

Ciências da Comunicação 2

Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen
(Organizadora)



Atena
Editora

Ano 2019

Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen
(Organizadora)

Ciências da Comunicação 2

Atena Editora
2019

2019 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação e Edição de Arte: Natália Sandrini e Lorena Prestes

Revisão: Os autores

Conselho Editorial

- Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

C569 Ciências da comunicação 2 [recurso eletrônico] / Organizadora
Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen. – Ponta Grossa
(PR): Atena Editora, 2019. – (Ciências da Comunicação; v. 2)

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-7247-205-0

DOI 10.22533/at.ed.050192503

1. Comunicação – Aspectos políticos. 2. Comunicação de massa.
3. Internet. 4. Jornalismo. I. Hrenechen, Vanessa Cristina de Abreu
Torres. II. Série.

CDD 302.2

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de
responsabilidade exclusiva dos autores.

2019

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos
autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

www.atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

O segundo volume da obra “Ciências da Comunicação” é composto por 30 artigos divididos em dois núcleos temáticos. O primeiro núcleo apresenta a história da publicidade e traz apontamentos sobre a origem da profissão, o seu desenvolvimento e as transformações que ocorreram em diferentes contextos. Os autores dos artigos refletem sobre o uso do imaginário em produtos publicitários e a influência destes sobre o consumo e os modos de vida do público.

Os estudos também retratam a fotografia a partir da publicidade e trazem reflexões sobre o regime estético da arte e as relações entre a imagem, o texto, a montagem e o político. Alguns autores analisam como as grandes marcas conseguem chamar a atenção dos clientes, já que o processo estratégico de comunicação se intensificou com a internet e as mídias sociais, e como se constituem as dinâmicas entre consumidores e as empresas em âmbito digital.

Outros artigos apontam para a influência de vídeos nos hábitos de consumo e trazem a aplicação de metodologias para a análise de produtos e serviços. O segundo conjunto temático apresenta pesquisas sobre o papel das obras audiovisuais na construção dos indivíduos, com análises das narrativas e representações existentes em seriados e filmes. Por fim, são apresentados os desafios da imagem vertical a partir dos padrões da produção audiovisual vigente.

Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
APONTAMENTOS SOBRE A HISTÓRIA DA PUBLICIDADE MUNDIAL	
Mario Cesar Pereira Oliveira	
DOI 10.22533/at.ed.0501925031	
CAPÍTULO 2	14
DISCURSO PUBLICITÁRIO NO JANTAR EM FAMÍLIA DE <i>DOWNTON ABBEY</i> : O CONSUMO DOS PRODUTOS E DOS MODOS DE VIDA DO INÍCIO DO SÉCULO XX	
Lye Renata Prando	
DOI 10.22533/at.ed.0501925032	
CAPÍTULO 3	26
PASSADO REINVENTADO – A PUBLICIDADE DE O BOTICÁRIO NA NOVELA DEUS SALVE O REI	
Beatriz Braga Bezerra	
Dora Carvalho	
DOI 10.22533/at.ed.0501925033	
CAPÍTULO 4	39
BORBOLETAS, IMAGENS E IMAGINÁRIO NA PUBLICIDADE INFANTIL	
Maria Soberana de Paiva	
Karlla Christine Araújo Souza	
DOI 10.22533/at.ed.0501925034	
CAPÍTULO 5	50
A PERCEPÇÃO DO APELO SAUDÁVEL NA PROPAGANDA DE PÃES: UM ESTUDO COMPARATIVO COM O USO DO <i>EYE TRACKER</i>	
Fernando de Magalhães Contato	
Gabriela Fantauzzi Poiani	
Gabrielly Oliveira Silva	
Giuliam Yukio Y. Uchima	
Gustavo Pedrotti Perossi	
Letícia Fujikawa Tokunaga	
Diogo Rógora Kawano	
Leandro Leonardo Batista	
DOI 10.22533/at.ed.0501925035	
CAPÍTULO 6	64
A PRESENÇA DA ESTÉTICA SURREALISTA NA PUBLICIDADE: UMA ESTRATÉGIA ABORDADA NAS PEÇAS PUBLICITÁRIAS DA HEINEKEN	
Francine Rocha Lasevitch	
DOI 10.22533/at.ed.0501925036	
CAPÍTULO 7	77
OS GIFS COMO ESTRATÉGIA DE BUSCA PELA EXPERIÊNCIA MULTI-LÍQUIDA NO CONTEXTO CONTEMPORÂNEO DA FOTOGRAFIA PUBLICITÁRIA	
Melissa Santos Gameleira	
Erich Lima Pinto dos Santos	
Sarah Letícia Silva da Silva	
Mariana de Jesus Alvim da Silva	
Matheus Francisco de Barros	
Lucas Veiga Trindade	
Andreza de Araújo dos Santos	
Flaviano Silva Quaresma	
DOI 10.22533/at.ed.0501925037	

CAPÍTULO 8	87
<i>MONSANTO® A PHOTOGRAPHIC INVESTIGATION: ENTRE JUSTIÇA E JUSTEZA</i>	
Marina Feldhues	
DOI 10.22533/at.ed.0501925038	
CAPÍTULO 9	101
A CIDADE INSCRITA EM SEUS CORPOS: UMA ANÁLISE DO PROJETO “RIO EU TATUO”	
Gabriel Chavarry Neiva	
Gabriel Gutierrez Mendes	
DOI 10.22533/at.ed.0501925039	
CAPÍTULO 10	114
AS ESTRATÉGIAS DE MARKETING DE CONTEÚDO NA EXPERIÊNCIA DA MARCA RESERVA	
Tadeu Carvão Ribeiro	
DOI 10.22533/at.ed.05019250310	
CAPÍTULO 11	125
O INFLUENCIADOR DIGITAL E SEU ESTABELECIMENTO COMO MARCA E DISPOSITIVO	
Nanachara Carolina Sperb	
Kati Caetano	
DOI 10.22533/at.ed.05019250311	
CAPÍTULO 12	141
UNBOXING NO CIBERESPAÇO: INFLUENCIA DOS VÍDEOS LOL SURPRISE DOLLS NOS HÁBITOS DE CONSUMO INFANTIL	
Jullie Tenório Ed Din Sammur	
Pedro Afonso Cortez	
João Paulo Araújo Lessa	
Ana Carolina Cortez	
Marcus Vinícius Rodrigues de Souza	
Maíra Lopes Almeida	
DOI 10.22533/at.ed.05019250312	
CAPÍTULO 13	149
O <i>MULTICAM</i> DE “TRUE LOVE WAITS” E OS CAMINHOS MODERNOS DA AURA	
Letícia Farias Hayashi	
José Augusto Mendes Lobato	
DOI 10.22533/at.ed.05019250313	
CAPÍTULO 14	159
A MÚSICA NOS GAMES E O CASO SHADOWS OF THE COLOSSUS	
Cadmíel Castro de Souza Junior	
DOI 10.22533/at.ed.05019250314	
CAPÍTULO 15	168
JUEGOS EN LÍNEA, INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN	
Nadya González-Romero	
Harold Castañeda-Peña	
Adriana Salazar-Sierra	
Luis Ignacio Sierra-Gutiérrez	
Alfredo Luis Menéndez-Echavarría	
DOI 10.22533/at.ed.05019250315	

