

Apresentação Oral

SALA 1 – JORNALISMO E PUBLICIDADE

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE DIREITOS AUTORAIS DEVE SER ENTREGUE AOS AVALIADORES NO DIA DA APRESENTAÇÃO DO ARTIGO.

Google meet: <https://meet.google.com/xzt-dres-afs>

PROFESSORES AVALIADORES: Rafael Furlan; Adriano Vialle; Icleia Caires; Thiago Miyazaki Simão; Daniella Leduc; Luan Martins; Edgar Silva e Matheus Renary

1. HISTÓRIA DA RÁDIO DIFUSORA CONTADA POR MEIO DE UM DOCUMENTÁRIO

Suzana Costa de Oliveira Silva; Rafael Furlan LoGiudice; Adriano Vialle

RESUMO

Este trabalho tem o objetivo geral de resgatar a história da Difusora FM em dos municípios de Mato Grosso do Sul. Especificamente, pretende-se registrar o traçado organizativo de um dos veículos pioneiros na área da comunicação em Três Lagoas, a rádio Difusora FM. Para tanto parte-se teoricamente dos estudos de Elaine Javorski (2017) sobre Radiojornalismo do Analógico para o Digital, Bill Nichols (2016), com seu livro Introduction to Documentary, Cyro César (2005) e sua obra Rádio - A mídia da Emoção, além de Histórias Que o Rádio Não Contou de Reynaldo C. Tavares e as Divas do rádio Nacional de Ronaldo Conde Aguiar (2010). Para confeccionar um documentário, em formato modo participativo, que enfatiza a interação do cineasta e o produto erigido os procedimentos de coleta são oriundos da filmagem, em formato de entrevistas ou relatos, unindo-se as imagens de arquivo para examinar questões históricas, vídeos e áudios. A pesquisa também realizou por meio da pesquisa empírica, a recolha de dados a partir de fontes diretas que conhecem, vivenciaram ou tenham conhecimento sobre o tema. Os resultados obtidos demonstraram a difusão do radiojornalismo em um dos meios de comunicação mais antigo do município e gerou um documentário que ouviu os principais ícones de Três Lagoas, como jornalistas, repórteres, locutores, sonoplasta, apresentadores que já passaram pela programação da rádio e que fazem parte da história dela, como a diretora executiva e proprietário da emissora protagonistas do Documentário.

PALAVRAS-CHAVE: rádio; comunicação; Três Lagoas.

2. UM OLHAR DISCURSIVO SOBRE SAÚDE MENTAL: Ecos do simbólico na canção “911”

Bruna Rodrigues Taiski; Icléia Caires Moreira

RESUMO

Este artigo objetiva problematizar como se dão os processos de subjetivação, ancorados em uma biopolítica medicamentosa, emergentes na canção 911, de Lady Gaga. Especificamente, pretende-se identificar as formações discursivas presentes na materialidade da letra da música. A hipótese eleita é de que este produto midiático contribui para a (d)enúncia de processos de subjetivação responsáveis por criar a representação da felicidade constante, cujo resultado é a dependência de medicalizações. O referencial teórico-metodológico eleito compõe-se de pensadores como Pêcheux (1988), Orlandi (1999), Coracini (2007), Moreira, (2018, 2020), Foucault (1995, 1997, 2008). Os resultados obtidos demonstram que a letra de Lady Gaga ressignificou um dos maiores traumas sociais contemporâneos, por meio da arte e problematizou que as feridas emocionais e psíquicas podem ser um caminho para

reprodução de saberes e poderes, bem como para (trans)formações. A experiência simbólica retratada na materialidade é um reflexo do agenciamento de conduta que os antipsicóticos promovem na vida dos sujeitos de forma positiva e negativa, no limiar da produtividade perseguida pela sociedade.

PALAVRAS-CHAVE: discurso; mídia; medicalização; subjetivação.

3. JORNALISMO DE MODA: Uma análise da comunicação de moda no Instagram

Giovanna da Cruz Maia; Rafael Furlan Lo Giudice

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo geral analisar as diferenças e novas formas de comunicação de moda das interações midiáticas do Instagram proporcionadas pelo advento da internet. De forma específica, pretende-se identificar as mudanças na maneira de comunicar a editoria de moda nos dias de hoje; e que a moda é uma forma de comunicação muito relevante e dentro do jornalismo ela desempenha um papel mercadológico específico. A hipótese eleita é de que o Instagram criou uma nova forma de comunicar o jornalismo de moda. Em pesquisa pela base de dados, percebe-se uma escassez no que se refere a essa temática, neste trabalho vale-se metodologicamente da análise do conteúdo de Laurence Bardin (1977), aborda-se também o Jornalismo de Moda dentro da sociedade do espetáculo de Guy Debord (1967) em tempos de Instagram com apoio do princípio corretivo da interpretação (iconografia) de Erwin Panofsky (1991). O trabalho traz a análise de 1 postagem no Instagram do perfil de uma influenciadora e jornalista. Os resultados obtidos apontam que o Instagram proporcionou que novas estratégias comunicacionais fossem implantadas no jornalismo de moda, visto que a comunicação para a plataforma surte mais efeito de engajamento e credibilidade quando é direcionada ao público em primeira pessoa e ao utilizar-se de outros marcadores linguísticos com o objetivo de personalizar e aproximar a comunicação.

