulo. 2003.

HAESBAERT, Rogério. Da desterritorialização à multiterritorialidade. Anais do X Encontro de Geógrafos da América Latina – 20 a 26 de março de 2005 – Universidade de São Paulo.

RODRIGUES, João Carlos. O negro brasileiro e o cinema. 3. ed. Rio de Janeiro: Pallas, 2001.

SANTOS, Júlio César dos. A quem interessa o Cinema Negro?. Revista da ABPN • v. 5, n. 9 • nov.–fev. 2013.

SHOHAT, Ella; STAM, Robert. Crítica da imagem eurocêntrica: Multiculturalismo

e representação. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

ZENUN, Maíra. Cinema Negro: sobre uma categoria de análise para a sociologia das relações raciais. Site Fórum Itinerante de Cinema Negro. 2014. Disponível: Link 1: <http://ficine.org/?p=1097>

## Controle, Comunicação e Territorialidade

*Wagner Piassaroli Mantovaneli*

A palavra controle deriva do verbo do Latim medieval *contrarotulare*. Beniger interpreta o verbo como “comparar algo contra os rolos”, cilindros de papel que serviam como registros oficiais nos tempos antigos. Essa própria origem latina já é explicativa do processo de controlar algo, onde compara-se os inputs de determinados sistemas a seus programas armazenados, registrados. Inseparáveis do conceito e da realidade do controle são as atividades de processamento de informação e comunicação recíproca. O processamento de informação, segundo Beniger, “é essencial para todas atividades com um propósito, que são por definição direcionadas a um objetivo (goal) e devem, portanto, envolver a contínua comparação dos estados atuais aos fins futuros, um problema básico de processamento de informação” (1986, p. 8). Inobstante, uma interação comunicacional mútua entre controlador e controlado deve também ocorrer, “não apenas para comunicar a influência daquele para este, mas também para comunicar de volta os resultados dessa ação (daí o termo feedback, por conta do recíproco fluxo de informação de volta ao controlador)” (BENIGER, 1986, p. 8). É certo, portanto, a centralidade do processamento de informação e da comunicação mútua entre controlador e controlado em quaisquer sistemas vivos ou nas máquinas cibernéticas que os imitam. A “comunicação”, como uma atividade social, compreende o conjunto de formas sociais pelas quais as relações sociais são expressas, materializadas e modificadas”; a “comunicação estabelece a moldura, os limites e as implicações dessas relações sociais, seja lá uma questão de nações, classes, mercados ou impérios” (DE LA HAYE, 1979, p. 55). Essa afirmação complementa, portanto, a noção de comunicação de Luhmann, um sistema operacionalmente fechado que produz a si mesmo e operador central do sistema social. A comunicação é uma atividade social que estabelece os próprios limites de tal atividade. É desordem e ordem ao mesmo tempo. Para organizar e, ao mesmo tempo, por limites à situação de um todo social complexo que se produz e reproduz continuamente, a comunicação tem de ser relativa ao controle social. Controle social e comunicação social são faces de uma mesma moeda, de uma

mesma realidade: a dos sistemas vivos (indivíduos, empresas, sociedades) que produzem e se reproduzem para sobreviver à tendência eterna à entropia. O caráter central da reprodução social está no movimento de seus limites e isso só é possível por meio da realimentação sistêmica (feedback). A informação, epifenômeno do mundo material, passa por todas as barreiras físicas, como lembra Raffestin: “as barreiras em volta dela não servem para nada”. E Raffestin lembra Wiener em *Cibernética e Sociedade* ao dizer que “gozará de maior segurança o país em que a situação da informação e da ciência for apropriada para satisfazer as eventuais exigências – o país no qual se constatar que a informação interessa na qualidade de um processo contínuo, pelo qual observamos o mundo exterior e agimos eficazmente sobre ele” (p. 220). A reprodução social não é “nada mais do que a territorialidade, pois os limites são vividos, consumidos”. “É exatamente porque são vividos que os limites participam das territorialidades” (RAFFESTIN, 1993, p. 170).

## **Esfera Pública, Tecnologias e Imagem: modos de compreensão dos territórios informacionais digitais**

*Ana Clara Magnago Bianchi*

Em pesquisa apresentada no XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), em setembro de 2015, apresentamos os primeiros apontamentos acerca de como se configuram as vivências na cidade contemporânea, assumindo como baliza os processos de enunciação fotográfica sobre a cidade de Vitória no território-Instagram. Os equipamentos móveis de comunicação têm modificado a sociabilidade, que hoje se realiza em territórios informacionais povoados por múltiplos atores, intensas trocas de mensagens e forte inserção da fotografia como meio de expressão. A noção de território urbano tem sofrido importantes mudanças como consequência das transformações da cidade por meio da nova sociedade digital. Com o propósito de compreender como essas novas práticas contribuem para o processo de constituição de uma esfera pública mediatizada e de experimentar metodologia que dê conta dos grandes dados armazenados, realizamos um estudo exploratório de fotografias compartilhadas por meio da rede social Instagram sobre a cidade de Vitória (ES), buscando verificar como esta se apresenta no contexto da ideia de “cidade-ciborgue”. Em consonância com novas formas de se relacionar com o espaço físico, a cidade-ciborgue torna-se um espaço sem fronteiras – uma vez que o urbano excede a cidade quando se torna aquela imaginada e vivida por todos que existem sobre ela. A apropriação das redes telemáticas e das novas tecnologias de comunicação

