



COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO
LACES E DESENLACES

VOL. II

 **Atena** Editora

2018

Atena Editora

Comunicação e Educação
Laces e Desenlaces
Vol. II

2018

2018 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Edição de Arte e Capa: Geraldo Alves

Revisão: Os autores

Conselho Editorial

- Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Estadual 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
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
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
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
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
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

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

C741 Comunicação e educação [recurso eletrônico]: laces e desenlaces 2 /
Organização Atena Editora. – Ponta Grossa (PR): Atena Editora,
2018.
389 p. : 27.326 kbytes – (Comunicação e Educação; v. 2)

Formato: PDF
Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader
Modo de acesso: World Wide Web
Inclui bibliografia
ISBN 978-85-93243-92-9
DOI 10.22533/at.ed.929181605

1. Comunicação. 2. Comunicação na educação. 3. Educação.
I. Título. II. Série.

CDD 370.14

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

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

2018

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

E-mail: contato@atenaeditora.com.br

Sumário

CAPÍTULO 1 CINEMA MÍDIA: POTENCIALIDADES DO TRAILER INTERATIVO	8
<i>Giovana dos Passos Colling</i>	
CAPÍTULO 2 CONSIDERAÇÕES SOBRE A ALFABETIZAÇÃO AUDIOVISUAL E AS COMPETÊNCIAS MIDIÁTICAS NOS CINEMAS DOS PRIMÓRDIOS E DA VANGUARDA RUSSA REVOLUCIONÁRIA	18
<i>Erika Savernini</i>	
CAPÍTULO 3 ESTADO E POLÍTICA NA RETOMADA DA PRODUÇÃO CINEMATOGRAFICA EM PERNAMBUCO	33
<i>Leonardo Seabra PUGLIA</i>	
CAPÍTULO 4 NEM SEMPRE O BONITO É BOM E O FEIO É MAU: UMA ANÁLISE DA CARACTERIZAÇÃO DOS PERSONAGENS DO FILME FREAKS DE 1932	46
<i>Ivon Mendes de Barros</i>	
CAPÍTULO 5 O PROCESSO DE PRODUÇÃO DO FILME CIDADE DE DEUS COMO UMA EXPERIÊNCIA DE COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA.....	62
<i>Rozinaldo Antonio Miani</i>	
CAPÍTULO 6 A FORMAÇÃO DE LEITORES-CONSUMIDORES CRÍTICOS NAS ESCOLAS: 10 ANOS DE PESQUISAS SOBRE LETRAMENTO EM MARKETING.....	75
<i>Jônio Machado Bethônico</i>	
CAPÍTULO 7 BACK TO THE BASICS: O LETRAMENTO UNIVERSITÁRIO COMO ESTRATÉGIA INSTRUTIVA PARA A RESSIGNIFICAÇÃO DA PRÁTICA PEDAGÓGICA NO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL.....	89
<i>Luís Carlos Bittencourt</i>	
<i>Ediana Abreu Avelar</i>	
CAPÍTULO 8 FUTEBOL-ARTE: A PAIXÃO PELO ESPORTE COMO ESTRATÉGIA PUBLICITÁRIA.....	100
<i>Beatriz Braga Bezerra</i>	
<i>Marcella Rodrigues da Silva</i>	
CAPÍTULO 9 NARRATIVAS PUBLICITÁRIAS INTERTEXTUAIS: COMPREENDENDO O DIALOGISMO NA PUBLICIDADE	113
<i>Leonardo Mozdzenski</i>	
CAPÍTULO 10 PUBLICIDADE INFANTIL: NOTAS SOBRE A LEGISLAÇÃO VIGENTE NO BRASIL	128
<i>Manoela Pagotto Martins Nodari</i>	
<i>Priscilla de Oliveira Martins-Silva</i>	

CAPÍTULO 11 A COMPLEXIDADE DA FELICIDADE NA EDUCAÇÃO	142
<i>Cristiele Magalhães Ribeiro</i>	
CAPÍTULO 12 A RELEVÂNCIA DA CONECTIVIDADE NA PROMOÇÃO DA CIDADANIA: O EMPODERAMENTO NA SOCIEDADE DO CONHECIMENTO	155
<i>Beatrice BONAMI</i>	
<i>André Dala POSSA</i>	
CAPÍTULO 13 ALÔ AXÉ! SABERES DO CANDOMBLÉ NAS ONDAS DO RÁDIO: O LUGAR DA EDUCOMUNICAÇÃO POSSÍVEL.....	172
<i>Elis Rejane Santana da Silva</i>	
<i>Eliã Siméia Martins dos Santos Amorim</i>	
<i>Aurilene Rodrigues Lima</i>	
CAPÍTULO 14 BELEZA, SAÚDE E O MEDO DE ENVELHECER: REPRESENTAÇÕES FEMININAS DOS ANOS 1960	182
<i>Ivania Skura</i>	
<i>Cristina Satiê de Oliveira Pátaro</i>	
<i>Frank Antonio Mezzomo</i>	
CAPÍTULO 15 CADERNOS DE PROCESSO COMO FERRAMENTA NO ENSINO DE CERÂMICA E ESCULTURA: UM ESTUDO DAS RELAÇÕES COMUNICATIVAS.....	194
<i>Valter Frank de Mesquita Lopes</i>	
<i>Orlane Pereira Freires</i>	
<i>Francine Rebello Pereira</i>	
CAPÍTULO 16 COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO: O ALGORITMO DOS OUTROS SOMOS NÓS	208
<i>Sonia Regina Soares da Cunha</i>	
CAPÍTULO 17 COMUNICAÇÃO E TECNOLOGIA A SERVIÇO DE UMA WEB RÁDIO UNIVERSITÁRIA	227
<i>Daniela Pereira Bochembuzo</i>	
<i>Juliana Costa Neves</i>	
CAPÍTULO 18 COMUNICAÇÃO PÚBLICA NAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO: DEBATE E PARTICIPAÇÃO POLÍTICA NA FORMAÇÃO PARA A CIDADANIA.....	240
<i>Maria José da Costa Oliveira</i>	
<i>Heloiza Matos e Nobre</i>	
CAPÍTULO 19 CONSUMO E AMERICANIZAÇÃO: ASPECTOS CULTURAIS NA ABERTURA DE OS SIMPSONS	253
<i>Guilherme Hilgenstieler Faria</i>	
<i>Letícia Corona Fazolari</i>	
<i>Nathalia Akemi Lara Haida</i>	

CAPÍTULO 20 DISTINTAS JUVENTUDES ‘NEGOCIAM’ SUAS FLUÍDAS IDENTIDADES EM UM UNIVERSO MIDIÁTICO	268
<i>Rosana Alves de Oliveira</i>	
CAPÍTULO 21 É BEM CAPAZ! A WEBSÉRIE COMO UM REGISTRO CONTEMPORÂNEO DAS LENDAS AMAZÔNICAS.....	277
<i>Daniele Teixeira Gonzaga</i>	
CAPÍTULO 22 ECOPROPAGANDA: CLASSIFICAÇÕES E DEFINIÇÕES DA PROPAGANDA SUSTENTÁVEL – ESTUDO DE CASO DO VÍDEO AMAZÔNIA (2014) DA EMPRESA NATURA	293
<i>Ana Paula Silva Câmara</i>	
CAPÍTULO 23 EXPERIÊNCIA ESTÉTICA NO COTIDIANO: UMA ANÁLISE DO CURTA-METRAGEM STAR CROSS’D A PARTIR DA PERSPECTIVA DAS PEQUENAS CRISES E DA FRATURA GREIMASIANA.....	307
<i>Giovana Montes Celinski</i>	
CAPÍTULO 24 HÁBITOS DE CONSUMO DE MÍDIA NO MUNICÍPIO DE TAUBATÉ – SP ...	321
<i>Monica Franchi Carniello</i>	
<i>Alan Kevin Grandine Santos da Silva</i>	
<i>Moacir José dos Santos</i>	
CAPÍTULO 25 JOVEM UNIVERSITÁRIO DA UFAC E O SEU PERFIL DIGITAL	336
<i>Aleta Tereza Dreves</i>	
CAPÍTULO 26 NATUREZA SELVAGEM E O EXISTENCIALISMO NO AUDIOVISUAL: UM ESTUDO A PARTIR DE ALBERT CAMUS E VILÉM FLUSSER.....	350
<i>Marina Pires Savioli</i>	
<i>Nádia Maria Lebedev Martinez Moreira</i>	
CAPÍTULO 27 NETNOGRAFIA E SUAS CAPACIDADES METODOLÓGICAS	361
<i>Carlos Henrique Vale de Paiva</i>	
<i>Diogo Duarte Rodrigues</i>	
CAPÍTULO 28 UMA ANÁLISE INTERNACIONAL DA PERSPECTIVA DAS MULHERES SOBRE OS CONTEÚDOS NOTICIOSOS.....	371
<i>Daniele Savietto Filippini</i>	
SOBRE OS AUTORES	385

