



COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO
LACES E DESENLACES
VOL. I

 **Atena** Editora

2018

Atena Editora

Comunicação e Educação
Laces e Desenlaces
Vol. I

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 /
Organização Atena Editora. – Ponta Grossa (PR): Atena Editora,
2018.
335 p. : 11.673 kbytes – (Comunicação e Educação; v. 1)

Formato: PDF
Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader
Modo de acesso: World Wide Web
Inclui bibliografia
ISBN 9788593243912
DOI 10.22533/at.ed.912181605

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 A COMUNICAÇÃO COMO MERCADORIA: UMA DISCUSSÃO SOBRE O MERCADO DA MÍDIA E A DEMOCRACIA	5
<i>Cristine Rahmeier Marquette</i>	
CAPÍTULO 2 A COMUNICAÇÃO CRISTÃ ATRAVÉS DA MÚSICA: SUA RELAÇÃO COM AS TRANSFORMAÇÕES SOCIOCULTURAIS E A IDENTIDADE DO NOVO MOVIMENTO PÓS-GOSPEL.....	15
<i>Isabelle Loureiro Tavares</i>	
<i>Mirian Martins da Motta Magalhães</i>	
CAPÍTULO 3 A GREVE GERAL DE 1917 PELA EBC: UMA REFLEXÃO SOBRE O IMAGINÁRIO NA COBERTURA DA ESTATAL DE COMUNICAÇÃO BRASILEIRA A UM DOS EVENTOS MAIS MARCANTES DA HISTÓRIA	30
<i>Tarcis Prado Junior</i>	
<i>Moises Cardoso</i>	
<i>Franco Iacomini Junior</i>	
<i>Antonio Carlos Persegani Florenzano</i>	
<i>Patricia de Andrade</i>	
CAPÍTULO 4 A PESQUISA EM COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO: 40 ANOS DE TRAJETÓRIA NA INTERCOM	44
<i>Maria Salett Tauk Santos²</i>	
CAPÍTULO 5 A VELOCIDADE NA COMUNICAÇÃO: QUESTÕES DE EMISSÃO E RECEPÇÃO NA SOCIEDADE DA CIBERCULTURA.....	54
<i>Dirceu Martins Alves</i>	
CAPÍTULO 6 AS ORGANIZAÇÕES COMO ESTRUTURAS DE INTERAÇÃO COMUNICATIVA	68
<i>Selma Regina Ramalho Conte</i>	
CAPÍTULO 7 ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO COMO EIXO ESTRATÉGICO NO ÂMBITO EMPRESARIAL: APONTAMENTOS INICIAIS PARA UM PLANO DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA NA UNIMED AGRESTE MERIDIONAL.....	81
<i>Tárcila Driely de Souza Cabral</i>	
<i>Ingrid Andressa de Almeida Querino Azevedo</i>	

CAPÍTULO 8 | CENSURA X LIBERDADE DE EXPRESSÃO: A COBERTURA DO JORNAL O ESTADO DE S. PAULO EM CENÁRIOS DE CORRUPÇÃO POLÍTICA..... 92

Carla Montuori Fernandes

Genira Correia Chagas

Márcio Bico

CAPÍTULO 9 | CENTRO HISTÓRICO DE CUIABÁ COMO ACONTECIMENTO: PATRIMÔNIO DE QUÊ, PRA QUEM? 107

Fernanda Safira Soares Campos

Heloisa de Lima Gomes

Leonardo Rodrigues Corrêa

Pedro Pinto de Oliveira

CAPÍTULO 10 | CULTURA COMPARTILHADA EM COMUNIDADES VIRTUAIS: CONVERSAS SOBRE O VEGANISMO 119

Karime KAMEL

CAPÍTULO 11 | ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS PARA SOLUÇÕES DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO APLICADAS À ADEQUAÇÃO DA PAISAGEM RURAL AO CÓDIGO FLORESTAL BRASILEIRO..... 134