podem contribuir para o encorajamento e fortalecimento do pensamento político-democrático. A cidade -ciborgue possibilita a interação de diversas formas de pensar e agir, sendo o seu potencial agregador a sua marca mais potente. Neste trabalho, podemos verificar que, no geral, as imagens coletadas repetem a interpretação imagens-síntese da cidade – a ilha, as belezas naturais – e reduzem Vitória à singela cidade, capital do Espírito Santo, onde sempre é verão. A ausência de outra narrativa contundente sobre a cidade permite-nos inferir, num primeiro momento, que há um imaginário compartilhado e este tende a se cristalizar em decorrência de uma série de fatores, entre os quais a possível predominância de um ideal de beleza urbana evocado pela condição de ilha que a cidade de Vitória detém; o fato de que a constituição de um espaço de vivência comum, uma esfera pública, proporcionado pela atividade intensa de diversos enunciadores individuais, reforçam as imagens-sínteses, ou mesmo a possibilidade de ocorrência de um silenciamento (espiral do silêncio) que elimina das trocas discursivas enunciados (verbais ou imagéticos) que não correspondem aos hegemônicos. Ao abraçar uma única narrativa sobre a cidade retira-se dela o que lhe é politicamente essencial: a multiplicidade e a possibilidade do conflito.

## **Intervenções Gráficas Urbanas: aspectos espaciais e estéticos das inserções nos territórios urbanos**

*Sérgio Rodrigo da Silva Ferreira*

O objeto estético e semiótico das pichações aponta para a questão da (re) produção de visões de mundos e de afetos. Estes últimos emergem da relação não só entre pessoas, mas entre pessoas, espaços e coisas. Eles se produzem, enquanto acontecimento, por meio da experiência e dentro dela e são gerados na experiência real da vida. O ato de expressão do pixo é ao mesmo tempo, assim, político e histórico quando está no lugar crucial onde a política se encarnaria nos corpos, nos gestos e nos desejos de cada um. O tema deste trabalho se insere no campo da imaginação espacial a partir da geógrafa Doreen Massey que afirma que os pressupostos implícitos que fazemos em relação ao espaço são importantes, uma vez que a imaginação como mecanismo produtor de imagens para o pensamento cria modos de conceber o espaço com efeitos e implicações específicas, sociais e políticas. A paisagem é um importante instrumento conceitual deste trabalho, pois não é só o objeto de nossa análise, mas aquilo que acreditamos ser o resultado da criação dos sujeitos que intervêm na cidade. Desse modo, cabe aqui demarcarmos ‘aquilo que chamamos de Paisagem’, como bem nos diz Javier Maderuelo, pois incide

especialmente nas formas pelas quais adotaremos métodos de investigação do objeto de análise. Maderuelo afirma que para que haja paisagem é preciso que exista uma relação, uma conexão entre os diversos elementos que se apresentam a nossa contemplação. O material documental analisado, pesquisas recentes sobre as intervenções gráficas feitas sobre a cidade, serve como base para a extração das noções de cidade que estão imbuídos em seus discursos. O que se conjecturou foi conceber o espaço urbano e as imagens criadas a fim de estabelecer como as intervenções urbanas gráficas – os pixos e os grafites – borram fronteiras estabelecidas nos territórios da cidade. Assim é que se estabelece que os territórios sejam frutos das interações entre relações sociais e controle do/pelo espaço, relação de poder em sentido amplo, ao mesmo tempo de forma mais concreta (dominação) e mais simbólica (um tipo de apropriação, como nos casos em que analisaremos). O controle desse espaço é feito tradicionalmente por demarcações, por meio de limites e fronteiras, e as intervenções feitas sobre os elementos que compõe a espacialidade urbana multiterritorializam-nos, o que significa ali diminuir ou enfraquecer o controle sobre ele, aumentando assim a dinâmica, a fluidez, a mobilidade, de outras estéticas, informações e discursos alternativos às políticas, prioridades e perspectivas hegemônicas. Em nossas pesquisas temos entedido à cidade além de suporte desse tipo de comunicação também, parte intergrante dos sentidos veiculados por eles. Todo o mobiliário urbano e o desenho de nossas cidades são demarcações espaciais físicas e simbólicas. As intervenções estão nos elementos urbanos como que a abrir portas de sentidos no muro opaco, assim suas apresentabilidades produzem presenças na cidade. O trabalho daquele que intervém não é, pois, apenas o de manipular os elementos pictóricos, mas o de se apropriar dos elementos materiais das cidades e dos movimentos que seus habitantes fazem pelo espaço a fim de comunicar ou de sensibilizar seu público. É neste sentido também que as questões políticas, econômicas e sociais são aspectos de leitura que passam pela compreensão da intervenção gráfica urbana.

## **No Território do Passinho: transculturalidade e ressignificação da dança nos espaços periféricos**

*Luna Nascimento*

O que se propõe nesta exposição é um debate sobre algumas questões estéticas e socioculturais que envolvem a consolidação da dança “Passinho” - uma forma de se dançar funk originária na periferia Rio de Janeiro - através de estudos inseridos nos temas do multiculturalismo. A partir da ótica do passinho



como mais um fenômeno popular híbrido e multicultural, pretende-se refletir, também, sobre outras questões dentro desse movimento fruto da diáspora escravagista, uma “estética de sobrevivência”, já que se trata do fazer de atores que estão inseridos em um processo de estigmatização e confinamento que os torna pessoas em “estado de vulnerabilidade social”, em um ambiente composto, ao mesmo tempo, de preconceito e inclusão, de violência e tentativas de contorná-la. Desta forma, os objetivos principais da presente exposição serão conhecer algumas das questões socioculturais relacionadas

à disseminação da dança passinho, assim como analisar brevemente como o fenômeno pode se encaixar nas questões multiculturais e transculturais. Além disso, serão utilizados estudos que tratem das especificidades do “lugar” de onde provém tal manifestação, traçando-se, dessa forma, linhas que promovam diálogos entre o local e o global. O histórico de hibridação cultural da América Latina remonta um cenário totalmente propício ao aparecimento de um produto cultural também híbrido, tanto no que diz respeito ao local de seu surgimento, quanto à sua estética performática. Ao assimilar tais pontos, o passinho configura-se de forma próxima a várias manifestações musicais ocorridas em outras partes do Brasil e do mundo, apesar de apresentar também muitas particularidades estéticas. Embora segregados e parcialmente excluídos de várias possibilidades de consumo do capitalismo contemporâneo, esses grupos periféricos contêm atores que se organizam culturalmente, criando e recriando referenciais culturais e configurando-os como expressões de seu cotidiano, sua maneira de compreender, viver, e comunicar-se para o mundo. O passinho, então, transpõe algumas das características pós-modernas para a realidade em que está inserido, revelando-se como não só uma alternativa cultural plausível dentro do capitalismo contemporâneo, mas também como uma estratégia de sobrevivência dentro e fora dos locais de sua origem.