CAPÍTULO 3

ESTADO E POLÍTICA NA RETOMADA DA PRODUÇÃO CINEMATOGRAFICA EM PERNAMBUCO

Leonardo Seabra PUGLIA RESUMO: O objetivo deste artigo é, através da reconstrução da evolução da legislação de fomento à prática cinematográfica nas últimas décadas tanto na esfera nacional quanto regional, analisar o papel desempenhado pelo poder público e pela mobilização política dos profissionais da categoria no processo de retomada da produção que transformou o estado de Pernambuco em um dos principais polos do cinema nacional.

PALAVRAS-CHAVE: cinema; estado; financiamento; pernambuco; cinema pernambucano.

ABSTRACT: This paper's main goal is to retrace the evolution of Brazilian cinema financing legislation in an effort to discuss the role played by the State and by the organization of the movie industry workers in the process that made the state of Pernambuco one of the Brazilian major movie producers.

PALAVRAS-CHAVE: cinema; state; financing; pernambuco; brazilian cinema

Introdução

Pernambuco se destaca hoje como um dos principais polos cinematográficos do Brasil, reconhecido internacionalmente como ponto renovador da produção nacional, sendo exemplo recente nesse sentido a recepção calorosa de *Aquarius* (2016) na 69ª edição Festival de Cannes, ainda que a Palma de Ouro não tenha ficado com o segundo longa da carreira de Kleber Mendonça Filho. Somente o trabalho anterior do diretor pernambucano, *O Som ao Redor* (2012), havia acumulado 31 prêmios em festivais pelo mundo, seguindo o mesmo caminho trilhado por sucessos como *Febre do Rato* (2011), de Cláudio Assis, e *Tatuagem* (2013), de Hilton Lacerda, entre outros.

O estado tem figurado regularmente, como aconteceu em 2011 e 2013, como terceiro maior produtor do país em termos quantitativos, ficando atrás apenas do Rio de Janeiro e de São Paulo. E isso num cenário bastante desfavorável do ponto de vista político-econômico, onde os grandes estúdios norte-americanos – Fox, Warner, Sony, Paramount, Universal e Disney – controlam 68% das bilheteiras brasileiras, e a reduzida parcela que sobra à produção nacional fica nas mãos da Globo Filmes. Todas as 20 maiores bilheteiras do cinema brasileiro desde o ano 2000 estão ligadas à empresa dos irmãos Marinho (Ancine, 2014).

Mas como um estado periférico como Pernambuco, com apenas o 10º maior PIB da Federação (IBGE), alcançou tal posição de destaque, deixando para trás regiões com condições econômicas, sociais e políticas mais favoráveis? Entre os diversos fatores que podem ajudar a compreender o fenômeno, certamente um dos mais relevantes foi o papel desempenhado pelo Estado – tanto em âmbito federal, estadual, quanto municipal – no fomento à produção cinematográfica, uma atividade cultural especialmente complexa e custosa, controlada no mercado brasileiro por agentes hegemônicos norte-americanos e, em menor escala, pelas Organizações Globo.

O objetivo desse artigo é justamente analisar o papel desempenhado pelo poder público no movimento de retomada da produção nos anos 1990, que encontra suas origens na década anterior e que levou Pernambuco à posição de destaque no cinema nacional contemporâneo, sem deixar de chamar atenção para o caráter político desse processo, impulsionado de maneira significativa pela mobilização e organização dos profissionais da categoria.

Carta de Olinda

Em meio aos últimos suspiros do ciclo de cinema em Super 8, um jovem cineasta chamado Paulo Caldas foi rapidamente conquistando espaço no meio cinematográfico pernambucano e decidiu, após rodar dois curtas-metragens, usar

sua juventude para revitalizar a principal entidade de classe do estado, a combalida ABD/APECI - Associação Brasileira de Documentaristas/Associação Pernambucana de Cineastas -, em parceria com o carioca radicado em Pernambuco Cláudio Barroso.

Barroso foi eleito presidente, com Paulo Caldas como vice, e os dois passaram se reunir em sala cedida pela Fundação Joaquim Nabuco, para pensar formas de enfrentar o esvaziamento da entidade e atrair novos associados. A grande tacada, contudo, veio em 1983, quando a dupla propôs, durante encontro nacional da Associação Brasileira de Documentaristas no Festival de Brasília, que o evento passasse a ser itinerante, sugerindo Olinda como sede do ano seguinte. Proposta aceita, os filiados da ABD/APECI se mobilizaram para organizar o evento, conquistando apoio de órgãos públicos como a Secretaria de Esporte, Cultura e Turismo, a Fundarpe (também ligada ao governo do estado), a Fundaj, a Embrafilme e o Centro de Preservação dos Sítios Históricos de Olinda.

Do dia 24 a 27 de maio, os cerca de 20 membros do Conselho Nacional da ABD se reuniram em Olinda, nos intervalos entre palestras, oficinas e exibições de filmes pernambucanos, para debater questões relativas ao cinema brasileiro diante de representantes da Embrafilme e do Concine, órgãos do governo federal criados pelo regime militar para gerir as políticas públicas para o setor. Delegados dos estados do Ceará, Pará, Minas Gerais, Alagoas e Paraná se uniram aos anfitriões pernambucanos em torno de uma demanda: a descentralização dos recursos da Embrafilme. Segundo Cláudio Barroso, o Rio de Janeiro ficava, sozinho, com pouco mais da metade dos investimentos, enquanto São Paulo recebia cerca de 40%, sobrando algo em torno de 3% para todos os outros estados da Federação (Nogueira, 2014, p. 130).

Após três dias de negociações, foi aprovada a instituição de cotas na divisão da verba da área cultural da Embrafilme. O Rio receberia 33% dos recursos, mesmo percentual destinado a São Paulo, sobrando 34% para o restante do país. Alguns cineastas pernambucanos acharam pouco e quase saíram no tapa durante as discussões, chegando, inclusive, a ameaçar a diretoria da ABD/APECI. Não conseguiam enxergar que, diante das circunstâncias, a nova divisão, registrada no documento Carta de Olinda, representaria um verdadeiro marco no processo de democratização da produção cinematográfica no país. É o que explica Paulo Caldas:

“Uma luta nascida em Olinda, neste encontro das ABDs, e que gerou o cinema pernambucano contemporâneo. Porque a partir desta reserva de mercado para o resto do país, é que Claudão conseguiu fazer os primeiros curtas, Lírio conseguiu fazer os primeiros curtas, eu consegui fazer os meus primeiros curtas profissionais. Eu e Barroso éramos delegados da ABD aqui em Pernambuco e fomos ameaçados por pessoas do cinema pernambucano, julgando que a gente não estava conquistando nada. Mas na verdade era muito que a gente estava conquistando, porque as pessoas achavam que tinha que ser outras cotas, mas era impossível naquele momento,

qualquer coisa até parecida com isso. Foi feito um acordo com Rio e São Paulo para permitir que isso passasse dentro do conselho. E isso gerou realmente recursos que não só Pernambuco, mas outros Estados do Brasil também nessa mesma levada conseguiram melhorar e criar gerações de cinema” (Nogueira, 2014, p. 131).