Márcia Izabel Fugisawa Souza

Tércia Zavaglia Torres

Nadir Rodrigues Pereira

João dos Santos Vila da Silva

Daniel Rodrigo de Freitas Apolinário

CAPÍTULO 12 | MARKETING DE RELACIONAMENTO COMO FERRAMENTA DE RETENÇÃO DE CLIENTES: ESTUDO DE PROGRAMAS DE FIDELIDADE DE JORNAIS BRASILEIROS..... 149

Guaracy Carlos da Silveira

Fernando Augusto Carvalho Dineli da Costa

CAPÍTULO 13 | TEORIA CRÍTICA E COMUNICAÇÃO NA ERA DIGITAL: CONTRIBUIÇÕES DO MARXISMO PARA A CONDIÇÃO MIDIÁTICA CONTEMPORÂNEA1..... 162

Tarcísio de Sá Cardoso

Jenifer Santos Souza

CAPÍTULO 14 | A REPRESENTAÇÃO DA MÍDIA JORNALÍSTICA NA GRAPHIC NOVEL “PÉRSEPOLIS” 176

Ana Beatriz Leite de Souza

Diego dos Santos Barbosa

CAPÍTULO 15 ENQUADRAMENTOS E CONSTRUÇÕES DA REALIDADE: A ANÁLISE COMPARATIVA DA COBERTURA DAS MANIFESTAÇÕES DE 2013 E 2015 NA REVISTA VEJA.....	189
<i>Christinny Matos Garibaldi Pires</i>	
CAPÍTULO 16 GUERRA E FOTOJORNALISMO: UMA ANÁLISE DA IMPORTÂNCIA DA REVISTA REALIDADE NA COBERTURA DA GUERRA DO VIETNÃ.....	203
<i>Verônica Scheifer</i>	
<i>Carlos Alberto de Souza</i>	
CAPÍTULO 17 JORNALISMO DE VIAGEM: NARRATIVAS AUDIOVISUAIS DIGITAIS NO JORNALISMO ESPECIALIZADO DE TURISMO E A AUDIÊNCIA NO FACEBOOK	214
<i>Laíz SILVEIRA</i>	
<i>Valdecir BECKER</i>	
CAPÍTULO 18 LIVRO-REPORTAGEM MEMÓRIAS DE FOGO E DE DOR.....	227
<i>Tatiane Milani</i>	
<i>Rubia Steffens</i>	
<i>Luciane Volpatto Rodrigues</i>	
<i>Tatiane Dos Santos Pacheco</i>	
<i>Alessandra Francieli Weiler</i>	
CAPÍTULO 19 O INVERNO NO PAÍS DO VERÃO: UMA ANÁLISE SOBRE TELEJORNALISMO E APROPRIAÇÕES DOS ESPAÇOS URBANOS	234
<i>Ana Carolina Rocha Pessoa TEMER²</i>	
CAPÍTULO 20 O JORNALISMO PERITO E A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NA REVISTA CIÊNCIA HOJE DAS CRIANÇAS	249
<i>Doraci Masiero Jacobus</i>	
CAPÍTULO 21 O NOVO MODELO DE COMUNICAÇÃO NO JORNALISMO PÓS INDUSTRIAL: CASE CATRACA LIVRE	263
<i>Luiza Teixeira do Nascimento</i>	
<i>Rhanica Evelise Toledo Coutinho</i>	
CAPÍTULO 22 O PERFIL INOVADOR DAS TRÊS ÁREAS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (JORNALISMO, PUBLICIDADE E PROPAGANDA E RELAÇÕES PÚBLICAS).....	276
<i>Aniele Uhlmann Spinosa</i>	
<i>Daniele Iachecen</i>	
<i>Kelly Balbino</i>	

CAPÍTULO 23 | OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA (1998-2016): O FIM DO DEBATE CRÍTICO
SOBRE O JORNALISMO BRASILEIRO NA TV PÚBLICA**290**