## **O Bonde Passou: uma análise do Funk Ostentação na internet e no mercado musical brasileiro**

*Rafaela Belo*

Este estudo tem como tema a presença do funk brasileiro na internet por meio do videoclipe e as transformações ocorridas no mercado musical no âmbito global e local. A investigação ocorre por meio da análise dos videoclipes de funk brasileiro no YouTube, com foco no chamado funk ostentação, subgênero nascido em São Paulo. Temos como questão compreender como o videoclipe tem sido utilizado na Web pelos artistas do funk brasileiro como estratégia de divulgação de seu trabalho musical, considerando o fato de que o funk

tem uma trajetória no campo musical que inicialmente o identificava como sendo de periferia e hoje se encontra em uma situação de maior consumo pelo público, estando inserido em uma cultura com características massivas. O desenvolvimento da pesquisa é realizado por meio do mapeamento, seleção e análise dos videoclipes de funk ostentação que alcançaram grande repercussão no YouTube. Descrevemos e analisamos o campo do funk ostentação, tendo como abordagem metodológica o estudo de caso dos videoclipes dos cantores MC Gui e MC Guimê que se caracterizam por ter ganhado espaço em outras mídias, principalmente TV e rádio, após a conquista de um grande número de visualizações no YouTube. E, no caso de MC Gui, também por ter sido contratado por uma grande gravadora, a Universal Music. O videoclipe, anteriormente divulgado na MTV, “migrou” para a internet. A divulgação, os lançamentos e os compartilhamentos se dão por meio dos sites de redes sociais, para só após serem transmitidos na televisão em canais musicais como Multishow e Bis. O funk ostentação, por exemplo, é um fenômeno que ocorre por meio dos sites de compartilhamento de vídeos. Alguns dos artistas alcançam um grande número de visualizações no YouTube, possuem uma grande quantidade de seguidores em outros sites de redes sociais como Facebook e atingem a mídia tradicional. No entanto, na maioria dos casos, não possuem álbuns físicos ou mesmo digitais, trabalhando apenas com singles. Esta é a realidade de MC Guimê, um dos artistas que analisamos em nosso trabalho.

## **O Hip-Hop Português: Comunidades e sistemas da cultura urbana**

*Davide Gravato*

Este artigo visa analisar a configuração da(s) comunidade(s) em torno do Hip-Hop português, usando a teoria sistêmica, e tentando perceber se pode esta cultura ser considerada um sistema. De uma forma introdutória e geral, tentaremos definir características base desse sistema, usando orientações gerais do processo de comunicação. É um sistema aberto ou fechado, uno ou fragmentado? Estes são pontos de partida para este trabalho. O Hip-Hop é uma cultura com origem geográfica nos Estados Unidos, mais propriamente em Bronx – New York. Nasceu a partir de um conjunto de especificidades, que representavam a condição social das comunidades da região. As mesmas eram compostas por afrodescendentes, latinos, e imigrantes jamaicanos, sendo que estes últimos trouxeram várias das influências musicais, que iriam dar corpo ao Hip-Hop. A cultura sustenta-se em quatro pilares principais, o DJing, o Breakdancing, o Graffiti Writing, e o MCing, embora haja discussões

sobre outras vertentes, como o Knowledge (o conhecimento) sugerido pelo rapper e ativista KRS-One. O Hip-Hop enquanto cultura é então, o que se vive e experiencia, enquanto a prática de uma ou mais vertentes é a sua forma de expressão. Posteriormente, com os movimentos de uma ocidentalização, o Hip-Hop chegou a Portugal e se difundiu pelo Porto e Lisboa principalmente.

## **Ontologia das Redes: perspectivas teórico (histórico)-filosóficas**

*Sávio Lima Lopes*

Este trabalho visa apresentar quatro perspectivas do conceito de rede nos estudos das Ciências. A primeira perspectiva é a do filósofo francês Gilles Deleuze, para quem a rede é metáfora da produção de pensamento; representada pela figura do rizoma. Assim, não se trata de buscar raízes, ou ainda de evocar os ancestrais, e sim de manifestar uma transversalidade que se opõe à ideia de progressão; ou melhor: de princípio-consequência. Em segundo lugar, será apresentada o conceito de rede em Manuel Castells, e aqui, especificamente o de sociedade em rede, em que nossas interações são tornadas densa e múltiplas, potencializadas pelas novas tecnologias. Além disso, nesse tipo de sociedade, os limites, fronteiras e todo tipo de delimitação, se constitui cada vez mais difuso. A terceira perspectiva apresentada é a do físico húngaro Albert-László Barabási para quem redes são relações matematizáveis, quantificáveis. Nessa perspectiva, as redes não são formadas aleatoriamente. Ou seja, os nós se conectam a outros através de uma conexão preferencial: quanto mais conectado um nó, maior a probabilidade de receber novas conexões. Assim, na perspectiva de Barabási, (nós) ricos ficam cada vez mais ricos. Por último, será apresentada a perspectiva de Bruno Latour, antropólogo, sociólogo e filósofo da ciência francês, para quem a rede é um modo de existência, produto da associação entre atores (nomeados como actantes).