Sem conseguir acompanhar as transformações da indústria cinematográfica internacional, a Embrafilme foi lentamente arrastada pela deterioração do cenário macroeconômico nacional na direção de uma crise definitiva, mas durante este processo, a descentralização dos investimentos iniciada com a aprovação da Carta de Olinda, em 1984, foi capaz de manter a continuidade da produção pernambucana ao longo da década. E o cinema passou a ser praticado, em sua maior parte, de forma profissional, ainda que em quantidade significativamente inferior ao período do Ciclo Super 8, que vai de 1973 até os primeiros anos da década de 1980, quando foram lançados mais de 250 filmes em 8mm, quase todos curtas-metragens de caráter amador.

Graças em grande parte às conquistas da Carta de Olinda foram produzidos em Pernambuco, entre 1983 e 1988, cerca de 15 filmes, entre curtas e médias, tanto em 16 quanto em 35mm. Em sua maioria, projetos aprovados nos editais de financiamento da Embrafilme e pelos júris do Conselho Nacional de Cinema, agora forçados a investir cerca de um terço da verba fora do Rio de Janeiro e de São Paulo.

Crise da Embrafilme e Retomada

Após a era de ouro em que chegou a superar as majors norte-americanas no mercado de distribuição, a Embrafilme entrou, no início da década de 1980, em um período de decadência que não seria revertido. A empresa não foi capaz de acompanhar – principalmente a partir da saída do diretor Roberto Farias, em 1978 – as transformações da indústria em âmbito internacional, tanto no setor da exibição (com a disseminação da tecnologia em vídeo e o encarecimento dos ingressos), quanto na produção, diante dos investimentos massivos de Hollywood em efeitos especiais, licenciamento e lançamentos monopolísticos dos “high concept movies”.

Internamente, a situação era agravada progressivamente pelos desdobramentos da crise econômica que marcou o fim do período militar. Com cada vez menos dinheiro em caixa, a Embrafilme foi perdendo capacidade de investimento, e sua estrutura burocrática se tornou alvo de críticas constantes da imprensa, especialmente da Folha de São Paulo, que passou a orquestrar verdadeira campanha contra a entidade, especialmente através dos artigos de Paulo Francis e Matinas Suzuki. Ao lado de uma série de denúncias de corrupção, o bombardeio serviu para debilitar, ainda mais, a imagem do cinema diante da opinião pública. Em 1988, o jornal divulgou pesquisa na qual 49% dos entrevistados afirmavam que o Estado não deveria financiar o cinema brasileiro (Marson, 2009, p. 21).

A Lei nº 7.505, conhecida como Lei Sarney, havia sido aprovada em julho de 1986, introduzindo no país o incentivo fiscal como forma de financiamento de atividades culturais. Sem grandes resultados, contudo. Uma série de deficiências – como fragilidades na prestação de contas e a não obrigatoriedade da circulação do bem cultural – impediram seu bom funcionamento.

Quando, em abril de 1990, Fernando Collor outorgou a Lei nº 8.029, extinguido, de forma autoritária, a Empresa Brasileira de Filmes junto com outras sete entidades da administração pública federal, incluindo o Concine e a Fundação do Cinema Brasileiro, o presidente recém-eleito – nas palavras de Marson – “acabou com um modelo de produção cinematográfica que já estava desgastado e com poucas possibilidades de continuidade, e que não encontrava legitimidade no campo cinematográfico, no Estado, nem na opinião pública” (2009, p. 21).

Seguindo à risca a cartilha do chamado “Consenso de Washington”, Collor deu fim a uma política estatal bastante criticada, é verdade, mas não instituiu em seu lugar nenhum outro projeto para o setor, entregando a produção cultural, de forma abrupta, à regulação exclusiva da lei da oferta e da procura. No âmbito do cinema, o resultado imediato foi a paralisação da atividade. Novos projetos foram abortados, e os que estavam em andamento foram interrompidos pela suspensão do repasse de verbas. Em Recife, por exemplo, Lírio Ferreira e Cláudio Assis tiveram que recorrer a acordos de permuta com laboratórios e passar o chapéu diversas vezes na Fundarpe para manter a produção em andamento e, mesmo assim, *O Crime da Imagem* e o *Soneto do Desmantelo Blue* só seriam lançados em 1992 e 1993, respectivamente, momento em que o cinema nacional chega ao fundo do poço (Figuerôa, 2000, p. 100).

Apenas três filmes brasileiros são lançados em 1992, levando a participação do país no mercado de bilheteria ao recorde mínimo de 0,05%. A essa altura, o governo federal já havia se dado conta do erro de deixar totalmente à deriva uma produção nacional incapaz de resistir à concorrência de Hollywood. Ex-executivos da Embrafilme logo foram incorporados aos quadros de gestão dos escritórios dos grandes estúdios norte-americanos no Brasil, enquanto grande parte dos cineastas, agora desempregados, viram-se forçados a migrar para a TV e para a publicidade, ou mesmo a mudar de profissão. Ainda que a fé no livre mercado não tenha sido abandonada pelo Planalto, o cenário calamitoso tornava irrefutável a necessidade de, ao menos, um período de transição antes da abertura total.

A primeira reação do governo federal foi a retomada provisória da cota na tela – sete dias de exibição obrigatória por ano – e, no início de 1991, Sérgio Paulo Rouanet assumiu o lugar de Ipojuca Pontes na direção da Secretaria de Cultura. O diplomata e escritor decidiu apostar em um modelo de política cultural – cujo embrião foi a Lei Sarney – que transferisse para o setor privado a gestão dos investimentos de recursos públicos. Algumas medidas de incentivo com base na dedução de impostos foram reeditadas, mas a legislação de 1986 foi reformulada em diversos pontos para dar fim a uma série de fraudes e irregularidades.

Em agosto, é divulgado o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac), que deu origem à Lei nº 8.313, aprovada pelo Congresso e pelo Senado em dezembro de 1991. A partir da Lei Rouanet – como ficou conhecida –, tanto pessoas físicas quanto jurídicas passaram a ter a possibilidade aplicar parcelas do Imposto sobre a Renda, a título de doações ou patrocínios, no apoio direto a projetos culturais. O mecanismo, contudo, não permitia o financiamento do valor total de cada projeto, exigindo que o produtor apresentasse parte da verba. O que estimulou a multiplicação de legislações similares em âmbito municipal e estadual, como forma de complementar o financiamento.

No Rio de Janeiro, a prefeitura da cidade criava no mesmo ano empresa pública de distribuição a partir dos resquícios da estrutura da Embrafilme. A Riofilme não apenas deu emprego a antigos funcionários, como ainda preencheu parte do vazio deixado pela extinção da autarquia federal, tornando-se a distribuidora de nada menos que 50% dos 170 filmes nacionais lançados entre 1992 e 2000 (Autran, 2012, p. 20). A autarquia municipal desempenhou papel ainda mais decisivo durante o auge da crise, entre 1992 e 1994, quando distribuiu todos os 13 longas que conseguiram chegar ao circuito comercial, ainda que esse número não tenha representado nem 1% dos ingressos vendidos no país durante o período.

A Riofilme passou ainda a investir em produção e finalização e se tornou ponto de rearticulação, reunindo cineastas como Nelson Pereira dos Santos, vereadores, gestores da prefeitura e ex-funcionários da Embrafilme. Recuperada do baque inicial, a categoria cinematográfica começava a se mobilizar ao redor do país, tornando cada vez maior a pressão sobre o governo federal, apesar de divisões internas sobre ao papel que deveria ser desempenhado pelo Estado. O resultado foi a restituição oficial da cota da tela em 1992, com a aprovação da Lei 8.401. A proposta original previa auxílio público direto, mas o artigo foi vetado por Collor, que também liberou a verba destinada à Embrafilme – que continuava a ser recolhida – para o financiamento de até 80% de obras audiovisuais selecionadas por uma comissão formada por membros do Poder Executivo e da classe cinematográfica.

Esse movimento de aproximação entre governo e o campo do cinema não seria interrompido pela renúncia do presidente em dezembro de 1992. Foi, na verdade, aprofundado por seu sucessor, Itamar Franco, que decidiu reaproveitar os artigos vetados por Collor, aprovando, em julho do ano seguinte, a Lei 8.685. Com a Lei do Audiovisual, pessoas físicas (limite de 3%) e jurídicas (limite de 6%) poderiam usar parte do imposto de renda para adquirir cotas, garantindo participação nos lucros de projetos cinematográficos. Um excelente negócio para os investidores, que passariam a ganhar quatro vezes. Primeiro, por reduzir o volume de imposto a ser pago (Contribuição Social e Imposto de Renda), já que o aumento das despesas operacionais diminuiu as bases tributáveis. Sem falar do abatimento de 100% da quantia investida em cinema do montante do imposto de Renda e do valor intangível

da divulgação da marca em um veículo de comunicação de massa. O patrocinador ainda poderia receber dividendos do faturamento. Tudo isso à custa da queda da arrecadação do Estado.

