

Apresentação Oral

SALA 1 – JORNALISMO E PUBLICIDADE E PROPAGANDA

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

Google meet: <https://meet.google.com/uao-vkeu-rvx>

PROFESSORES AVALIADORES: Emily Souza, Adriano Vialle, Matheus Renary, Daniele Leduc

1. ESPETÁCULO MIDIÁTICO NO CASO RICHTHOFEN

Beatriz Benedetti; Thiago Miyazaki Simão; Danielle Ledu Redú, Adriano Luis da Silva Vialle

RESUMO

Este artigo examina o fenômeno do espetáculo midiático no contexto do famoso caso Richthofen. Inicialmente, exploramos as teorias do jornalismo que moldaram a produção de notícias, destacando a influência do positivismo no desenvolvimento do jornalismo. Em seguida, relembramos os eventos do caso Richthofen, que envolveu o homicídio dos pais de Suzane Von Richthofen por ela e seus cúmplices, os irmãos Cravinhos. O caso ganhou imensa atenção da mídia e se tornou um exemplo notório de espetáculo midiático. Exploramos as teorias da catarse midiática e da catarse aristotélica. Discutimos como os meios de comunicação modernos têm o poder de moldar a percepção da realidade das pessoas e criar representações altamente estilizadas do mundo ao seu redor. A ênfase na sensacionalização, na busca por imagens chocantes e na amplificação de conflitos pessoais e dramas tornou-se comum para atrair a atenção do público. Utilizando duas matérias do G1 relacionadas ao caso Richthofen, conduzimos uma análise do discurso para examinar como essas notícias foram representadas na mídia. Este estudo contribui para a compreensão do papel dos meios de comunicação na criação de espetáculos midiáticos, que podem influenciar a percepção do público sobre a realidade e a sociedade.

PALAVRAS-CHAVE: Espetáculo Midiático; Caso Richthofen; Análise do Discurso; Suzanne Richthofen.

2. CÍRIO DE NAZARÉ: DEVOÇÃO MARIANA E FOLKCOMUNICAÇÃO

Marcelo Henrique Santos de Oliveira; Matheus Renary da Silva Escabora; Adriano Luis da Silva Vialle, Rafael Furlan Lo Giudice

RESUMO

Esse projeto visa por meio de pesquisas bibliográficas traçar o caminho que a Igreja Católica Apostólica Romana percorreu e discorrer sobre os seus fundamentos que são: a Bíblia, a Tradição e o Magistério da Igreja e como que por meio destes findou-se a devoção a Nossa Senhora, mãe de Deus, um dogma, uma verdade de fé. Esse artigo irá explicar o início da devoção mariana, os títulos a ela atribuídos até chegar no conhecido Círio de Nazaré, e assim falar dos símbolos que o permeiam, sendo eles: o círio, a corda e a imagem, e isso por intermédio da folkcomunicação, teoria de Luis Beltrão de Andrade Lima, que explica por meio de seus estudos como é visto e atraído os devotos para essa festividade que só no ano de 2022 reuniu mais de 2 milhões de pessoas.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; igreja; símbolos.

3. O IMPACTO DA COMUNICAÇÃO DIGITAL NA AUDIÊNCIA DA FÓRMULA 1

Isabele de Campos Araujo; Rafael Furlan Lo Giudice; Danielle Ledu Redú; Thiago Miyazaki Simão

RESUMO

Este artigo tem como objetivo corroborar com a análise do papel que as mídias e meios de comunicação digital apresentam na renovação do público do campeonato automobilístico da Fórmula 1, além de definir estratégias de comunicação, com base no marketing digital e de conteúdo. Tem-se como intuito compreender se a comunicação impacta e exerce tamanha influência na audiência de uma marca, assim como a evolução de todo o processo comunicacional mediante ao progresso das técnicas e métodos presentes no esporte motorizado, desde a comunicação interna e o uso do rádio entre a equipe até os patrocínios da indústria de tabaco na comunicação externa, que ditaram o rumo dos negócios por décadas e reforçou estereótipos das corridas representarem o auge do sonho masculino. Ao observar mais de 70 anos da categoria, com visões do passado, é possível notar a necessidade de modificar os processos para manter a relevância e o renome do esporte. O trabalho aborda as táticas aplicadas atualmente para fidelizar aqueles interessados pelo campeonato por meio da interação e ampliar o público atingido, que se aproveitam das mídias digitais, em especial das redes sociais, videogames e séries televisivas. As medidas auxiliam alcançar uma audiência mais jovem e também mais feminina, dados que desconstruem a característica do esporte ser voltado ao homem adulto.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; digital; Fórmula 1; automobilismo; marketing; público.