## **Ponte da Passagem: por significações**

*Danielly Campos*

A Ponte da Passagem é um objeto significante que se renova fisicamente e simbolicamente na cidade. Presente em Vitória há mais de 200 anos, é um equipamento de mobilidade cuja significação extrapola essa função. Os jornais

A Gazeta e A Tribuna se apropriaram da ponte ao inseri-la em seus discursos. A proposta é pensar a interação entre a ponte, a mídia e os moradores em seus processos complexos de comunicação para identificar os efeitos de sentido produzidos, utilizando a semiótica francesa.

## **Rede social como espaço de informação e desinformação: Uma análise do Grupo Utilidade Capixaba – ES – UP no Facebook**

*Marcela Tassarolo Bastos*

Na sociedade em rede, buscamos entender o tipo de conteúdo que circula em um grupo de rede social na internet. Intrigados pelo acontecimento do Guarujá Alerta 3, página no Facebook que ganhou notoriedade em nível nacional após o linchamento e morte de uma dona de casa confundida com uma acusada de crime a partir da circulação de falso retrato falado, fomos pesquisar o maior grupo de conteúdo colaborativo no Facebook, no Espírito Santo, o Utilidade Capixaba – ES – UP<sup>4</sup>, com 118.071 membros, em 2 de julho de 2015. Na primeira etapa da pesquisa, fizemos uma revisão teórica para entender as mudanças sofridas pela comunicação de massa com o advento da sociedade em rede e da comunicação em rede, importantes conceitos cunhados por Manuel Castells e Gustavo Cardoso, respectivamente. Além disso, coletamos dois dias de posts do grupo estudado, utilizando dados fornecidos pelo Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (Labic), da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES). Por meio de mineração desses dados brutos e análise de conteúdos, ao longo de 45 dias, foi possível estabelecer as principais características de postagens, fixando padrões de posts. Foram 332 postagens coletadas no Utilidade Capixaba – ES – UP, sendo 199 do dia 9 de junho de 2015 e outras 133 do dia 17 de junho de 2015. A conclusão é que o cotidiano pauta a maioria das interações, com 37,66% das postagens analisadas. Quando esse homem comum tem seu cotidiano afetado, ou seja, alterado por algum motivo que foge à ordem estabilizada das coisas, ele tem voz para fazer o seu alerta/denúncia, o que significa 10,54% das interações estudadas. O grupo também é pautado pela agenda da mídia. As notícias tratadas na imprensa recirculam no Utilidade Capixaba – ES – UP alcançando 25,30% das postagens nos dois dias verificados. Em trabalho de observação diária do grupo durante 45 dias, de 23 de maio a 6 de julho de 2015, confirmamos cinco boatos divulgados. Em comum, o fato de trazerem temas que provocam comoção e preocupação. Temos o desafio, nas próximas etapas dessa pesquisa, de aprofundar as abordagens metodológicas

qualitativamente. Isso porque restam evidentes a proliferação de boatos e a intolerância com opiniões divergentes que aquecem as discussões, fatos que apontam à necessidade de uma investigação acerca da ética que regula as trocas e interações nesse território digital, completamente ancorado na territorialidade que o produz.

## **Rede social digital e mobilização social – O Facebook nas manifestações de junho de 2013**

*Roberto Teixeira dos Santos*

O foco da nossa pesquisa se refere à análise, prioritariamente, ao site de rede social digital Facebook como território de mobilização nas manifestações de junho de 2013, na cidade de Vitória. O objetivo é verificar como os movimentos sociais se apropriaram desta forma de comunicação para realizar a mobilização que gerou as manifestações na Grande Vitória, considerada a maior reunião popular da história do Estado do Espírito Santo. Além disso, buscamos compreender e apontar as estratégias comunicacionais utilizadas na rede social pelos movimentos, levantar dados que revelem como se deu a interação dos usuários nas páginas do Facebook, com relação aos eventos e artigos convocatórios, e compreender a interface das fanpages com as manifestações nas ruas da Grande Vitória. Nossa hipótese de trabalho é a de que as redes sociais digitais são uma potência e uma alternativa complementar para mobilização social, funcionando como território de contrapoder a instituições estabelecidas. Acreditamos, também, que sejam determinantes para articulação de uma mobilização social na atual sociedade em rede midiaticizada, haja vista que são um dos fundamentos estruturantes desta. A sociedade em rede é o paradigma da sociabilidade contemporânea, originária da convergência do modo de produção capitalista com as tecnologias de informação e comunicação. Surge, desta forma a comunicação em rede, que inclui as mídias de massa, mas promove um outro tipo de arranjo comunicacional mais dialógico. Ainda compõe nossas hipóteses de trabalho ideia de que as redes sociais digitais, colocando-se uma mídia colaborativa, participativa e com maior grau de autonomia com relação às mídias tradicionais de massa, como a TV e jornal. A escolha do tema, com sua problematização específica, encontra justificativa em dois campos distintos e complementares: a comunicação e a política. No campo comunicacional, as redes sociais digitais são um fenômeno potente e agudo na vida contemporânea, atravessando e mobilizando as mais diversas esferas da existência individual e coletiva. No escopo deste Programa de Pós-Graduação, que estuda a intercessão entre Comunicação e Territorialidades,

este projeto se justifica em razão de que pesquisamos os usos de uma mídia (redes sociais digitais) na vivência/territorialidade afeita ao território geográfico da Região Metropolitana da Grande Vitória. O nosso estudo de caso será mostrado no capítulo terceiro. Iniciamos com um resgate do histórico nacional das mobilizações sociais articuladas via redes digitais, um fenômeno desta segunda década do século XXI. Logo após, temos uma contextualização das condições socioeconômicas da Região Metropolitana da Grande Vitória, cenário das mobilizações articuladas pela em junho de 2013, por meio do grupo “Não é por 20 centavos, é por direitos ES”. Em seguida, vamos registrar as respostas que obtivemos com nossas pesquisas acerca da apropriação das redes por movimentos sociais, incluindo análise de dados, entrevistas e depoimentos, a partir das fanpages “Não é por 20 centavos, é por direitos ES” e “Movimento contra o Aumento ES (@protestoGV).”