CAPÍTULO 16	181
CARNAVAL, SUBLIME ILUSÃO: ANÁLISE SOBRE A EXECUÇÃO CRIATIVA E LUCRATIVA NOS DESFILES DE CARNAVAL	
Bianca Villani de Brito	
DOI 10.22533/at.ed.05019250316	
CAPÍTULO 17	191
APLICAÇÃO DO MODELO DE ARQUITETURA DE PLANEJAMENTO DA BBDO DE NOVA IORQUE AO CENÁRIO BRASILEIRO	
Guaracy Carlos da Silveira	
Fernando Augusto Carvalho Dineli da Costa	
DOI 10.22533/at.ed.05019250317	
CAPÍTULO 18	204
CÁLCULO DE METAS DE COMPRAS EM PROGRAMAS DE FIDELIZAÇÃO COMERCIAL NO AGRONEGÓCIO UTILIZANDO MÉTODOS NUMÉRICOS DE INTERPOLAÇÃO	
Suzana Lima de Campos Castro	
Marcelo Carlos Falcão Meneghetti	
DOI 10.22533/at.ed.05019250318	
CAPÍTULO 19	210
PRODUTOS MIDIÁTICOS: UMA ABORDAGEM SOBRE A INTERFERÊNCIA DE OBRAS AUDIOVISUAIS NA CONSTRUÇÃO DOS INDIVÍDUOS	
Valdemir Soares dos Santos Neto	
Damaris Strassburger	
DOI 10.22533/at.ed.05019250319	
CAPÍTULO 20	221
NETFLIX E SUAS SÉRIES: ROMPENDO COM A INDÚSTRIA CULTURAL?	
Tatiana Frago Galdino da Silva	
DOI 10.22533/at.ed.05019250320	
CAPÍTULO 21	232
O PAPEL DA TELEVISÃO NO <i>STREAMING</i> : UM ESTUDO SOBRE A EVOLUÇÃO DAS SÉRIES DA PRODUTORA SHONDALAND E SUA CONTRATAÇÃO PELA NETFLIX	
Rhayller Peixoto da Costa Souza	
DOI 10.22533/at.ed.05019250321	
CAPÍTULO 22	242
UMA DISCUSSÃO SOBRE A MATERIALIDADE A PARTIR DA SÉRIE “O MECANISMO”: CORRUPÇÃO POLÍTICA COMO OBJETO EM NARRATIVA FICCIONAL	
Valmir Moratelli Cassaro	
DOI 10.22533/at.ed.05019250322	
CAPÍTULO 23	254
ANÁLISE SEMIÓTICA DO COMPORTAMENTO DE BARNEY STINSON, PERSONAGEM DO SERIADO <i>HOW I MET YOUR MOTHER</i> SEGUNDO A SEMIÓTICA DO HUMOR	
Leidiane Sousa da Cunha	
Iury Mateus Oliveira Silveira	
Diego Frank Marques Cavalcante	
DOI 10.22533/at.ed.05019250323	

CAPÍTULO 24	261
O QUE A NARRATIVA ACADÊMICA TEM A NOS CONTAR SOBRE O SERIADO <i>MAD MEN</i> ? EXPERIMENTANDO FORMATOS DE REVISÃO DE LITERATURA	
Benjamin Vanderlei dos Santos Jesana Batista Pereira	
DOI 10.22533/at.ed.05019250324	
CAPÍTULO 25	277
CINEMA E (TRANS)MOVIMENTO GERACIONAL: ANCORAGEM E AFEIÇÃO NOS FILMES INFANTIS	
Rafael Iwamoto Tosi	
DOI 10.22533/at.ed.05019250325	
CAPÍTULO 26	290
CINEMA E REPRESENTAÇÃO DO SURDO: UM ESTUDO DO FILME <i>A GANGUE</i> (2014)	
Tatiane Monteiro da Cruz	
DOI 10.22533/at.ed.05019250326	
CAPÍTULO 27	305
UM CHAMADO À VIOLÊNCIA: UMA ANÁLISE DA JORNADA DO HERÓI NO FILME <i>TAXI DRIVER</i>	
Romério Novais de Jesus Débora Wagner Pinto Ray da Silva Santos	
DOI 10.22533/at.ed.05019250327	
CAPÍTULO 28	315
WALTER BENJAMIN E JEAN BAUDRILLARD EM CÓPIA FIEL, DE ABBAS Kiarostami	
Maria Paula Lucatelli	
DOI 10.22533/at.ed.05019250328	
CAPÍTULO 29	326
OS FORMATOS DE TELA E OS DESAFIOS DA IMAGEM VERTICAL	
Luis Fernando Severo	
DOI 10.22533/at.ed.05019250329	
CAPÍTULO 30	337
PENSAR DIFERENTE NA MESMA CAIXA: UMA REFLEXÃO SOBRE A PRÁTICA PEDAGÓGICA A PARTIR DA EXPERIÊNCIA DE APRENDIZAGEM SITUADA NO PROJETO TOGETHER	
Christiane Rocha e Silva Lamounier Lucas Pereira Júnior	
DOI 10.22533/at.ed.05019250330	
SOBRE A ORGANIZADORA	350

A CIDADE INSCRITA EM SEUS CORPOS: UMA ANÁLISE DO PROJETO “RIO EU TATUO”

Gabriel Chavarry Neiva

Doutor pelo PPGCOM/UERJ, é professor do departamento da Comunicação da PUC RIO – Rio de Janeiro, RJ.