Lilian Saback de Sá Moraes

CAPÍTULO 24 | QUAL A LINHA EDITORIAL E POLÍTICA DOS COMUNICADORES MAIS
INFLUENTES NAS REDES SOCIAIS? UMA ANÁLISE DA COBERTURA DA VOTAÇÃO DO
IMPEACHMENT DA PRESIDENTA DILMA ROUSSEFF **301**

Maíra BITTENCOURT

César MAIA

CAPÍTULO 25 | RECONFIGURAÇÃO MIDIÁTICA SEGUNDO CONCEITOS DE
CONVERGÊNCIA TECNOLÓGICA: CONSIDERAÇÕES SOBRE ESTADÃO.COM.BR E
HUFFPOST BRASIL.....**315**

Jonas Gonçalves

Edson Capoano

SOBRE OS AUTORES**327**

CAPÍTULO 9

CENTRO HISTÓRICO DE CUIABÁ COMO ACONTECIMENTO: PATRIMÔNIO DE QUÊ, PRA QUEM?

Fernanda Safira Soares Campos

*Universidade Federal de Mato Grosso,
Faculdade de Comunicação e Artes
Cuiabá – Mato Grosso*

Heloisa de Lima Gomes

*Universidade Federal de Mato Grosso,
Faculdade de Comunicação e Artes
Cuiabá – Mato Grosso*

Leonardo Rodrigues Corrêa

*Universidade Federal de Mato Grosso,
Faculdade de Comunicação e Artes
Cuiabá – Mato Grosso*

Pedro Pinto de Oliveira

*Universidade Federal de Mato Grosso,
Faculdade de Comunicação e Artes
Cuiabá – Mato Grosso*

RESUMO: A partir da formação de um grupo ciberativista autointitulado “Movimento Cuyabania”, buscou-se acionar a interação com diferentes públicos sobre a pauta das eleições municipais de Cuiabá/MT de 2016 por meio do Facebook6. O tema da interpelação foi o Centro Histórico da cidade, considerado patrimônio artístico e cultural: “Patrimônio histórico de quê, pra quem?”. Com diversos modos de interpelação tratamos da intervenção da pauta da eleição, provocando a atenção para o Centro Histórico abandonado. O segundo momento foi de análise da interação acionada, quais sentidos foram construídos na interlocução e quais valores atravessam a discussão proposta. Foram utilizadas as noções de paradigma relacional, de Vera França, e o conceito operador de Acontecimento de Louis Quéré.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; Política; Acontecimento; Ciberativismo; Eleições brasileiras.

Introdução

Com o processo eleitoral municipal tomando forma, discentes de Comunicação Social da Universidade Federal de Mato Grosso, formaram grupos durante a disciplina de Teoria da Comunicação II para levantar questões importantes em relação à cidade de Cuiabá. Deste modo, buscou-se inserir pautas relevantes no debate eleitoral. A pauta escolhida pelo grupo deste artigo foi a atual situação do Centro Histórico e Cultural da capital matogrossense.

O grupo ciberativista intitulou-se “Movimento Cuyabania” e criou uma página na rede social Facebook como forma de fomentar o debate da pauta e interpelar diferentes públicos na internet. Estabeleceu-se uma estratégia de comunicação dividida em dois momentos. No primeiro, buscou-se criticar a imagem do Centro Histórico, desqualificando sua importância para a sociedade. Já no segundo momento, em que se apresentou o real objetivo da página, ao chamar a atenção para importância cultural, social e arquitetônica do Centro, a interpelação tornou-se mais amena e receptiva, sem com isso perder seu caráter ativista. O grupo interpelou, também, possíveis candidatos aos cargos de vereador e prefeito, partidos políticos, órgãos públicos como o Iphan e a Câmara de Dirigentes e Lojistas de Cuiabá – CDL. Ao longo do artigo serão detalhadas as estratégias e interpelações acionadas pelo grupo.

A fundamentação teórica parte do paradigma relacional da comunicação de Vera França, em que os sentidos e valores da comunicação são construídos entre os interlocutores na e pela interação. E o conceito operador, de base pragmatista, é o Acontecimento segundo a obra de Louis Quéré, que busca entender tanto na experiência individual quanto na coletiva a forma como os sujeitos são afetados pelo Acontecimento.