## **Religião e Novas Identidades na Pós-Modernidade. A Internet como Plataforma de Mudanças**

Karina Inácio de Araujo Lambert

A cultura, a linguagem, os hábitos, os costumes, enfim uma série de fatores e estruturas estão envolvidas na construção de uma identidade. Com o advento da pós-modernidade, porém, essas questões têm se modificado, da mesma forma que as noções de identidade. Sendo a identidade reflexo de diversos papéis sociais e comunidades dos quais os sujeitos participam, com a diversificação dos grupos, há também modificações na forma como a identidade é constituída (HALL, 2005). A religião não foge a essa regra e tem apresentado diversas transformações no decorrer da história. Tendo como recorte o protestantismo, podemos assistir a mudanças no encontro do antigo com o novo, do tradicional com o moderno, o que pode apontar para como, nos dias atuais, a cultura religiosa tem se tornado híbrida (CUNHA, 2004). O uso de estratégias de marketing dentro das igrejas, por exemplo, parece apontar para traços de modernidade que se misturam ao sagrado. Um traço que parece ser marcante para entender o surgimento de novas identidades dentro da religião é o emprego em larga escala dos meios de comunicação. Muitas igrejas hoje tem programas de TV, assessoria de imprensa, sites, perfis nas redes sociais, só para citar alguns exemplos, permitindo a inserção das instituições religiosas no ambiente midiático. Esta proposta se justifica por buscar compreender como as identidades religiosas protestantes tem buscado se adaptar à época pós-moderna, além de relacioná-las a discussões acerca do que são e do que querem ser os sujeitos pós-modernos.

## **Um Projeto Arqueológico do Curta-Metragem Cruz na Praça, de Glauber Rocha (1959)**

*Fabricio Fernandez*

Em 1957, Glauber Rocha publicou o conto “A Retreta na praça”, no livro *Panorama do Conto Baiano*. Dois anos depois, em 1959, ainda em Salvador, o cineasta realizou aos 20 anos de idade dois curta-metragens. O primeiro deles é *Pátio*, com Solon Barreto e Helena Ignez. Segundo dados do Catálogo Glauber Rocha, *Uma revolução baiana* (2008), *Pátio* é um filme formalista e influenciado pelo concretismo, utilizando as sobras de negativos do longa-metragem “*Redenção*”, de Roberto Pires. O segundo é o curta-metragem *Cruz na Praça*. Filmado em 35mm, preto e branco, esse curta tem como personagens os atores Luiz Carlos Maciel e Anatólio de Oliveira. Na ficha técnica consta, além desses atores, Glauber Rocha como diretor, argumento e roteiro, e Waldemar Lima, como diretor de fotografia e câmera. Pode-se afirmar que esse curta-metragem é considerado “o primeiro tratamento cinematográfico feito no Brasil sobre o tema da homossexualidade” (VENTURA, 2000, p.108). No entanto, ao contrário de *Pátio*, cujo 120 metros de negativos mantiveram-se preservados no *Tempo Glauber*, entidade responsável pela memória do cineasta, o filme *Cruz na Praça* apresenta um caminho bastante diferente. Na página do *Tempo Glauber* há registros de que o curta teria sido montado, porém sem sonorização. Isso significa que nenhuma cópia teria sido gerada para que houvesse um novo contra-tipo (cópia negativa). É partir dessa constatação que este artigo apresenta o projeto arqueológico de um filme cuja existência se dá apenas por vestígios e rastros, desde sua existência material. Na página da Cinemateca Brasileira há outro registro oficial que comprova a existência do filme como “não finalização” e “desaparecido”. A pedido de Glauber Rocha, a Iglu Filmes teria incendiado os negativos logo após a montagem do curta-metragem. O site da Cinemateca também disponibiliza um único fotograma que teria restado dos negativos, além da sinopse onde é possível identificar os temas abordados no filme: homoerotismo e catolicismo. Além disso, em diversos artigos e outros documentos sobre o curta-metragem é possível perceber a discordância sobre o título do filme: ora o curta é nomeado *Cruz na Praça*, ora *A Cruz na Praça*, ou seja, percebe-se uma indefinição sobre o uso da “A” na titulação desta produção audiovisual. Neste momento da pesquisa, será feita a opção pelo título *Cruz na Praça*. A partir desses e outros vestígios ainda a serem “escavados” sobre o curta-metragem *Cruz na Praça*, é possível perceber a existência deste filme não somente na história do cinema quer brasileiro que aborda o tema da homossexualidade, mas na própria filmografia de Glauber Rocha, um cineasta que se aproximava da realização de seu primeiro longa-metragem, *Barravento* (1961). O próprio Rocha deixou diversos

relatos justificando os motivos, sobretudo de caráter estético, que o levou a não concretizar esta produção. Eis um desses registros: “Nos princípio dos anos 60, eu tinha uma ideia muito vanguardista do cinema, no mau sentido da palavra; fiz dois curta-metragens com este espírito: Pátio e Cruz na Praça. Este último, não o acabei, porque quando vi o material montado, compreendi que essas ideias já não funcionavam, que minha concepção estética havia mudado” (ROCHA apud, VENTURA, 2000, p. 78).