Gabriel Gutierrez Mendes

Cientista Político, Doutorando no PPGCOM/ UERJ. Pesquisador do CAC/UERJ – Rio de Janeiro, RJ

RESUMO: O presente artigo se concentra em analisar “Rio eu tatu”, ramificação do projeto multimídia “Rio eu te amo”. Assim, tal empreendimento, livro fotográfico coordenado por Julia Assis, concentra-se em apresentar uma série de tatuagens inscritas em corpos jovens, fazendo referência principalmente a representações concernentes à parte mais afluyente da cidade do Rio de Janeiro, o eixo zona sul-centro. A partir de tais referências, nota-se, através das inscrições corporais ali exibidas, uma construção de discursos que apresenta tal ambiente urbano, ou melhor um recorte desta, como lócus de paixão e exaltação.

PALAVRAS-CHAVE: corpo; Rio de Janeiro; juventude; tatuagem; zona sul-centro;

ABSTRACT: This article concentrates on analyzing “Rio I Tatu”, a branch of the multimedia project “Rio I love you”. Thus, this venture, a photographic book coordinated by

Julia Assis, focuses on presenting a series of tattoos inscribed in young bodies, making reference mainly to representations concerning the most affluent part of the city of Rio de Janeiro, the south-center axis. From these references, one can notice, through the body inscriptions there displayed, a construction of discourses that presents such an urban environment, or rather a clipping of this, as a locus of passion and exaltation.

KEYWORDS: body; Rio de Janeiro; youth; tattoo; south-center zone

Nesses últimos anos, o Rio de Janeiro passou por um momento de intensa recepção dos megaeventos. Em 2013, foi sede da Jornada Mundial da Juventude (JMJ) organizada pela Igreja Católica. Já em 2014, tornou-se um espaço chave para a realização dos jogos da Copa do Mundo de futebol, tendo sido o Rio escolhido para acolher a tão esperada partida final. E, atualmente, acabou de sediar os Jogos Olímpicos e Paraolímpicos de Verão de 2016. Diante da posição do Rio de Janeiro como personagem principal desses megaeventos, é possível construir conexões causais entre as atuais produções sobre a cidade e esses eventos? É possível afirmar que esses discursos operam seus regimes de imagens e narrativas a partir da interpretação dessas

intensas mudanças? É imaginável que exista, em curso, um projeto mais complexo de cidade no qual os megaeventos cumpram certo papel?

Dentre deste percurso, as produções midiáticas possuem uma importante posição de representação em tal momento. Neste sentido, observa-se, tanto a concanetenação de filmes como “Domínio Público” e “Rio em chamas” (direção coletiva, 2013 e 2014, respectivamente) com a redação do Dossiê do Comitê Popular do Rio de Janeiro. Ambos registros apontam para uma narrativa contra hegemônica acerca dos efeitos e consequências dos megaeventos sob a cidade. Não se propõe, aqui, pensar, sob o signo do reflexo material da arte, que essas obras são fruto direto de um contexto histórico. Assim, opera-se, influenciado pela obra de Eni Orlandi (1999), uma análise discursiva centralizando os objetos como “produtores de sentido”. A autora, então, situa o analista como um observador de práticas de significação, compreendendo, de forma relacional, os deslocamentos de tal processo em movimento (ORLANDI, 1999, p.27). Desta forma, cada processo de produção de discurso destrincha motes discursivos em relação a outras narrativas.

Assim, em oposição às narrativas de natureza contra hegemônica, “Rio, eu te amo” é um produto midiático que dá continuidade à série de franquias de filmes “Cities of love”, a qual já realizou as películas “Paris, eu te amo” e “Nova York, eu te amo”. Esse projeto é capitaneado pela “Conspiração Filmes”, produtora independente fundada em 1991 e que atua de forma marcante e bem-sucedida em diversos segmentos do mercado: publicidade, cinema, TV, conteúdo de branding publicitário e filmes para mídias digitais.

A película, carro chefe do projeto, foi dividida em dez curtas-metragens, tendo como diretores: Andrucha Waddington, Carlos Saldanha, José Padilha, Fernando Meirelles, John Turturro, Vicente Amorim, Nadine Labaki, Im Sang-soo, Paolo Sorrentino, Stephan Elliott e Guillermo Arraiga. Com isso, o filme acabou se tornando um dos focos da “arquitetura do movimento”. O projeto segue à risca as atividades que a “Conspiração Filme” pretende alcançar, produzindo conteúdo também para as redes sociais, branding publicitário, mídias digitais e as chamadas “mídias tradicionais”. Conseqüentemente, a partir de 2013, um ano antes do lançamento do filme em território brasileiro (11 de setembro de 2014), as redes sociais e o marketing urbano se tornaram aspectos centrais do “movimento” Rio eu te amo. Congregou-se, assim, as ferramentas do twitter, foursquare, o blog rioeuteamo.com, instagram, youtube e a rede social Facebook para realizar a divulgação de tal empreendimento.

Esta última se tornou a ponta de lança de criação e distribuição de conteúdo com mais de um milhão e trezentas mil “curtidas”. E é principalmente a partir do Facebook que os usuários estabelecem contato com essas diversas ramificações de atuação desse movimento. Assim, além das postagens relacionado ao branding urbano realizado em prol dos seus principais patrocinadores (O Boticário, Nextel, Banco Santander), o conteúdo do movimento também girou em torno de divulgação sobre projetos que divulgassem e reiterassem uma imagem “apaixonante” da cidade.