PALAVRAS-CHAVE: análise do conteúdo; iconografia; jornalismo de moda; sociedade do espetáculo; Instagram.

4. A COBERTURA JORNALÍSTICA NO BRASIL DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19: Uma análise da Folha de São Paulo

Julia Rafaela Santos Rodrigues da Silva; Luan Luís Martins

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo geral fazer uma análise da cobertura jornalística da Covid-19, no portal online de notícias da Folha de São Paulo. Especificamente, interessa identificar quais as características de cobertura têm sido apresentadas pelas coberturas em saúde, justamente quando o jornalismo se torna tão necessário. Por meio deste trabalho, pretende-se responder a seguinte pergunta: partindo da análise da reportagem, quais as características apresentam a cobertura jornalística realizada pela Folha de São Paulo na pandemia da Covid-19? Para tanto, elegeu-se como base metodológica de sustentação do trabalho Bardin (1977), com vistas a usar a análise de notícias via pesquisa qualitativa, baseada também na busca de citações e referenciais que facilitem a compreensão do tema abordado, para responder a pergunta que apresentada. Teoricamente, o estudo pauta-se em Lage (2005), e Tabakman (2011), para estabelecer as reflexões sobre as técnicas de reportagem utilizadas e como o jornalismo em saúde foi trabalhado pelo veículo. Resultados obtidos apontam que a Folha de São Paulo possui um caráter informativo em suas matérias, priorizando a captação de dados por meio de pesquisa e o uso das fontes oficiais que são utilizadas durante todo o processo de produção da matéria.

PALAVRAS-CHAVE: análise de conteúdo; cobertura jornalística; Pandemia; Covid-19; Folha de São Paulo.

5. A RELAÇÃO ENTRE JORNALISMO E O SEGREDO DE JUSTIÇA

Millena Katsumi Suzuki dos Santos; Luan Luíz Martins; Matheus Renary da Silva Escabora; Adriano Luis da Silva Vialle

RESUMO

Este presente artigo, tem o intuito de conscientizar os profissionais da área da comunicação social, sobre a abordagem correta do segredo de justiça em divulgações de notícias. Também será provado que jornalistas podem expor matérias, que apresentam informações de casos sob investigação sigilosa, visto que, neste campo profissional, existem diversas dúvidas relacionadas ao tema, principalmente se é cometido algum crime ou infração ao código de ética jornalístico, quando a informação divulgada ao público é tratada sob sigilo. Ao longo deste documento, serão apresentadas citações de leis, que confirmam a validação da publicação de casos que são submetidos ao segredo de justiça, por meio de jornalistas. Ressaltando que, por norma, somente as partes que estão envolvidas diretamente ao processo, não tem autorização para compartilhar estas informações sigilosas, e se o fizerem, estarão sujeitos a penalidades legais. O jornalismo tem o dever de garantir o direito à informação, desde que seja realizada sem preconceitos e julgamentos, muito menos com informações tendenciosas e falsas. Destacando que, é obrigação do jornalista divulgar notícias que sejam de interesse público, relevantes para a sociedade. Dito isto, retornamos a discutir os processos que tramitam em investigação sigilosa, pois alguns destes casos são de importância social, a população possui o direito de tomar conhecimento sobre o fato. Para a construção deste artigo, a metodologia utilizada foi a pesquisa bibliográfica, com base em dados retirados de materiais já elaborados, em especial, artigos científicos e sites da internet.

PALAVRAS-CHAVE: confidencialidade; sigilo; ética jornalística; investigação jornalística.