## **Vida e Morte de Robôs na eleição Presidencial Brasileira de 2014: Um Estudo de Caso do último debate ao vivo na TV Globo**

*Lorena Lucas Regattieri*

Afinal, como se constituem os Social Bots? Como entender a interação entre perfis humanos e não-humanos na rede? Esse trabalho busca investigar de que maneira os chamados “robôs sociais” se comportaram durante o último debate presidencial da TV Globo e o impacto no debate público experienciado na rede social Twitter. Coletamos os dados digitais do Twitter durante um período de 12 horas que incluiu o debate do dia 24 de outubro de 2014, um arquivo de cerca de 200MB. Este trabalho tem como ponto de partida a teoria ator-rede (Latour, 2012), pois considera que os sujeitos e objetos se relacionam num plano simétrico de sociabilidade deixando rastros sociais na rede, sendo assim, consideramos todos os dados actantes na rede. Debates televisivos são decisivos no Brasil, por isso a escolha desse estudo de caso. A grande diferença nas Eleições presidenciais de 2014 foi a presença dos chamados Social Bots na internet. Percebe-se uma convergência entre a televisão e o Twitter, na medida que uma agenda de discussão ganha forma e se relaciona entre camadas constituindo uma topologia de rede. Os dispositivo em um debate ao vivo. Os usuários do Twitter demarcam seus tuítes a partir da hashtags e produzem um tipo de agenda, o Trending Topics. Nessa relação, o nosso objeto de estudo, o Social bot, age semelhante ao agente modelador. Isso porque, ao tuitar ou retuitar um tuite que, conseqüentemente gerará um debate juntamente à uma hashtag que demarca o tema, o Social bot instaura uma agenda de discussão. Durante as eleições presidenciais de 2014 esse recurso foi comprovadamente usado pelas campanhas dos principais candidatos, repercutindo nos jornais do dia posterior. A metodologia é composta de técnicas quali-quantitativas que tem como objetivo principal criar soluções para questões advindas das humanidades e ciências sociais. O script de coleta e análise foi criado no Laboratório de Estudos em Imagem e Cibercultura (LABIC), da Universidade



Federal do Espírito Santo (UFES). Junto com o software de visualização e análise de dados Gephi (Bastian, 2009), compomos uma paisagem visual em forma de grafo dos perfis e hashtags ativas no dia do debate. Isso porque a análise de rede social está baseada numa importância das relações entre os componentes que interagem. A perspectiva rede social engloba teorias, modelos e aplicações que são expressos em termos de conceitos ou processos relacionais. Dito isso, essas relações (BARABÁSI, 2002) são definidas por ligações entre elementos humanos ou não-humanos, componente fundamental da teoria de rede. A complexidade dos sistemas humanos se baseia em um sistema interligado de nós (pessoas ou grupos) e links (relações e os fluxos). Desse modo, pretende-se com esse trabalho contribuir com os estudos na área de comunicação social sobre técnicas de verificação de fontes de dados advindos do Twitter, além de inferir sobre o impacto dos Social Bots no debate público desse importante momento das Eleições Presidenciais Brasileiras de 2014.

## Comunicações dos professores do PÓSCOM - UFES

### Comunicação e territorialidades: proximidades e convergências

*Ruth Reis*

Constituir um campo de estudos que explore as convergências entre comunicação e territorialidades exige que se tenha em vista além da dimensão conceitual, o estabelecimento de um arco de abrangência significativo e próprio. Algumas questões apontam direções para buscarmos proximidades entre comunicação e territorialidades: a) a questão de que território não é qualquer espacialidade, mas algo que se “transforma em” e assim permanece numa duração, constituindo e constituído uma multiplicidade de fluxos. b) o espaço, por sua vez, se coloca como um conceito intrigante e complexo que ora se identifica como sendo da ordem do ser ora da ordem do ente - e nessa condição dá-se como diferença (Heidegger, Deleuze), híbrido (Latour, Raffestin, Santos) - e sua presentificação não se extrai apenas de um plano exterior ao indivíduo (humano, sujeito pessoa ou como queiramos ou possamos defini-lo), ou das “tessituras” invisíveis que os colocam em comum (modos de proceder, funcionalidades, representações, agenciamentos); c) um devir território é o que parece se apresentar, portanto. Esse “transformar-se em” permanentemente requer uma multiplicidade de operações, entre as quais se coloca o plano da expressão, dos processos de comunicação.

Compreender as operações comunicacionais e as máquinas que permitem sua produção e reprodução é um dos desafios que se colocam então para o campo de estudos de comunicação e territorialidades. Sem advogar um determinismo técnico ou tecnológico, vamos encontrar nos dispositivos de comunicação presentes na sociedade elementos importantes para a constituição dos territórios e das territorialidades. As metáforas, imagens, diagramas ou cartografias que têm sido construídas nas formulações a respeito dos territórios e das territorialidades testemunham esse processo de permanente reconfiguração. As territorialidades são marcadas pela relação de permanência e negociação homem/natureza, que geram sentimentos de pertença, criando a noção do que é familiar, próprio, próximo.

Hoje, encontramos-nos como participantes de um jogo de pertencimento a dois mundos, um global, amplo, mágico, comum, midiaticizado, e outro, local, imediato, delimitado, no qual se desenrola o cotidiano, na seqüência ritmada dos dias que

marcam um tempo linear e finito. Nossos corpos, como territórios primordiais, são marcados por essa diferença: hoje podemos ser locais e globais ao mesmo tempo, desde que possamos nos servir das mediações tecnológicas que nos lançam pendularmente de um lado a outro. Estar no mundo global propõe uma experiência que não prescinde totalmente da mecânica dos corpos, mas acrescenta-lhe a tecnologia, como transcendência, prolongamento do humano no inumano. Propõe um lançar-se na amplitude do espaço que encolhe aos nossos olhos contemporâneos, cujas fronteiras entre conhecido e desconhecido são movidas a todo momento.