Dentro de tal proposta, divulgou-se o “Rolê carioca”, projeto de passeio educativo por diversos bairros da cidade, liderado por dois professores do departamento de História da Universidade Estácio de Sá, Rodrigo Rainha e William Martins. Em adição a este, nota-se também a divulgação dos eventos do Quilombo Pedra de Sal, localizado na região portuária da cidade, pulsante lócus de produção cultural e disputa da cidade.

Além destes, destaca-se o projeto “Rio, eu tatuo”, objeto central desta pesquisa, divulgada na página em junho de 2014. Motivada pelo momento de evidência midiática que observa na cidade, a fotógrafa Julia Assis procurava financiadores e editoras para publicar seu registro de pessoas que tatuaram nos seus corpos “símbolos cariocas”. Destaca-se, então, o projeto “Rio, eu tatuo”, divulgada na página em junho de 2014. Motivada pelo momento de evidência midiática que observa na cidade, a fotógrafa Julia Assis procurava financiadores e editoras para publicar seu registro de pessoas que tatuaram nos seus corpos “símbolos cariocas”. Posteriormente, contemplada com uma exposição de seus registros fotográficos no Botafogo Praia Shopping, centro comercial localizado no bairro homônimo e uma bem-sucedida campanha de *crowdfunding*, De acordo com Erick Felinto (2012), *crowdfunding* pode ser definido como

“um processo em que o próprio público colabora para o financiamento de um projeto. Através de sites na internet, os produtores anunciam sua ideia (para um filme, obra de arte ou produto de qualquer espécie) e pedem ajuda financeira aos internautas, que fazem então doações com a intermediação desses sites” (FELINTO 2012: 140).

Mesmo com 50 por cento do seu objetivo, o livro foi publicado em 2016, conforme visto no site <https://www.kickante.com.br/campanhas/pre-venda-rio-eu-tatuo-garanta-o-seu>.

Na introdução do livro, segunda a idealizadora, os típicos cartões-postais da cidade como Cristo Redentor, o Pão de Açúcar, o Morro Dois Irmãos, bordões como “sou carioca”, “021 é Rio de Janeiro”, “Rio 40 Graus” e as frases popularizadas pelo Profeta Gentileza evidenciam na própria pele a paixão do carioca pela cidade. Para Assis, que também tatuou um desses “símbolos cariocas”, o livro demonstraria “como a cidade está enraizada no corpo e na alma dessas pessoas”.

Tendo em vista estas descrições, para além da utilização da análise de discurso proposta por Orlandi, mobiliza-se o método de redescrição proposta por Richard Rorty (1992). Assim, o filósofo americano se ampara no conceito de “descrição do mundo” para compreender a consolidação de interpretações e vocabulários que fazem parte do nosso repertório cotidiano. Rorty (1992) rejeita também a ideia de uma “natureza intrínseca” que poderá nos mostrar uma essência reveladora da verdade, absoluta e irrevogável. Assim, a questão não é “descobrir uma verdade”, mas sim reconhecer que o nosso universo sensível é delineado a partir da construção das nossas constantes definições.

Dessa forma, a elaboração do Rorty (1992) nos é interessante, pois o projeto “Rio, eu te tatuo”, como extensão do próprio “Rio eu te amo”, opera mais uma redescrição

imagética da cidade. Naquele contexto histórico em que se consolida uma interpretação no qual o carioca constantemente reestabelece sua “autoestima”, a ex capital do país, agora cidade olímpica, se expõe, a partir dos corpos tatuados aqui apresentados, um cenário harmonioso e digno de uma paixão avassaladora pelos seus usuários.

Neste sentido, o presente artigo não se propõe a fazer um estudo de recepção e interação entre os usuários e os produtores do conteúdo dessas páginas. Não obstante a importância e a sofisticação de estudos desta estirpe, o que se pretende aqui entender como certo imaginário é mobilizado para se compreender os elementos dessa cidade “apaixonante”, e como estes corpos tatuados acabam por mobilizar este tipo de discurso, que, como veremos, usualmente limita a cidade aos seus “cartões postais” no eixo zona sul e jargões típicos de um vocabulário “apaixonado” pela cidade”.

Para que possamos compreender o imaginário construído em “Rio, eu tatuo”, torna-se necessário problematizar a questão sobre corporalidades e tatuagem. Destarte, em um importante inventário histórico e sociológico sobre o pensamento ocidental, Richard Sennett (2006) enfatizou em “Carne e Pedra”, a importância dos espaços urbanos para a construção da noção de corporalidade. As metrópoles são arenas de disputas onde inúmeros discursos, imagens e paisagens são criados para representar diferentes visões de mundos. É interessante observar que o projeto de Júlia Assis evidencia que as tatuagens cariocas reencenam nos seus corpos paisagens de um Rio de Janeiro denominado como um “lugar de uma beleza eterna”.

Com base no vídeo disponibilizado por sua idealizadora no seu site “Rio, eu tatuo”, constata-se que os participantes do projeto prescrevem uma concepção de que suas inscrições corporais realçam uma espécie de “beleza tipicamente carioca”. Porém, as tatuagens nem sempre comportaram tal conotação. No clássico filme dirigido por Jean Vigo, *O Atalante* (1934), os desenhos no corpo do marinheiro idoso Jules são mal feitos e representativos de um grupo constantemente marginalizado na sociedade francesa. Já Pierre Clastres (2007) observa que, tanto num clássico conto de Franz Kafka, “Da Colônia Penal”, quanto no cotidiano das tribos Guaykuru e Mandan, provenientes do Chaco Paraguai, as tatuagens expressam o sofrido processo de tortura. De certa forma, esses diferentes usos das tatuagens confirmam uma sagaz observação de Clastres (2007): a inscrição das marcas no corpo são “lembranças inesquecíveis”. As sociedades tribais acreditavam que infringir a dor da marca sobre os seus jovens constituía um aspecto indispensável dos seus ritos de passagem.