No entanto, a nova legislação só se tornou efetiva quando o Ministério da Cultura lançou, no início de 1994, o Certificado de Investimento Audiovisual, que igualou as cotas a ações da bolsa de valores. O produtor passou, então, a lançar seus papéis na Comissão de Valores Mobiliários, chegando, inclusive, a se relacionar com possíveis investidores através do intermédio de agentes financeiros. Um marco que sacramenta a visão do cinema - e da cultura em geral - como negócio e possibilita a retomada da produção no país, a partir, principalmente, do sucesso inesperado de *Carlota Joaquina* (1995) no ano seguinte. Apesar do orçamento reduzido, o longa de Carla Camurati levou mais de 1,2 milhão de pessoas aos cinemas, despertando investidores para as possibilidades de faturamento abertas pela Lei do Audiovisual justamente em momento em que o Ministério da Educação voltava a investir diretamente em produção, disponibilizando 5,5 milhões de dólares dos recursos residuais da Embrafilme para a produção de 13 filmes de longa-metragem (Ramos e Miranda, 2000, p. 269). Ainda em 1995, a Caixa Econômica Federal e o Banco do Brasil, já no governo de Fernando Henrique Cardoso, criaram um fundo de financiamento especial para o setor cinematográfico.

Ao estruturar variados mecanismos de financiamento, a nova política estatal para o cinema provocou um aumento significativo no número de produções, que se transformou em euforia quando o filme *O Quatrilho*, de Fábio Barreto, foi indicado ao Oscar de Melhor Filme em Língua Estrangeira de 1996. Passou-se a falar em “retomada” do cinema brasileiro, termo prontamente adotado tanto pela categoria quanto pelo governo federal, que o transformou em uma marca do governo FHC. Só que no segundo mandato do presidente a euforia daria lugar a clima de crescente preocupação com o futuro da produção nacional devido à deterioração dos indicadores econômicos provocada sobretudo pela prorrogação da paridade monetária artificial até a reeleição de 1998.

Quando, em 2000, o ministro da Cultura, Francisco Weffort, apresentou proposta à Comissão do Cinema de estender o acesso às leis de incentivo fiscal a emissoras de televisão e radiodifusão, os produtores brasileiros entraram em pânico. A perspectiva de ter como concorrentes por recursos públicos poderosos conglomerados midiáticos, sobretudo as Organizações Globo, que haviam fundado seu braço cinematográfico - a Globo Filmes - no ano anterior, somou-se às dificuldades de conseguir patrocínio causadas pela crise econômica, forçando o campo cinematográfico a uma mobilização como há décadas não se via. A reação imediata foi o III Congresso Brasileiro de Cinema, promovido na cidade de Porto Alegre em junho de 2000, quase 50 anos após a segunda edição.

O evento foi presidido por Gustavo Dahl e contou com a presença de 70 delegados de nove estados e mais de 150 observadores sem direito a voto. Pela primeira vez, houve ampla participação de diversos setores da cadeia audiovisual, incluindo representantes das emissoras de televisão, fato que se fez notar na aprovação do Relatório Final. Entre as 69 resoluções, encontramos propostas que vão desde novas formas de financiamento à fiscalização da cota na tela, passando pela intensificação da estruturação do campo ancorada na criação de um órgão responsável pela política cinematográfica.

Com a maior aproximação entre agentes públicos e privados, a resposta do governo federal acabou sendo rápida. Ainda no segundo semestre de 2000, a Secretaria para o Desenvolvimento do Audiovisual do Ministério da Cultura elaborou o documento Diagnóstico Governamental da Cadeia Produtiva do Audiovisual, adotando uma série de propostas do III CBC, mas excluindo a taxa das emissoras de TV aberta como forma de financiamento.

Um dos diretores da Globo representou o setor televisivo no Grupo Executivo de Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica, criado por decreto presidencial em setembro com o objetivo de elaborar ampla política cinematográfica para o país. Além da emissora carioca, participaram representantes de vários ministérios e dos três setores da cadeia cinematográfica, incluindo executivos do Grupo Severiano Ribeiro, líder do mercado de exibição, e da distribuidora americana Columbia Pictures. Apesar das tensões internas resultantes dessa composição heterogênea, os trabalhos da Gedic resultaram na assinatura, um ano depois, da medida provisória nº 2.228-1, que inaugurou uma nova fase no campo do cinema, ao ampliar, de forma considerável, o papel do Estado. Regulamentada em maio de 2002, a nova legislação estabeleceu os princípios gerais da Política Nacional do Cinema (PNC), instituiu o Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Nacional (PRODECINE) e o Conselho Superior de Cinema, órgão responsável por elaborar a política cinematográfica, composto por representantes do governo e do setor cinematográfico, além de ter criado a Agência Nacional de Cinema, com a tripla responsabilidade de fomentar, regular e fiscalizar a atividade audiovisual.

Ancine atendia a demanda do III CBC e resgatava algumas velhas atribuições da Embrafilme e do Concine, regulando a cota na tela, centralizando o registro dos agentes (pessoas físicas ou jurídicas), emitindo Certificado de Produto Brasileiro para os filmes e padronizando a emissão de ingressos, só para citar alguns exemplos. Não por acaso o escritório central seria fixado, em 2002, no Rio de Janeiro, mesma cidade-sede da autarquia criada pelo regime militar.

A agência regulatória também ficou responsável pelo tratamento e fornecimento de dados oficiais através do Sistema de Informações e Monitoramento da Indústria Cinematográfica e Videofonográfica e passou a recolher a Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional, uma taxa cobrada em

todos os setores da cadeia, incidindo, inclusive, sobre remessas de lucro ao exterior. Sendo o valor arrecadado pelo Condecine repassado pela Ancine ao Fundo Setorial do Audiovisual, destinado a fomentar o desenvolvimento da indústria em sua totalidade, fazendo uso de diferentes linhas de financiamento.

Apesar da possibilidade de aplicar o valor da taxaço sobre remessas em coproduções nacionais, as distribuidoras norte-americanas se rebelaram contra a nova legislação, e, em maio de 2002, a Warner obteve liminar na Justiça Brasileira considerando a cobrança indevida. O Condecine só seria mantido em definitivo após meses de batalha judicial (Marson, 2012, p. 161).

Mesmo ampliando as possibilidades de financiamento, a nova legislação não chegou a corrigir velhas disparidades regionais e os investimentos continuaram concentrados na região Sudeste, onde se reuniam os principais cineastas e empresas do país. Todavia, o novo cenário não deixou de abrir uma série de possibilidades a regiões periféricas, entre as quais o estado de Pernambuco logo assumiu posição de destaque, graças sobretudo a implementação gradual de relevante legislação de fomento em âmbito municipal e sobretudo estadual enquanto resultado de uma combinação de fatores que incluem: mobilização da categoria, o sucesso de crítica das produções e a sensibilidade das lideranças políticas regionais.

Mecanismos de fomento estatal em Pernambuco

A semente do financiamento público no estado havia sido plantada antes mesmo do fim da Embrafilme, apenas três anos após a mobilização política que deu origem à Carta de Olinda. Sem dar muitos frutos, contudo, pois a crise da estatal federal se tornara tão aguda que apenas dois dos seis projetos aprovados pelo concurso de roteiro lançado em 1987 pela Fundação de Cultura Cidade do Recife foram concluídos: *Trajetoária do frevo* e *O Último Bolero no Recife*, ambos de Fernando Spencer. O concurso ganharia força e se tornaria peça decisiva na engrenagem de financiamento regional somente em 1998, quando foi fundido com o Concurso de Roteiro Ary Severo, criado em 1995 pelo governo estadual, dando origem ao Concurso de Roteiro Ary Severo e Firmo Neto. O Ary Severo havia ajudado a financiar, por exemplo, o curta *That's a Lero-Lero* (1994), de Lírio Ferreira e Amin Stepple.