6. OS IMPACTOS CULTURAIS E COMERCIAIS DAS TVs ABERTA E FECHADA COM O STREAMING

Rodrigo dos Santos Freitas; Danielle Leduc Bastos Redú; Rafael Furlan Lo Giudice; Thiago Miyazaki Simão

RESUMO

Tendo audiência da TV aberta e fechada e os números do *streaming* de vídeo como parâmetro, o presente artigo analisou as mudanças da TV aberta e fechada, suas audiências e participações entre os aparelhos ligados e fez um paralelo com o desempenho da internet nos últimos anos com o *streaming* de vídeo para entender a proporção de usuários, a trajetória das mídias na web, os impactos desse hábito de consumo de conteúdo no mercado publicitário e o posicionamento da programação aberta e fechada quanto a essas mudanças. Para isso, o método quantitativo avalia os números de audiência, assinantes, internautas e minutos de reprodução nas redes para explicar o que mudou na jornada de consumo audiovisual do brasileiro em um breve histórico até 2020 com base em dados publicados em sites especializados em audiência e TV e portais de tecnologia, além de pesquisas sobre audiência já disponibilizadas, cruzados no presente artigo para determinar os fatores que motivam essas mudanças no consumo de conteúdo audiovisual televisivo. Nesse sentido a pesquisa atestou a queda de audiência da TV Paga para o streaming de vídeo em função do custo-benefício, da linguagem mais e do consumo sob demanda dos players, mas revelou que em relação à TV aberta, os serviços de vídeo ainda perdem em influência, receita publicitária e presença nos lares brasileiros e que apesar dessa desvantagem, o meio vem crescendo muito e indica que a internet será o futuro até mesmo das emissoras mais tradicionais de programação linear.

PALAVRAS-CHAVE: audiência; TV; *streaming* de vídeo; TV fechada.

7. O PROGRESSO DA LIBRAS E OS COMPONENTES RELACIONADOS

Nicoli Sabrina Ferreira Rodrigues; Marta de Oliveira Silva Arantes; Adriano Luis da Silva Vialle; Thiago Miyazaki Simão

RESUMO

A comunicação é algo intrínseco ao ser humano, apesar da maneira mais conhecida ser pela oralidade, há diversas formas de comunicar com outros indivíduos. Por exemplo, o PECS termo que advém do inglês e significa Sistema de Comunicação por Troca de Imagens, consiste em colaborar na interação com pessoas que possuem algum tipo de deficiência intelectual, dificuldade física ou de comunicação, como o autismo. No entanto, a Libras ainda é o recurso mais conhecido para quem não se comunica verbalmente. Quando a temática é “comunicação”, o conteúdo se torna mais complexo, extenso e detalhista, por se tratar de um assunto com variedade de línguas, que estão repletas de informações, regionalismos, abreviações, maneiras de escrever e se comunicar conforme cada cultura e ambiente. Quando se aborda comunicação espaço-visual, por exemplo, a Libras, encontram-se mais aspectos envolvidos, além da própria língua, há expressões faciais, gestos, entre outros fatos relevantes. Ao refletir sobre a Língua de Sinais Brasileira, percebe-se um conjunto de fatores associados à língua: o contexto histórico, a importância, necessidade da Libras e a falta de conhecimento dos cidadãos. A fim de atender o objetivo do artigo, de informar sobre o tema, para as pessoas que precisarem ou quiserem ter mais consciência e aprenderem sobre esse tema, foi realizada uma série de pesquisas, constatações com embasamento em estudiosos do assunto, com intuito de criar um material sucinto, confiável, informativo, didático e acessível a todos.

PALAVRAS-CHAVE: língua de sinais brasileira; surdos; libras; comunicação; socialização; empatia.

8. OS IMPACTOS E IMPORTÂNCIA DO USO DAS REDES SOCIAIS PELA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

Adreéle Marques André; Luan Luís Martins; Danielle Leduc Bastos Redú; Rafael Furlan Lo Giudice

RESUMO

Ao longo dos anos os meios de comunicação sofreram profundas transformações, até atingirem a era da internet e das redes sociais, na qual atualmente vivemos. As transformações nos modelos de comunicação têm moldado a forma de como as organizações lidam com o relacionamento com o público, principalmente por meio das redes sociais. Com as mudanças surgidas no seio social, decorrentes dos avanços tecnológicos, foi necessário que a Administração Pública acompanhasse as tendências comunicativas e informativas adotadas até então pelo setor privado. Portanto, é de suma importância compreender como as redes sociais vêm sendo utilizadas pela gestão pública para a criação de um canal comunicativo direto com a população, de forma a propagar suas iniciativas, prestar contas, bem como acompanhar os anseios e necessidades dos cidadãos. Além do mais, o modelo atual de comunicação adotado pelos órgãos e entes públicos, por meio do uso e monitoramento das redes sociais, tem sido uma ferramenta altamente eficaz tanto para promoção e desenvolvimento da democracia e da cidadania, quanto para a ampliação da conscientização e participação política da sociedade. O uso das redes sociais por órgãos e agentes públicos tem gerado diversas mudanças na cultura organizacional da Administração Pública e tem demonstrado a necessidade de intensificação das práticas informativas acessíveis frente à crescente aceitação e utilização das redes sociais pelos brasileiros.

PALAVRA-CHAVE: mídias sociais; comunicação; administração pública; engajamento.