A partir das últimas décadas do século XX, conforme a periodização realizada por Mary Kosut (2006), as tatuagens começam a se tornar menos estigmatizadas por sociedade ocidentais e urbanizadas. Tal processo se configura, principalmente, através de imagens de tatuagens de celebridades ligadas à música, cinema e esporte. Essa tendência também se desenhou no Brasil; respaldando-se na ressonância de uma estética jovem que passa a expressar suas experiências através dessas marcas corporais. Em tal nexo encaixa-se a proposta das fotos realizadas por Julia Assis em “Rio eu tatuo”, pois assim como no seu vídeo introdutório, há um predomínio (quase)

absoluto de corpos jovens, bronzeados, vestidos de roupas de banho e com torsos expostos. Mesmo utilizando a estratégia de velar os rostos dos tatuados, esta tendência acaba por sobressair no seu trabalho.

Em fins dos anos 90, Massimo Canevacci (2005) já associava a prática das tatuagens a uma efervescente cultura jovem. Este procedimento resultava principalmente na forma de diferenciação dos corpos em tempos de reinvenção e fragmentação identitária. Dessa forma, as tatuagens configuravam-se como “mercadorias-comunicação” (CANEVACCI, 2005, p. 65), em que o autoconsumo das marcas imagéticas ajudam a transformar a experiência da fruição do jovem urbano na cidade.

Canevacci (2005) descreveu, talvez norteado pela sua própria experiência, os tatuados como personagens distantes dos valores culturais predominantes, ou como o autor descreve, fora do chamado “*mainstream*”. Tal assertiva não encontra ressonância nos conjuntos reunidos e fotografados em “Rio eu tatuo”. Em contrapartida, aproximase do conceito, com leve sabor durkheimiano, arrolado por David Le Breton (2009), do corpo tatuado como uma “afirmação coletiva de identidade” (LE BRETON, 2009, p.145). Assim, como o antropólogo francês discorreu, é necessário compreender o corpo como uma construção simbólica.

Em consonância com tal postulado, ao realizar uma pesquisa sobre os estudos de tatuagens na cidade do Rio de Janeiro no começo dos anos 200, Maria Isabel Mendes de Almeida (2006), aponta para estas marcas corporais como uma espécie de “estetização de si”, produzindo uma codificação sobre seu existir no mundo. Tal processo não se dá de forma “racional”, mas principalmente expressa, através de “variadas simbolizações” (MENDES DE ALMEIDA, 2006, p.154), modos de ser de consumo dos grupos jovens que circundavam aqueles espaços.

As tatuagens acabam por refletir uma lógica de consumo corporal, cuja referência é comumente a tradução de uma experiência urbana. Isto posto, conforme Maria Angela Pavan & Eneus Trindade (2007) apontaram, tais marcas identitárias expressam uma espécie de “pertencimento afetivo”, nas quais certas referências, como no presente caso símbolos ligados à cidade do Rio de Janeiro, tornam-se centrais para a vida cotidiana de jovens citadinos.

O pertencimento afetivo que as tatuagens em “Rio eu tatuo” engendram são impulsionadas por uma modalidade de consumo das imagens sobre um Rio de Janeiro específico. Desde a sua introdução em que a autora diz que “em todo lugar em que olha, há alguém demonstrando amor pelo Rio de Janeiro” (ASSIS, 2016, p.3), observa-se tradução de uma espécie de “ethos” da “cidade apaixonante”, marcando sobre os corpos ali reunidos as paisagens usualmente selecionadas pelo imaginário do “cartão-postal”. Nesse sentido, a obra de Júlia Assis conecta-se com o projeto “Rio, eu te amo” que, como já referenciado, ajudou a divulgar sua empreitada. Dessa forma, a redescritção de uma “paixão pelo Rio” também se configura como uma ramificação do projeto da “cidade mercadoria”, pois as paisagens visualizadas usualmente ajudam

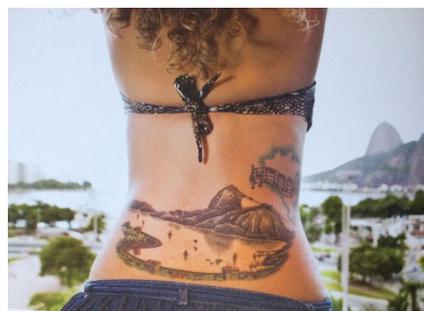
a “vender” o sítio urbano como potenciais sítios turísticos.

Assim como os outros exemplos citados, o projeto de Assis opera um recorte espacial urbano restrito. Em “Rio eu tatuo”, tal lógica se apresenta não apenas nas tatuagens, mas também na realização das fotos. Nesse sentido, chama atenção a escolha das paisagens em que as tatuagens foram registradas. Em consonância com as marcas tatuadas, os cenários escolhidos apresentam como principal vértice o eixo espacial Zona Sul-Centro. Dessa forma, observa-se no primeiro pólo grande parte das fotos realizadas em lugares como a Praia de Ipanema, Praia de Copacabana, Enseada de Botafogo, Aterro do Flamengo, Lagoa Rodrigo de Freitas, Estrada Mundo Novo (Botafogo), Calçadão de Ipanema e de Copacabana. Já na região central, as paisagens concentram-se em registros na região do Arco do Lapa, Corcovado e nos trilhos do Bonde de Santa Teresa. Fora de tal contorno, encontra-se apenas duas fotos clicadas na região da Floresta da Tijuca. Não por acaso, o recorte Zona Sul-Centro também é predominante nas tatuagens visualizadas, apresentando como únicas exceções, para além de desenhos da própria Floresta da Tijuca, algumas representações imagéticas do desenho arquitetônico do Estádio do Maracanã, situado na Zona Norte da cidade.

Em “Rio eu tatuo”, tal lógica se apresenta não apenas nas tatuagens, mas também na realização das fotos. Nesse sentido, chama atenção a escolha das paisagens em que as tatuagens foram registradas. Em consonância com as marcas tatuadas, os cenários escolhidos apresentam como principal vértice o eixo espacial Zona Sul-Centro. Dessa forma, observa-se no primeiro pólo grande parte das fotos realizadas em lugares como a Praia de Ipanema, Praia de Copacabana, Enseada de Botafogo, Aterro do Flamengo, Lagoa Rodrigo de Freitas, Estrada Mundo Novo (Botafogo), Calçadão de Ipanema e de Copacabana. Já na região central, as paisagens concentram-se em registros na região do Arco do Lapa, Corcovado e nos trilhos do Bonde de Santa Teresa. Fora de tal contorno, encontra-se apenas duas fotos clicadas na região da Floresta da Tijuca. Não por acaso, o recorte Zona Sul-Centro também é predominante nas tatuagens visualizadas, apresentando como únicas exceções, para além de desenhos da própria Floresta da Tijuca, algumas representações imagéticas do desenho arquitetônico do Estádio do Maracanã, situado na Zona Norte da cidade.