Só que antes disso, em dezembro de 1993, o Governo do Estado de Pernambuco, inspirado pela criação das leis Rouanet e do Audiovisual e pressionado por artistas locais, aprovou a Lei nº 11.005, dando origem ao Sistema de Incentivo à Cultura. A partir daí empresas privadas passaram a ter a possibilidade de investir parte dos impostos devidos ao estado em projetos culturais aprovados em editais públicos. Apesar de suas deficiências, o SIC foi decisivo na retomada da produção profissional no estado na década de 1990, que ganharia impulso definitivo com o sucesso

do longa-metragem *Baile Perfumado*, de Lírio Ferreira e Paulo Caldas, o primeiro produzido em Pernambuco desde *O Palavrão, Uma Ação Moralista*, dirigido por Cleto Mergulhão em 1975.

A história real do imigrante libanês que filma o bando de Lampião havia sido aprovada em concurso de roteiro do MinC, em 1994, mas como o orçamento estourou a casa 750 mil dólares, os produtores Marcelo Pinheiro, Aramis Trindade e Germano Coelho - filho do fundador do MCP - tiveram que montar plano para promover o filme entre investidores interessados em tirar proveito tanto dos mecanismos de isenção do governo federal e quanto da Lei de Incentivo à Cultura estadual, que passou a vigorar em 1996, ano em que *Baile Perfumado* foi concluído. O filme foi finalizado somente no segundo dia do Festival de Brasília, mesmo assim se tornou o grande vencedor do evento, levando na bagagem de volta ao Recife três Candangos, incluindo o de Melhor Filme.

A primeira exibição em Pernambuco aconteceu em março do ano seguinte, na sessão de abertura do I Festival Nacional de Cinema do Recife, gerando um clima de dupla euforia. O estado não apenas acabara de produzir o melhor filme do ano no país como passaria a contar com um evento anual que se tornou, ao longo do tempo, um dos mais relevantes do calendário nacional, chegando à sua 20ª edição em 2016, rebatizado como Cine PE.

O sucesso do longa ao lado da recepção calorosa do curta de Kátia Mesel *Recife de Dentro pra Fora* (1997) em festivais nacionais e internacionais estimulou o governo de Miguel Arraes a aprimorar a legislação, aumentando em seu último ano de mandato – 1998 - o volume disponível para dedução de ICMS. Política mantida por seu sucessor, Jarbas Vasconcelos, apesar da conseqüente queda na arrecadação e das deficiências na fiscalização da aplicação dos recursos.

Esse incremento da Lei de Incentivo à Cultura ajudou a fomentar a expansão da produção cinematográfica em Pernambuco ainda que em volume significativamente inferior aos valores repassados em âmbito federal. Segundo dados oficiais da Secretaria do Audiovisual, foram captados em todo país, através de mecanismos de incentivo fiscal, total de R\$ 113 milhões em 1997, e R\$ 73 milhões, no ano seguinte (Marson, 2009, p. 80), quando a jornalista Clara Angélica teve o roteiro do curta *Simião Martiniano, o Camelô do Cinema* selecionado, entre cerca de 400 concorrentes, como um dos vencedores do concurso do Ministério da Cultura.

Entre as principais limitações do SIC estava o fato dos recursos de isenção fiscal serem geridos pelas próprias empresas, que escolhiam qual filme patrocinar de acordo com suas estratégias de marketing. O que aconteceu na prática foi que grande parte dos produtores não conseguia atrair investidores mesmo com a aprovação do projeto em edital. Especialmente os menos experientes e os mais ousados do ponto de vista artístico.

Para corrigir o problema, foi aprovada, em dezembro de 2002, no final do primeiro mandato do governador Jarbas Vasconcelos, a Lei 12.310, substituindo o SIC pelo Fundo Pernambucano de Incentivo à Cultura. O Funcultura passou a recolher os valores abatidos do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) aplicando-os diretamente em projetos artísticos selecionados através de editais. Sendo a prerrogativa de escolha compartilhada por agentes do poder público com representantes da sociedade civil, na condição de membros da Comissão Deliberativa, entidade responsável pelo processo seletivo. O primeiro edital foi lançado no ano seguinte à aprovação da lei, destinando R\$ 150 mil a Árido Movie, longa-metragem de Lírío de Ferreira, que ainda captaria R\$ 740 mil através da legislação federal antes de ser lançado em 2006.

Ao tirar a exclusividade das decisões de investimento dos departamentos de marketing das empresas, o Funcultura pôde dar oportunidade a realizadores iniciantes sem, contudo, restringir a liberdade de criação aos critérios estreitos da necessidade de retorno financeiro em um mercado controlado, sobretudo na distribuição, por multinacionais americanas. Foi assim que em 2007 os jovens Gabriel Mascaro e Marcelo Pedroso arrecadaram R\$ 131 mil do fundo estadual para rodar *KFZ-1348*. O documentário que reconstrói 40 anos na vida útil de um fusca - da fábrica ao ferro velho - seria lançado no ano seguinte, mas antes disso o diretor Daniel Bandeira surpreenderia ao rodar, ao lado dos companheiros da produtora Símio Filmes, seu primeiro longa-metragem com apenas R\$ 50 mil. O dinheiro havia sido disponibilizado diretamente pela Companhia Hidroelétrica do São Francisco (CHESF) para as filmagens de um curta. No entanto, os jovens decidiram usar a verba para transformar *Amigos de Risco* (2007) num longa-metragem.

No mesmo ano, o governador recém-eleito Eduardo Campos decidiu - em resposta a reivindicações da categoria - dar mais um passo em direção à consolidação do fomento cinematográfico lançando edital do Funcultura exclusivo para a produção audiovisual. Em 2008, outra deficiência estrutural histórica da produção no estado seria atacada: a formação de mão de obra. Foi quando a Secretaria do Audiovisual do Ministério da Educação finalmente atendeu a outra velha demanda da categoria e implementou o Centro Audiovisual Norte-Nordeste (Canne) dentro da produtora Massangana, da Fundação Joaquim Nabuco. Pernambuco passou a contar com um espaço de excelência na formação profissional e apoio à produção independente, fornecendo, ainda, a realizadores do Nordeste suporte técnico e equipamentos. E isso no mesmo ano em que a UFPE aprovou a criação do primeiro curso de bacharel em Cinema e Audiovisual do estado.

Ainda que grande parte dos recursos seja destinada à produção cinematográfica, são contemplados projetos dos mais variados. O que não deixa de ser uma forma de reconhecimento por parte do poder público e da classe cinematográfica da importância exercida por outras atividades na história do cinema em Pernambuco.

Dos R\$ 8 milhões disponibilizados pelo Funcultura Audiovisual no biênio 2010/ 2011, por exemplo, R\$ 3,5 milhões foram distribuídos entre 19 projetos de longa-metragem, e outro R\$ 1,5 milhão destinado a 22 curtas-metragens. O restante financiou projetos de cineclubes (8), televisão (11) e difusão, pesquisa e formação de público (22) (Mariz, 2011, p. 44).

O montante disponível não apenas seria ampliado para R\$ 11,5 milhões em 2014, como acabaria se tornando compulsório com a aprovação, em junho do mesmo ano, da Lei 15.307, que também instituiu a criação do Conselho Consultivo do Audiovisual de Pernambuco, composto por integrantes do poder público e representantes da sociedade civil. Uma dupla vitória da classe cinematográfica pernambucana, que, ao mesmo tempo que ganhou maior poder de decisão dentro do governo, blindou a política cinematográfica estadual das variações de caráter político. Ainda que Eduardo Campos tenha se mostrado aberto ao diálogo, foi uma conquista, sobretudo, do poder de pressão dos agentes do setor de produção, que participaram ativamente das negociações com o governador.

Conclusão

Desde a criação do edital especial em 2007 até 2013, o Funcultura contemplou 436 projetos audiovisuais, distribuindo um total de R\$ 43,1 milhões em financiamento. Ainda que não tenha sido capaz de reverter as disparidades regionais em termos quantitativos, o fundo, somado aos recursos capitados pela legislação federal, ao menos contribuiu para garantir, através da gestão colegiada entre estado e classe cinematográfica dos recursos de isenção do ICMS, a liberdade criativa dos realizadores, ao estabelecer como principal critério o valor cultural de uma obra e não o seu potencial de retorno comercial segundo parâmetros estabelecidos pela máquina industrial de Hollywood ou da Globo Filmes.