A máquina da comunicação, este conjunto de equipamentos e linguagens destinados a dar corpo e movimento às narrativas na contemporaneidade, tornou-se indispensável para estar neste mundo ampliado da contemporaneidade. Nas suas diversas escalas espaciais, os recursos midiáticos se justapõem ou sobrepõem formando eles mesmos uma territorialidade que incide fortemente sobre outras. Adentramos assim numa dimensão constituinte das territorialidades na qual incidem elementos que provêm da linguagem, do signo ou da esfera dos agenciamentos expressivos e narrativos que instituem o mundo, produzindo conexões que permitem outros processos de identificação e constituição de territórios.

## **Do corpo como território afetivo e sensório nos meios audiovisuais**

*Erly Vieira Jr*

Muitas são as variáveis que envolvem as representações corporais no cinema mundial contemporâneo, seja no âmbito da linguagem audiovisual, da construção cênica ou mesmo da recepção junto ao espectador. Muitos também são os corpos a que nos referimos: os dos personagens, corpos filmados sob as mais diversas possibilidades de mise-en-scène e de relações entre campo e extracampo, ora a elas submetido, ora lhes escapando pelas frestas; o espectador, convocado sensorial e racionalmente a participar da experiência fílmica, transformando-se, no decorrer da mesma, ao sabor dos afetos por ela desencadeados; e o próprio filme como um corpo, capaz de afetar diretamente o espectador, inclusive ao emular determinadas sensações para além do estímulo sonoro/visual, convocando a própria memória dos órgãos do sentido.

Nas últimas três décadas, uma série de vertentes têm buscado oferecer

novas formas de contrato espectral, a partir de estratégias bastante distintas, que retomam a ideia de um realismo cinematográfico sob outras variáveis. Muitas dessas vertentes baseiam-se em formas de narrar e encenar são calcadas na emulação do espaço-tempo cotidiano, numa certa mise-en-scène mais naturalista, num tom intimista, muitas vezes filmado quase “à flor da pele”. Esses novos realismos, contudo, não mais se apoiam num caráter “revelatório” de um real transcendente, tal como preconizado por André Bazin em seus escritos de meio século atrás, mas na produção de “efeitos de real” (FOSTER, 2014), estratégias que envolvam sensivelmente o espectador para produzir outros engajamentos junto ao real e ao cotidiano.

Nos projetos de pesquisa que tenho desenvolvido na Ufes, busco traçar um panorama de como esses novos realismos cinematográficos partem de um envolvimento afetivo do corpo do espectador, através desses efeitos de real, para produzir tais engajamentos. Para isso, trabalho com teorias audiovisuais que discutem a espectralidade sob um viés sensorial (em especial as surgidas a partir da década de 1980. A intenção aqui é a de entender como os conceitos apresentados por autores como Steven Shaviro, Laura Marks, Vivian Sobchack, Jennifer Barker, Barbara Creed e Linda Williams podem contribuir para o debate sobre a espectralidade, a partir de seu enfoque sobre a materialidade corpórea da experiência fílmica.

Em comum, essas teorias entendem esse contrato sensorial como parte importante do processo espectral, conferindo-lhe, no mínimo, importância igual às usualmente dadas às estratégias de identificação emocional ou às operações mentais/racionais inerentes aos processos de produção de significados. Acredito que tais pesquisas constituem uma vertente específica no campo das teorias audiovisuais contemporâneas, centrada na relação entre cinema e sensorialidade, e que se juntaria a outras correntes teóricas (os estudos culturais, os de recepção, o cognitivismo, a noção de “observador moderno” proposta por Jonathan Crary), num amplo movimento, iniciado em meados da década de 70, que elege o espectador como uma das instâncias centrais para os estudos fílmicos. Todavia, o diferencial das mesmas está em mergulhar na fisicalidade da experiência audiovisual, para investigar como os órgãos do sentido são ativados ao se assistir a um filme (num esforço teórico de desconstrução de um certo “ocularcentrismo”) e perceber como corpo e filme, muitas vezes, podem ser indissociáveis nesse processo, que propõe uma tripla articulação entre os corpos filmados, o corpo da câmera e o do espectador – o *corpo cinemático* de que nos fala Steven Shaviro.

*Referências*

BARKER, Jennifer. **The tactile eye: Touch and the cinematic experience**. Berkeley/ Los Angeles/ London: University of California Press, 2009.

CAPISTRANO, Tadeu. “**À pele da película: vias e veias do sensorialismo cinematográfico**”. Trabalho apresentado no XXVI Congresso da Intercom. Belo Horizonte: PUC, 2003. Disponível em: <[http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003\\_NP07\\_capistrano.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_NP07_capistrano.pdf)>, acesso em 10/07/2009.

CLOUGH, Patricia. **The Affective turn: Theorizing the social**. Durham: Duke University Press, 2007.

CRARY, Jonathan. **Técnicas do observador**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

\_\_\_\_\_. **Suspensões da percepção: atenção, espetáculo e cultura moderna**. São Paulo: Cosac & Naify, 2013.

CREED, Barbara. **The monstrous feminine: Film, feminism, psychoanalysis**. London: Routledge, 1993.

DELEUZE, Gilles. **A imagem-tempo**. São Paulo: Brasiliense, 1990.

ELSAESSER, THOMAS e HAGENER, Malte. **Film Theory: An introduction through the senses**. New York/London: Routledge, 2010

FOSTER, Hal. **O retorno do real**. São Paulo: Cosac & Naify, 2014.

MARGATO, Izabel e GOMES, Renato Cordeiro (org.). **Novos Realismos**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2012.