Anexo 1



Anexo 2



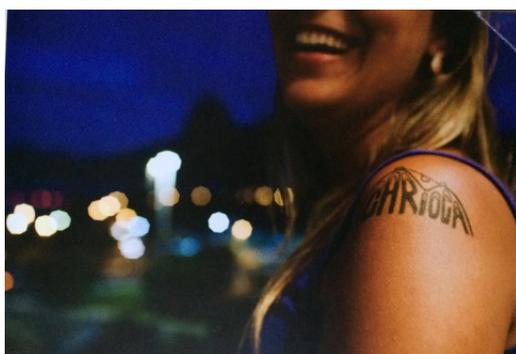
Anexo 3

Dentre as tatuagens registradas em “Rio eu tatuou”, destaca-se primeiramente as inserções fazendo referência nominal ao Rio de Janeiro e suas consequentes identificações. Três modelos fotográficos inscreveram o nome da cidade em seus corpos. Dentre estes, encontra-se um rapaz, com rosto não identificado em consonância com o paradigma estético adotada pela autora, que cobriu suas costas com o título “Rio de Janeiro”. Um antebraço com os dizeres tatuados “Rio de Janeiro, 1988” também compõe tal grupo. Diferentemente dos outros dois, é conflagrada uma sutura simbólica entre o pertencimento afetivo da cidade cravada no corpo e o nascimento biológico do sujeito tatuado.

Em relação ainda ao grupo de tatuagens com alusão nominal ao Rio de Janeiro, nota-se também um grupo que se utiliza de slogans para compor seus registros. A simples expressão “Rio” aparece inscrita no antebraço de um dos participantes. Há também os números “(55) (21)” relacionados ao código telefônico utilizado na cidade. Outro modelo registra o dizer “Deus abençoe o Rio de Janeiro” em seus bíceps. Curiosamente, a mesma frase, em versão inglesa, “*God Bless Rio de Janeiro*” adorna o corpo de outra participante. “*Made in Rio*”, outra expressão anglofona, aparece inscrita na foto de duas modelos clicadas juntas. De certa forma, tais marcas se tornam homólogas ao projeto de mercantilização neoliberal da cidade, almejando tornar sua imagem objeto de consumo internacional.

Há também referências à descrição de quem é nascido na cidade do Rio de Janeiro. Dessa forma, a expressão “carioca”, a mais recorrente entre tais possibilidades, aparece de forma recorrente entre as inscrições tatuadas. Em dois modelos, observa-se apenas o próprio termo. Nota-se, também, a tatuagem “garota carioca”, em uma foto

cuja paisagem de fundo apresenta a Enseada de Botafogo e o Morro Pão de Açúcar. A expressão “orgulho de ser carioca” também aparece em um registro na Praia de Ipanema. Já em três outros exemplos, a expressão “sou carioca” é incrustada no corpo de três outros personagens. Com as paisagens da Praia de Ipanema e da Pedra da Gávea ao fundo de tais fotos, respectivamente, essas tatuagens remetem à afirmação de um pertencimento afetivo desses jovens urbanos, conectando suas experiências ao imaginário da “cidade apaixonante”, objeto de paixão entre os tatuados fotografados.



Anexo 4



Anexo 5

Em consonância com esses relatos, nota-se também um registro fotográfico em que duas mulheres revelam, na região do cóccix, uma inscrição em comum: a frase “ela é carioca”. Mais uma vez, a tatuagem descortina ao ethos que desvela a recorrente narrativa em “Rio eu tatuo”: não só a afirmação de certos símbolos, mas também de todo um imaginário sobre a cidade do Rio de Janeiro. Além disso, “Ela é carioca” remete também a uma canção homônima, composta por Tom Jobim e Vinicius de Moraes. Não por acaso, a referência à Bossa Nova, ritmo associado a esta canção, voltará a ser mencionada nas tatuagens registradas.

As duas inscrições de “Ela é carioca” são acompanhadas pelo desenho de paisagens recorrentes no projeto: o monumento do Cristo Redentor e o Morro do Pão de Açúcar, respectivamente. Para além deste registro, observa-se em “Rio eu tatuo” diversas tatuagens que fazem alusões a estes dois lugares. Fazem parte, então, de uma modalidade de inscrições que ocupam larga parte do projeto: os cartões-postais situados na região da Zona Sul. Assim, para além destes, encontra-se recorrentemente também o Calçadão de Ipanema e Copacabana, a topografia dos morros da cidade (estendido para outras referências à Enseada de Botafogo, a Pedra da Gávea, o Morro Dois Irmãos) e, em um único registro, os coqueiros do Jardim Botânico.

As referências aos elementos da natureza reaparecem algumas vezes em “Rio

eu tatuado”. Para além dos coqueiros, há inscrições que apresentam desenhos de ondas marítimas, areia e nuvens brancas. O que se observa também que, em dois casos, tais elementos se agrupam numa mesma tatuagem. Constrói-se, então, um tropo metonímico (Rio-Brasil) em que a representação do mapa do Brasil, cujo conteúdo interno remete ao imaginário insular dos cartões-postais: praia, calçadão de Ipanema, desenhos dos morros e os já citados coqueiros.