Nesse sentido, a solidez e a flexibilidade da legislação de fomento estadual contribuíram para alçar Pernambuco a posição de destaque no campo cinematográfico nacional tanto do ponto de vista quantitativo quanto qualitativo. Se em 2013 o estado produziu 6,2% do total de filmes lançados no país, ficando atrás apenas de Rio de Janeiro (36,4%) e São Paulo (35,7%) (Ancine), quando o assunto é premiação a proeminência pernambucana torna-se ainda mais evidente. Somados, os prêmios recebidos em festivais nacionais e internacionais pelos principais longas-metragens lançados no estado entre 2011 e 2013 - *A Febre do Rato* (2011), *O Som ao Redor* (2012), *Tatuagem* (2013) e *A História da Eternidade* (2014) - chegam ao total impressionante de 83.

Ao analisar de forma breve o papel desempenhado pelo poder público tanto em âmbito federal, estadual, quanto municipal, na trajetória de retomada e consolidação da produção cinematográfica em Pernambuco nas últimas três décadas, este artigo

buscou contribuir não somente para a memória cinematográfica nacional, mas também ao debate sobre as possibilidades do fazer fílmico em regiões periféricas, tomando Pernambuco como ponto de referência devido à posição de destaque adquirida pelo estado nos últimos anos enquanto polo renovador da filmografia brasileira.

A construção gradual da legislação estadual até a forma atual do Funcultura certamente desempenhou papel fundamental nesse processo. Processo esse que não foi resultado apenas da visão dos gestores públicos, mas principalmente do poder de pressão do setor, ampliado progressivamente pelo sucesso dos filmes em festivais ao redor do mundo e pelos anos de atuação dos profissionais da área em entidades de classe como a ABD/APECI, decisiva na aprovação, em 1984, da Carta de Olinda, documento-marco na luta histórica pela descentralização dos recursos de financiamento no país.

REFERÊNCIAS

ANCINE. **Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual.**

Disponível em: <<http://oca.ancine.gov.br/>>. Acesso em: 15 jul. 2016.

AUTRAN, A. **O pensamento industrial cinematográfico brasileiro: ontem e hoje.** In: MELEIRO, Alessandra (Org.). Cinema e mercado. São Paulo: Escrituras, 2010.

BRASIL. **Decreto-lei nº 7.505**, de 2 de julho de 1986. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L7505.htm> Acesso em: 15 jul. 2016.

BRASIL. **Decreto-lei nº 8.029**, de 12 de abril de 1990. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8029cons.htm> Acesso em: 15 jul. 2016.

BRASIL. **Decreto-lei nº 8.313**, de 23 de dezembro de 1991. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8313cons.htm> Acesso em: 15 jul. 2016.

BRASIL. **Decreto-lei nº 8.401**, de 8 de janeiro de 1992. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8401.htm> Acesso em: 15 jul. 2016.

BRASIL. **Decreto-lei nº 8.685**, de 20 de julho de 1993. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8685.htm> Acesso em: 15 jul. 2016.

FIGUEIRÔA, A. **Cinema pernambucano: uma história em ciclos.** Recife: Fundação de Cultura da Cidade do Recife, 2000.

MARIZ, A. C. **Cinema em Pernambuco: caracterização e políticas de incentivo.** Monografia (graduação). Recife: UFPE, 2011.

MARSON, M. I. **Cinema e Políticas de Estado: da Embrafilme à Ancine.** São Paulo: Escrituras Editora, 2009.

NOGUEIRA, A. M. C. **A brodagem no cinema pernambucano.** Tese (doutorado). Recife: UFPE, 2014.

PERNAMBUCO (estado). **Decreto-lei nº 11.005**, de 20 de dezembro de 1993. Disponível em: < <http://legis.alepe.pe.gov.br/x?tiponorma=1&numero=11005&complemento=0&ano=1993&tipo=&url=>>> Acesso em: 15 jul. 2016

PERNAMBUCO (estado). **Decreto-lei nº 12.310**, de 19 de dezembro de 2002. Disponível em: <<http://legis.alepe.pe.gov.br/x?tiponorma=1&numero=12310&complemento=0&ano=2002&tipo=&url=>>> Acesso em: 15 jul. 2016

PERNAMBUCO (estado). **Decreto-lei nº 15.307**, de 4 de junho de 2014. Disponível em: < <http://www.cultura.pe.gov.br/wp-content/uploads/2014/06/Lei-15.07-de-4-de-junho-de-2014-audiovisual-PE.pdf>> Acesso em: 15 jul. 2016

RAMOS, F. P. e MIRANDA, L. F. **Enciclopédia do cinema brasileiro.** São Paulo: Editora Senac, 2000.

Sobre os Autores

Alan Kevin Gandine Santos da Silva Graduando em Jornalismo pela Universidade de Taubaté

Aleta Tereza Dreves Professora Assistente de Ensino do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Acre – UFAC e Assessora de Comunicação da Universidade Federal do Acre – UFAC. Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo, pela Faculdade de Pato Branco – FADEP em 2004. Especialista em Informática em Educação pela Universidade Federal de Lavras – UFLA em 2008. Mestre em Televisão Digital: informação e conhecimento pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho – UNESP em 2015. Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Educação pela Universidade Federal do Paraná. (2018); Pesquisadora dos seguintes grupos de pesquisa CNPq: Comunicação, Cultura e Sociedade (UFAC) atuando na linha de pesquisa Comunicação, Mídias Digitais e Juventude (pesquisadora); Pensamento Comunicacional Latino-Americano (UNESP) atuando nas seguintes linhas: Gestão da Informação e Comunicação para Televisão Digital e Comunicação Digital e Interfaces Culturais na América Latina (estudante). E-mail para contato: aleta.ac@gmail.com ou aleta.dreves@ufac.br

Ana Paula Silva Câmara Formação Específica em Produção de Eventos Culturais pela Universidade da Amazônia – Belém – Pará. Formação Tecnológica em Produção Publicitária pela Faculdade Tecnológica da Amazônia – Belém – Pará. Graduação: Bacharelado em Publicidade e Propaganda pela Universidade da Amazônia – Belém – Pará. Pós-graduação: MBA – Formação Executiva em TV e Cinema pela Fundação Getúlio Vargas – Rio de Janeiro – RJ. E-mail para contato: anapaulascamara@gmail.com

André Dala Possa - professor na área de tecnologias educacionais do Centro de Referência em Formação e EaD do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina (CERFEAD/IFSC). Possui bacharelado em comunicação social com habilitação em jornalismo e licenciatura em sociologia; mestre em ciências sociais e doutorando em ciências da comunicação pela Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP). Desenvolve pesquisa netnográfica sobre o comportamento comunicacional de estudantes entre 15 e 18 anos na relação diária entre smartphone, computador, sala de aula e rotinas de rua.

Aurilene Rodrigues Lima Possui graduação em Pedagogia pela Universidade do Estado da Bahia (1990), mestrado em Sociologia pela Universidade Federal de Pernambuco (2004) e cursa o doutorado em Ciências da Comunicação na

ECA - Escola de Comunicação e Artes da USP - Universidade de São Paulo. Exerce a função de professora assistente da Universidade do Estado da Bahia. Área de pesquisa: caatingueiros do sertão da Bahia. e-mail: aurilene.rl@bol.com.br

Beatrice Bonami – pesquisadora do Núcleo de Apoio à Cultura e Extensão Escola do Futuro da Universidade de São Paulo. Doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (PPGCOM-ECA/USP). Possui Mestrado pelo PPGCOM-ECA/USP e Graduação em Artes Visuais e Comunicação pela Universidade Federal de Uberlândia. Atua há 7 anos com pesquisas na área de Literacias de Mídia e Informação, Inclusão Digital, Plataformas de Recursos Educacionais Abertos e Design Thinking na área de Educação à Distância e Presencial.