MARKS, Laura. **The Skin of Film**. Londres/Durham: Duke University Press, 2000

\_\_\_\_\_. **Touch: Sensuous theory and multisensory media**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1993

OLIVEIRA JR, Luiz Carlos. **A mise-en-scène no cinema: Do clássico ao cinema de fluxo**. Campinas: Papyrus, 2013.

PARODI, Ricardo. “**Cuerpo y cine: Reporte fragmentario sobre extrañas intensidades y mutaciones de orden corporal**”. In YOEL, Gerardo (org). **Pensar El Cine 2**. Buenos Aires: Manantial, 2004.

REIS FILHO, Osmar Gonçalves (org.) **Narrativas sensoriais**. Rio de Janeiro: Circuito, 2014.

SHAVIRO, Steven. **O corpo cinemático**. São Paulo, Paulus: 2015

\_\_\_\_\_. **The post-cinematic affect**. Washington/ Winchester: O-Books, 2010

SOBCHACK, Vivian. **Carnal Thoughts: Embodiment and Moving Image Culture**. Berkeley: University of California Press, 2004

SPINOSA. *Ética*. São Paulo: Abril Cultural, 1972.

WILLIAMS, Linda. **“Bodies, Gender, Genre and Excess”**. In: **Film Quarterly**, v.44, n.4. Berkeley: University of California Press, 1991

VIEIRA JR, Ery. **Marcas de um realismo sensório no cinema contemporâneo**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2012 (tese de doutorado, inédita).

## **Monitoramento da publicidade para crianças como base para uma regulação do setor**

*Prof. Dr. Edgard Rebouças*

Esta apresentação tem como objetivo explicitar a metodologia e os resultados preliminares de um estudo sobre a publicidade de produtos e serviços dirigida a crianças no Brasil entre 2011 e 2014. Em uma parceria entre o Observatório de Mídia e do Instituto Alana foi criado um modelo de observação empírica e analítica do conteúdo da publicidade em 15 canais de televisão (*Cartoon Network, Discovery Kids, Disney Channel, Disney Jr., Disney XD, Gloob, Nick Jr., Nickelodeon* e *Tooncast* na TV por assinatura, e *Bandeirantes, Cultura, Globo, Record, Rede TV! e SBT* na TV aberta) nos períodos pré-Natal, Páscoa e Dia das Crianças. Esta pesquisa nasceu para atender uma demanda dos recentes debates envolvendo diferentes atores sociais pró e contra uma regulamentação da publicidade para as crianças pelo parlamento brasileiro. Com uma abordagem teórica da economia política da comunicação sobre os dados, é possível observar as estratégias utilizadas pelo mercado para atingir seus consumidores diante das mudanças tecnológicas e das pressões para a regulamentação da atividade. Trata-se do primeiro estudo aprofundado no Brasil com tal número de variáveis quantitativas e qualitativas que vem colaborar para que os tomadores de decisão a compreendam melhor tal

assunto, com o objetivo de criar uma política pública necessária para o setor.

## **Três dimensões do conceito de territorialidade aplicadas ao estudo de obras audiovisuais**

*Daniela Zanetti*

Frente a um cenário que se caracteriza por processos de hibridização e de rompimento de fronteiras entre diferentes mídias e distintas indústrias culturais, o Grupo de Pesquisas em Cultura Audiovisual e Tecnologia (CAT) tem desenvolvido estudos que buscam identificar e compreender modos de representação do Brasil em obras audiovisuais específicas (em especial ficções seriadas e filmes), alicerçando-se nos conceitos de campo e de territorialidade. As diferentes formas de elaboração de um discurso sobre um determinado contexto geográfico e territorial – uma cidade, um país, uma nação – em obras audiovisuais pressupõe que o espaço diegético criado não se resume a apenas uma “ambientação” adequada à narrativa, mas envolve, sobretudo, uma compreensão da relação estabelecida entre personagens e territórios, acrescentando-se ainda outro elemento: o cotidiano. O cotidiano, tão em evidência nas narrativas e nos relatos contemporâneos, é também estruturante das territorialidades. A ideia de territorialidade perpassa a pesquisa em pelo menos três dimensões: i) uma que traz o conceito de campo vinculado ao arcabouço teórico proposto pelo sociólogo Pierre Bourdieu, no sentido de compreender como se organizam os campos de produção audiovisual no Brasil, e como uma determinada conjunção de forças pode ser determinante na configuração interna dos produtos audiovisuais em questão, suas abordagens e delineamentos; ii) uma segunda que reflete sobre as dinâmicas comunicacionais contemporâneas, marcadas pela convergência midiática e pelo deslocamento/migração tanto dos produtos/conteúdos audiovisuais quanto de seus públicos/espectadores, principalmente em direção à Internet; e iii) uma dimensão espacial propriamente dita, pautada pela lógica das indústrias culturais, que contextualiza o próprio lugar da produção audiovisual e seus agentes envolvidos. Nesse sentido, esta apresentação se propõe a aprofundar o conceito de territorialidade a partir dessas três dimensões, aplicando-o aos fenômenos e objetos de estudo em foco, quais sejam determinadas obras audiovisuais brasileiras. O que se busca com as pesquisas empreendidas é identificar aspectos (sociais, políticos, culturais) da realidade brasileira não apenas nas estruturas de superfície dos produtos em

estudo, mas também na escolha dos gêneros, nos modos de produção ou na conformação dos agentes realizadores, por exemplo. Para tanto, dedica-se a investigar novos paradigmas de criação, produção e circulação de obras audiovisuais brasileiras veiculadas na TV, no cinema ou na Web.



II Seminário de Pesquisa em Comunicação - UFES

Realização:

**PÓS**COM

Programa de Pós-Graduação  
em Comunicação  
e Territorialidades - UFES

Apoio:



Centro de Artes  
Departamento de Comunicação Social  
Universidade Federal do Espírito Santo

34 | Vitória-ES, de 4 a 6 de novembro de 2015