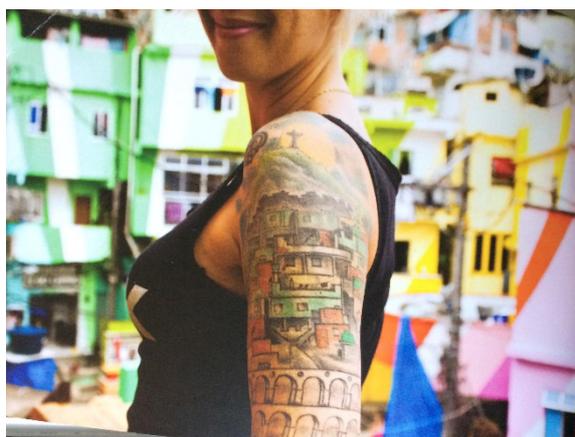
Em contrapartida, o ímpeto “notívago” da região central da Lapa e Santa Teresa opera num polo dicotômico às representações ensolaradas das paisagens da Zona Sul. Tal artifício se opera primeiramente na feitura das fotos, pois, em sua maioria, estas são registradas em preto ou branco ou mesmo durante a própria noite. Além do recorrente desenho dos Arcos da Lapa, presente também em registros fora da região central, nota-se também tatuagens do Bonde de Santa Teresa, em alguns cliques tantos dos trilhos quanto da garagem armazenadora dos carros. Isto posto, há espaços para imagens do “skyline” dos prédios de Santa Teresa como representativo da experiência da arquiteta Frances no bairro em que habita (ASSIS, 2017, p.28). De certa forma, essa tatuagem se esquivava dos estereótipos dos cartões-postais da Zona Sul e da verve boêmia noturna, expressando simplesmente uma paisagem tipicamente urbana, próxima da representação de outras metrópoles.

Em contrapartida ao recorrente eixo de cartões-postais Zona Sul-Centro, o “Rio eu tatuado” adiciona a representação da favela como uma paisagem presente nos corpos tatuados. Por um lado, a favela faz parte do imaginário sobre o Rio de Janeiro desde, pelo menos, a década de 1930. Porém, vale lembrar que tais interpretações usualmente construíam tal lócus como um ambiente de violência, desigualdade social e miséria social (no cinema, tal representação se desenha desde o perdido “Samba dos meus amores”) (HUMBERTO MAURO, 1935). Porém, ao mesmo tempo que esses discursos (quase) hegemônicos no senso comum cresceram desde então, evidenciava-se a contestação de tais estereótipos. Tal processo ocorre por duas razões paralelas. Há um decurso de longo prazo de fortalecimento de organizações não governamentais, militância e principalmente de grupos culturais que tecem, de maneira heterogênea, um debate sobre o direito do morador de favela como cidadão e sujeito do Rio de Janeiro, evidenciando a inevitabilidade de pensar a cidade sem o simbolismo dessas comunidades. Por outro lado, configurou-se, também, a descoberta da favela como ramificação do projeto da “cidade olímpica”, descortinando um possível espaço de novos consumidores e de paisagens a serem consumidas. Não por acaso, o projeto de pacificação das favelas mirou, em primeira instância, nas favelas localizadas no eixo Zona Sul-Centro.

Inserido neste contexto histórico, o “Rio eu tatuado” insere a favela como parte do seu imaginário de “cidade apaixonante”. A paisagem escolhida e as tatuagens incluídas no projeto fazem referência às casas coloridas do Morro do Vidigal, localizado entre os bairros nobres do Leblon e São Conrado e com vista privilegiada para o Morro Dois Irmãos. Diante da confirmação do projeto urbanístico internacional e da implantação

da sua UPP em 2012, consagra-se tal espaço como parte do repertório das paisagens cariocas de “cartão-postal”, posicionando-o como uma “favela chique” e consequente sob um avanço avassalador de suas atividades turísticas, conforme visto em Fortunato & Miranda (2016).

Não por acaso, conforme observado na próxima seção, esse mesmo lugar também estará presente na película “Rio, eu te amo”. Por outro lado, o projeto de Julia Assis acaba desdobrando um enquadramento similar à predominância espacial da simbologia da Zona Sul do seu projeto. Dentre as 763 favelas na cidade, segundo o último censo do IBGE de 2010, o recorte aqui operado é ínfimo diante da diversidade de experiências de vivências nas favelas do Rio de Janeiro.



Anexo 6

As referências ao campo musical também fazem parte do repertório de tatuagens visualizadas. De forma predominante, nota-se uma série de referências às representações ligadas ao ritmo do samba. Dessa forma, a figura do “Zé Pelintra”, figura ilustrativa tanto da “malandragem” e da boemia carioca quanto das conexões com a cosmologia religiosa do Candomblé e da Umbanda, aparece em alguns modelos fotográficos. Muitas vezes, esse personagem recebe a companhia do desenho dos Arcos da Lapa, espaço histórico, anfitrião de narrativas ligadas a essa mitologia urbana. Além disso, observa-se também algumas menções em torno da simbologia do carnaval das escolas de samba; a figura da passista, porta-bandeira e mestre-sala aparece em quatro modelos fotográficos. Chama atenção, também, a presença em três outras tatuagens do desenho do Arco do Sambódromo, monumento chave para a Avenida Marquês de Sapucaí, localizado no bairro do Santo Cristo, zona central da cidade, onde os desfiles são realizados desde a sua inauguração no ano de 1984.

Trechos de letra de música também aparecem inscritos no corpo de alguns participantes. “Meu conselho é te fazer feliz”, refrão do samba “Conselho” (Adilson Bispo/Zé Roberto), tornada célebre pelas interpretações de Almir Guineto e Jorge Aragão destaca-se como concernente ao espírito da “cidade apaixonante”. O excerto “O bom samba é uma forma de oração da canção “Samba da Benção” (Vinicius de

Moraes/Baden Powell) é fruto da parceria “afrosamba” entre esses dois compositores, salientando a intersecção musical entre a bossa nova e o samba presente no imaginário musical representado no projeto. Por extensão, a trilha sonora e cenário rítmico de “Rio, eu te amo” também é composta, na sua grande maioria, por canções desses mesmos gêneros musicais, tendo a bossa nova como seu carro-chefe.

Para além do “afrosamba” acima e a já mencionada “Ela é carioca”, outras referências ao imaginário da bossa nova se apresentam em “Rio eu tatuo”. A tatuagem “Que não seja infinito enquanto dure” ressignifica um verso do poema/canção “Soneto da felicidade”, de Vinicius de Moraes. Acompanhada do desenho do Morro e bondinho do Pão de Açúcar, a frase “Minha alma canta”, frase de abertura de “Samba do avião” (Tom Jobim) aparece inscrita nas costas de uma das personagens do projeto, Thata Siqueira. Essa foto foi realizada na porta da ex residência de Tom Jobim, na rua Nascimento Silva, localizada no bairro de Ipanema, tendo sido também citado por Vinicius de Moraes na canção “Cartão ao Tom”.