Beatriz Braga Bezerra: Graduação em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Católica de Pernambuco; Mestrado em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco; Doutoranda em Comunicação e Práticas do Consumo pela Escola Superior de Propaganda e Marketing; Integrante do Grupo CNPq de Pesquisa em Subjetividade, Comunicação e Consumo do PPGCOM/ESPM; Bolsista Prosup Integral pela CAPES; E-mail para contato: beatriz.braga@hotmail.com.

Carlos Henrique Vale de Paiva Graduado em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda pela Universidade Estácio de Sá (2017). Atualmente é assessor em comunicação da Associação de Docentes da Estácio de Sá (ADESA). Atua na publicação científica Dissertar desde 2015. Tem experiência na área de Comunicação com ênfase na produção editorial, Tecnologias da Informação e Comunicação aplicadas ao ensino superior.

Cristiele Magalhães Ribeiro Professor da Universidade La Salle – Canoas / RS; Membro do corpo docente do Programa de Pós-Graduação Lato Sensu da Universidade La Salle; Graduação em Comunicação Social – Relações Públicas pela Universidade Federal de Santa Maria; Mestrado em Administração e Negócios – Marketing pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul; Doutorado em andamento em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul; Bolsista pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, CAPES, Brasil; E-mail para contato: rcristiele@hotmail.com

Cristina Satiê de Oliveira Pátaro Professora do Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar Sociedade e

Desenvolvimento e do Mestrado Profissional em Ensino de História da Universidade Estadual do Paraná, câmpus de Campo Mourão. Doutora em Educação e Bolsista Produtividade pela Fundação Araucária. crispataro@gmail.com

Daniela Pereira Bochembuzo Professora da Universidade do Sagrado Coração; Graduação em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo pela Universidade Estadual de Londrina; Mestrado em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”; Grupo de pesquisa: Comunicação, Mídia e Sociedade (GPECOM) E-mail para contato: daniela.bochembuzo@usc.br

Daniele Savietto Filippini Professor da Universidade Unip Graduação em Comunicação Social com ênfase em Rádio e TV pela Universidade Metodista; Mestrado em Comunicação e Jornalismo pela Universidade de Coimbra; E-mail para contato: danisavietto@hotmail.com

Daniele Teixeira Gonzaga Graduação em Comunicação Social: Rádio, TV e Internet pela Universidade Centro Universitário do Norte - UNINORTE; E-mail para contato: adanigonzaga@hotmail.com

Diogo Duarte Rodrigues Graduado em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda (UNESA), especialização Master Digital Design em Mídias Interativas (INFNET) e é Mestre em Ciência da Informação (IBICT/UFRRJ). Tem experiência na área de Comunicação, atuando principalmente em internet, marketing e publicações digitais. É professor universitário desde 2010, participando ativamente nos cursos de Comunicação Social, Web Design e Marketing. Atualmente, é coordenador dos cursos superiores de tecnologia em Marketing e em Design Gráfico, da UCB.

Ediana Abreu Avelar Professora adjunta dos cursos de Jornalismo e Publicidade da Universidade Veiga de Almeida e Centro Universitário Augusto Motta; Graduada em Comunicação Social pela FACHA/RJ; Mestrado em Educação pela UCP/RJ; Doutoranda em Ciência Política pelo IUPERJ; Grupo de Pesquisa em Qualidade em Comunicação – CNPq; E-mails para contato: ediana.avelar@uva.br e ediana@souunisuam.com.br

Eliã Siméia Martins dos Santos Amorim Doutoranda em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP). Possui Mestrado em Tecnologias da Informação e Comunicação na Formação em EaD pela Universidade Federal do Ceará (UFC 2007); É professora assistente da Universidade do Estado da Bahia. UNEB. Atualmente participa dos grupos de pesquisa da GESC³. Grupo de Estudos Semióticos em Comunicação, Cultura e Consumo

(Casa Sêmio - São Paulo); ABpN (Associação Brasileira de Pesquisadores Negros) e NEIEF (DCH III) em Educação Infantil e Ensino Fundamental nas áreas de comunicação e novas tecnologias com alunos e orientandos na área de negritude, comunicação e novas tecnologias. e-mail: eliasimeia@yahoo.com.br

Elis Rejane Santana da Silva Doutoranda do PPGCOM/USP. Possui mestrado em Ecologia Humana e Gestão Socioambiental - Uneb (2012). Atualmente é professora assistente da Universidade do Estado da Bahia, professora colaboradora (LICEEI) da Universidade do Estado da Bahia, com ênfase de atuação principalmente nos seguintes temas: educação matemática; ensino, pesquisa extensão em educação; ecologia humana e comunicação. e-mail: elisseco@gmail.com

Erika Savernini Professor da Universidade da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF); Membro do corpo docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF); Graduação em Comunicação Social, habilitação em Radialismo pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG); Mestrado em Artes Visuais - Cinema pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG); Doutorado em Artes - Cinema pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG); Grupo de pesquisa: líder do grupo Estética e Pensamento Cinematográfico; E-mail para contato: erika.savernini@ufff.edu.br

Francine Rebelo Pereira Servidora da Universidade Federal do Amazonas; Técnica do Laboratório de Cerâmica do curso de Licenciatura em Artes Visuais da Universidade Federal do Amazonas; Graduação em Psicologia pela Universidade Federal do Amazonas; E-mail para contato: franciz_am@yahoo.com.br

Frank Antonio Mezzomo Professor do Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar Sociedade e Desenvolvimento e do Mestrado Profissional em Ensino de História da Universidade Estadual do Paraná, câmpus de Campo Mourão. Doutor em História, Líder do Grupo de Pesquisa Cultura e Relações de Poder e Editor da Revista NUPEM. frankmezzomo@gmail.com

Giovana dos Passos Colling Graduanda em Comunicação Social – Habilitação Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. E-mail para contato: giovanacolling@gmail.com

Giovana Montes Celinski Professora de Jornalismo da Faculdade Secal e Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens da Universidade

Tuiuti do Paraná (UTP); Graduação em Comunicação Social – habilitação em Jornalismo pela Universidade Estadual do Paraná; Mestrado em Comunicação pela Universidade Federal do Paraná; Grupo de Pesquisa: Interações Comunicacionais, Imagens e Culturas Digitais – INCOM (UTP)

Guilherme Hilgenstieler Faria Graduação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Positivo

Heloiza Matos e Nobre Professor da Universidade de São Paulo – Escola de Comunicação e Artes; Membro do corpo docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação – PPGCOM - da Universidade de São Paulo; Graduação em Jornalismo pela Universidade de Juiz de Fora; Mestrado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo; Doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo; Pós-Doutorado pela Université Grenoble III FRANCE; Grupo de pesquisa: Compol – Comunicação Pública e Política, como coordenadora do grupo, desde 2010. Bolsista Produtividade em Pesquisa pelo CNPq até 2010; E-mail para contato: heloizamatoss@gmail.com

Ivania Skura Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná. Mestre em Sociedade e Desenvolvimento pela Universidade Estadual do Paraná e Graduada em Comunicação Social pelo Centro de Ensino Superior de Maringá. Integrante dos Grupos de Pesquisa Interações Comunicacionais, Imagens e Culturas Digitais - INCOM (UTP) e Cultura e Relações de Poder (UNESPAR). ivaniaskura@hotmail.com

Ivon Mendes de Barros. Mestre em Comunicação Audiovisual pela Universidade Anhembi Morumbi; especialista em Fundamentos das Artes e da Cultura pela UNESP; graduado em Educação Artística com habilitação em teatro pela ECA-USP e FAMOSP. Foi professor na Universidade Anhembi Morumbi, na Universidade de Sorocaba e na Faculdade Mozarteum. Deu aulas de Maquiagem Teatral para atores no Senac por 20 anos. Realizou oficinas e palestras em mais de 20 escolas de diferentes locais do Brasil e em 3 locais do Peru. Tem experiência profissional na área das Artes, atuando principalmente nos seguintes temas: maquiagem de personagens, máscaras, teatro, interpretação, música, cinema e educação. E-mail para contato: ivonmendes@gmail.com

Jônio Machado Bethônico Graduação em Comunicação Social / Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal de Minas Gerais; Mestrado em Educação e Linguagem pela Universidade Federal de Minas Gerais; Doutorado em Educação e Linguagem pela Universidade Federal de Minas Gerais; Pós-Doutorado em Linguística Aplicada: Linguagem

e Tecnologia pela Universidade Federal de Minas Gerais; E-mail para contato: jonio@ufmg.br

Juliana Costa Neves Graduação em Jornalismo pela Universidade do Sagrado Coração. Grupo de pesquisa: Comunicação, Mídia e Sociedade (GPECOM). E-mail para contato: julianacostaneves96@gmail.com.

Leonardo Mozdzenski Professor da Escola de Contas Públicas Prof. Barreto Guimarães (ECPBG/TCE-PE); Graduação em Economia pela Universidade Federal de Pernambuco; Graduação em Letras pela Universidade Federal de Pernambuco; Mestrado em Linguística pela Universidade Federal de Pernambuco; Doutorado em Linguística pela Universidade Federal de Pernambuco; Doutorado em Comunicação (em andamento) pela Universidade Federal de Pernambuco; Grupo de pesquisa: As narrativas da publicidade híbrida e os novos papéis do consumidor E-mail para contato: leo_moz@yahoo.com.br.

Leonardo Seabra Puglia Possui graduação em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, pela UERJ - Universidade do Estado do Rio de Janeiro (2009), Pós-Graduação em Gestão de Negócios e Inteligência Competitiva pela ESPM-RJ - Escola Superior de Propaganda e Marketing (2012), Mestrado em Ciências Sociais pela PUC-RJ - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (2015) e é doutorando em Ciências Sociais também pela PUC-RJ. Trabalhou com design, edição de vídeo, rádio, web, jornalismo e marketing esportivo, mídias digitais, TV, impresso, ONG e crítica de cinema, além de ter atuado, durante seis anos, como analista de marketing da Rede Telecine. Atualmente é cineclubista e professor no curso de Comunicação Social da Faculdade Salesiana Maria Auxiliadora (FSMA), em Macaé-RJ. leopuglia@gmail.com

Letícia Corona Fazolari Graduação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Positivo

Luís Carlos Bittencourt Professor Titular e Coordenador do curso de Jornalismo da Universidade Veiga de Almeida; Coordenador do MBA em Administração de Marketing e Comunicação Empresarial da UVA; Graduação em Jornalismo pela ECO/UFRJ; Mestrado em Comunicação pela ECO/UFRJ; Doutorado em Comunicação e Cultura pela ECO/UFRJ; Grupo de Pesquisa em Qualidade em Comunicação - CNPq; Avaliador Institucional pelo INEP/MEC; E-mail para contato: bitt@uva.br e lcbitt@gmail.com

Manoela Pagotto Martins Nodari Graduada em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal do Espírito Santo (UFES). Mestre em Psicologia pelo Programa de Pós-graduação em Psicologia da UFES. Doutorado em andamento pelo Programa de Pós-

graduação em Psicologia da UFES. E-mail: manu_pagotto@yahoo.com.br

Marcella Rodrigues da Silva: Professora do Centro Universitário Vale do Ipojuca - Unifavip | DeVry; Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco; Graduação em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal do Ceará; Integrante do Grupo CNPQ Publicidade nas Novas Mídias (PPGCOM/UFPE) e Sociedade de Estudos do Esporte (PPGS/UFC); E-mail para contato: marcellamkt@gmail.com.

Maria José da Costa Oliveira Graduação em Comunicação Social pela Universidade de Mogi das Cruzes; Mestrado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo; Doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo; Pós Doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo; Grupo de pesquisa: Compol – Comunicação Pública e Política; E-mail para contato: zezecoliveira@gmail.com

Marina Pires Savioli Universidade Anhembi Morumbi São Paulo – SP

Moacir José dos Santos Professor da Universidade: Universidade de Taubaté (UNITAU)/ Centro Universitário Módulo –Caraguatatuba/SP; Membro do corpo docente do Programa de Mestrado em Planejamento e Desenvolvimento Regional da UNITAU; Graduação em História pela Universidade Estadual Paulista (1996); Mestrado em História pela Universidade Estadual Paulista (2000); Doutorado em História pela Universidade Estadual Paulista (2006); Pós Doutorado pela Universidade do Minho (UMINHO), Braga/Portugal (2015); Grupo de pesquisa: Núcleo de Pesquisa em Comunicação (NUPEC).

Monica Franchi Carniello Professora da Universidade: Universidade de Taubaté (UNITAU)/ FATEC – Pindamonhangaba/SP; Membro do corpo docente do Programa de Mestrado em Planejamento e Desenvolvimento Regional da UNITAU; Graduação em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas (1993); Mestrado em Comunicação e Letras pela Universidade Presbiteriana Mackenzie (2000); Doutorado em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas (2005); Pós Doutorado pela Universidade Metodista de São Bernardo (2010); Pós Doutorado pela Universidade do Minho (UMINHO), Braga/Portugal (2015); Grupo de pesquisa: Núcleo de Pesquisa em Comunicação (NUPEC)/ Avaliação e diagnóstico do desenvolvimento regional - UNITAU

Nádia Maria Lebedev Martinez Moreira Professora da

Universidade Anhembi Morumbi; Graduação em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, PUC Minas, Brasil; Mestrado em Comunicação Social: Interações Midiáticas pela Universidade; Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, PUC Minas, Brasil; Doutorado em Comunicação e Semiótica pela Universidade Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, PUC/SP, Brasil; nadialebedev@gmail.com

Nathalia Akemi Lara Haida Graduação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Positivo

Orlane Pereira Freires Professora da Universidade Federal do Amazonas; Membro do corpo docente do curso de Licenciatura em Artes Visuais da Universidade Federal do Amazonas; Graduação em Licenciatura em Artes Plásticas pela Universidade Federal do Amazonas; E-mail para contato: orlane.freires@gmail.com.

Priscilla de Oliveira Martins-Silva Graduada em Psicologia pela Universidade Federal do Espírito Santo (UFES). Doutora em Psicologia pela Universidade Federal do Espírito Santo (UFES). Membro permanente do corpo docente do Programa de Pós-Graduação em Psicologia da UFES. E-mail: priscillamartinssilva@gmail.com

Rosana Alves de Oliveira Professor da Universidade do Estado de Mato Grosso - Unemat; Graduação em Jornalismo pela Universidade Federal do Tocantins-UFT; Mestrado em Educação pela Universidade de Brasília - UnB; Grupo de pesquisa: Comunicação, Cultura e Sociedade - Unemat ; E-mail para contato: rosana.alves@unemat.br

Rozinaldo Antonio Miani Graduado em Comunicação Social - habilitação em Jornalismo pela Universidade de Mogi das Cruzes (UMC); Graduado em História pela Universidade de São Paulo (USP); Mestre em Ciências da Comunicação pela ECA/USP. Doutor em História pela Unesp/Campus Assis. Pós-doutor pela ECA/USP (Apoio Fundação Araucária). Professor do Departamento de Comunicação da Universidade Estadual de Londrina (UEL/PR). Vice-Coordenador do Programa de Mestrado em Comunicação da Universidade Estadual de Londrina (UEL/PR). Vice-Coordenador do Curso de Especialização em Comunicação Popular e Comunitária da Universidade Estadual de Londrina (UEL/PR). Coordenador do Núcleo de Pesquisa em Comunicação Popular (CNPq).

Sonia Regina Soares da Cunha Professor Estagiário PAE da Universidade de São Paulo; Membro do corpo docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de São Paulo; Graduação em Comunicação Social (Jornalismo) pela Faculdade Cásper Líbero; Mestrado em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio

Grande do Norte; Doutorando em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo; Grupo de pesquisa: Epistemologia do Diálogo Social da Universidade de São Paulo; E-mail para contato: reginacunha@usp.br

Valter Frank de Mesquita Lopes Professor da Universidade Federal do Amazonas; Membro do corpo docente do curso de Licenciatura em Artes Visuais da Universidade Federal do Amazonas; Graduação em Licenciatura em Artes Plásticas pela Universidade Federal do Amazonas; Mestrado em Ciências da Comunicação pela Universidade Federal do Amazonas; E-mail para contato: valtermesquita@ufam.edu.br.

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-93243-92-9



9 788593 243929