A história de tatuagem de Thata Siqueira, que decidiu registrar seu amor e saudade pelo Rio de Janeiro e pela obra de Tom Jobim (ASSIS, 2016, p.34), faz parte de uma série de entrevistas reunidas no projeto. Em consonância com o relato da moradora de Campos de Goytacazes, cidade localizada no norte do Estado do Rio de Janeiro, observa-se aqui uma narrativa recorrente sobre sujeitos não naturalizados na cidade que acabam se encantando pela cidade. Dentre este grupo, há também o instrutor de voo livre, Delton Leuri, natural de Duque de Caxias, parte da região metropolitana da cidade, tatuou a mata da Floresta de Tijuca em agradecimento à sua topografia. Já a paulista Letícia Labnati, ao completar dez anos de moradia no Rio fez um desenho do Pão de Açúcar e de uma porta-bandeira de escola de samba. A portuguesa Joana Ferreira, por sua vez, se apaixonou pelo Rio e inscreveu o desenho do Calçadão de Ipanema na região dos seus pés (ASSIS, 2016, p.22 e 28).



Anexo 7



Anexo 8

Nas entrevistas de “Rio eu tatuo”, encontram-se também narrativas de moradores que deixam a cidade e decidem registrar sua paixão em forma de tatuagem. A partida de Andrea para a Austrália mobilizou suas amigas Antonia Canto e Dani Cantagalli para registrarem os pontos turísticos do Cristo Redentor, Pão de Açúcar e Pedra da Gávea (ASSIS, 2016, p.31). Já o grupo formado por Fernanda Reis, Angela Pereira, Ticiania

Campana e Gabriela Small, mobilizado pela partida da última para Miami, decidiu “celebrar 30 anos de amizade intensa e verdadeira entre Leblon e Ipanema” (ASSIS, 2016, p.38) tatuando o desenho do Morro Dois Irmãos nos seus respectivos braços. Tais lógicas narrativas estereotipadas reaparecem em “Rio, eu te amo”: forasteiros que se apaixonam pela cidade e moradores ufanistas dos seus pontos turísticos fazem parte dos personagens desenvolvidos pela película.

Em seu relato, Ana Luisa Mansour conta que, ao dialogar com um catador de lata na saída de um teatro na região da Lapa, este lhe disse que “a humildade te eleva ao estado mais elegante”. Fotografada durante a noite, em consonância com a correlação Noite-Lapa, Mansour também exibe uma inscrição “(55) (21) *Since* Rio de Janeiro 1989”, fazendo menção ao código telefônico da cidade, o nome da própria e sua data de nascimento.

No mesmo relato de Mansour, ao rememorar sobre o encontro com o catador de lata, ela diz que “aprender a sair da Vieira Souto para a Lapa, para o Viaduto de Madureira, isso é o que o Rio de Janeiro tem de mais especial” (ASSIS 2016: 18). Não obstante alguma regulação da legitimidade da fala da entrevistada, tal trajeto não é transcrito nas tatuagens retratadas em “Rio eu tatuo”, pois tal espacialidade dá conta principalmente do eixo Zona Sul-Centro. Conforme já mencionado, as únicas exceções fazem referências ao Estádio do Maracanã e Floresta da Tijuca. O próprio Viaduto de Madureira e outras representações da Zona Norte e mesmo da Zona Oeste não se configuram como paisagens a serem consumidas pelas tatuagens dos jovens urbanos neste projeto e, conseqüentemente, não são parte das experiências afetivas sobre a urbe em que habitam. Não por acaso, observa-se que o recorte espacial é menos abrangente, mas consonante com as paisagens de estereótipos da cidade apaixonante de cartão-postal abordados por registros “otimistas” como o próprio “Rio eu te amo”.

REFERÊNCIAS

ASSIS, Julia. **Rio, eu tatuo**. Rio de Janeiro: Andrea Jakobsson Estúdio, 2016.

CANEVACCI, Massimo. “Mercadorias tatuadas”, in: **Culturas extremas: mutações juvenis nos corpos das metrópoles**. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

CLASTRES, Pierre. “Da tortura nas sociedades primitivas”. In: **A sociedade contra o estado**. Rio de Janeiro: Editora Francisco Alves, 1990.

FELINTO, Erick. “Crowdfunding: entre as multidões e corporações”, in: **Comunicação, Mídia e Consumo**, v. 9, n. 26. São Paulo: ESPM, 2012.

FORTUNATO, Rafael & MIRANDA, Irma. O turismo sobe o Vidigal: uma análise exploratória, in: **Turismo & Sociedade**: v. 9, n. 2. Curitiba: 2016.

GOMES, Paulo Emílio Salles. “L´ Atalante” in: **Jean Vigo**. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 1984.

KOSUT, Mary. "An ironic fad: the commodification and consumption of tattoos", in: **The Journal of Popular Culture**, n. 39, v. 6, 2006.

LEBRETON, David. **Antropologia do corpo e modernidade**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2009.

MENDES DE ALMEIDA, Maria Isabel. "Nada além da epiderme: a performance romântica da tatuagem", in: BARBOSA, Livia & CAMPBELL, Colin (org). **Cultura, consumo de identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

NEIVA, Gabriel C. "A paixão de uma cidade: Compreendendo as ramificações midiáticas do projeto "Rio, eu te amo", in: **XXXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Foz do Iguaçu: Intercom, 2014.

ORLANDI, Eni P. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. Campinas: Pontes, 1999.

PAVAN, Maria Angela & TRINDADE, Eneus. "Memória de pele e histórias de consumo: marcas e produtos tatuados no corpo", in: **33º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Niterói: Intercom, 2008.

RORTY, Richard. **Contingência, ironia e solidariedade**. Lisboa, Editorial Presença, 1992.

Agência Brasileira do ISBN

ISBN 978-85-7247-205-0



9 788572 472050