Centro Histórico de Cuiabá: o valor desse espaço como marca do Brasil Central

A cidade de Cuiabá tem origem na margem do rio homônimo e foi fundada em 1719 por Pascoal Moreira Cabral e Miguel Sutil. A sua criação se deu pela exploração de ouro que se iniciou em 1722 nas margens do córrego da Prainha onde se promoveu a fundação das primeiras vias urbanas e conseqüentemente a construção dos casarios e edificações.

Esses bens materiais são hoje tombados como patrimônio cultural da humanidade pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), que consiste na titularidade do bem como valor para uma sociedade e que, por esta razão, estão protegidos por legislação que deve ser respeitada para o bem de sua conservação. O tombamento na cidade de Cuiabá só foi efetivado em 1993, e é

composto pelo conjunto arquitetônico, urbanístico e paisagístico da cidade, além do patrimônio imaterial, como as festas religiosas e a viola de cocho.

O acervo ali localizado conta a história da formação da cidade – sendo, portanto, expressão cultural da capital matogrossense. O espaço urbano e a arquitetura do Centro conferem a Cuiabá identidade e personalidade históricocultural. (CONTE, Claudio Qoos, 2005, p.17)

A saber, são tombados pelo IPHAN os seguintes monumentos cuiabanos pertencentes ao Centro: Catedral Basílica do Senhor bom Jesus do Cuiabá, Igreja de Nossa Senhora do Rosário e São Benedito de Cuiabá, Igreja do Senhor dos Passos, Palácio da Instrução (Museu Histórico e Biblioteca), Memorial da Água, Antigo Arsenal de Guerra, Museu do Rio Cuiabá, Museu da Imagem e do Som de Cuiabá (MISC), Museu de Pré-história Casa Dom Aquino e Museu Rondon, Marco do Centro Geodésico da América do Sul.

Ao escolher como tema de ciberativismo o Centro Histórico da cidade de Cuiabá, cujos desdobramentos serão explanados posteriormente, a busca se deu pelo fato desse ser parte construtiva da cultura da sociedade e mesmo assim se encontrar deteriorado, sendo usado quase exclusivamente para o comércio. Além da questão de abandono em relação aos edifícios, pôde-se observar também um descaso do poder público ao observar a falta de iluminação, problemas quanto a mobilidade devido à falta de planejamento ao entorno do centro, bem como a violência. Outro ponto a ser destacado é do atual uso desse patrimônio público, no qual pouco se percebe ocupação artística, eventos culturais e afins.

Fundamentação Teórica

Como fundamentação teórica, utilizou-se a noção relacional da comunicação, em que as práticas comunicativas são alteradas na e pela interação por meio da interlocução entre os sujeitos, respeitando um contexto sociocultural e tendo como produto um discurso com forte materialidade simbólica.

Os produtos midiáticos tanto refletem quanto orientam uma dada realidade. As práticas comunicativas são constituidoras da vida social e, ao mesmo tempo, constituídas por ela – o que altera completamente (mas também dificulta) a forma de abordá-las. (FRANÇA e GUIMARÃES, 2005, p. 1).

Entendendo a comunicação a partir do eixo teórico relacional percebemos que essa não se restringe a uma simples transmissão de mensagens. Os sujeitos envolvidos nesse processo de troca e ação compartilhada alteram o processo comunicativo quando um interpela o outro, diferente da ideia de emissor e receptor

que possui natureza unidirecional e não há compartilhamento de experiências.

Outra característica da ideia relacional de comunicação é que o produto da interação entre os interlocutores, isto é, os discursos, podem ser identificados por trazerem marcas de sua produção, que advém de determinados sujeitos e seus contextos, possuindo assim uma singularidade.

Em suma, a comunicação compreende um processo de produção e compartilhamento de sentidos entre os sujeitos interlocutores, realizado através de uma materialidade simbólica (da produção de discursos) e inserido em determinado contexto sobre o qual atua e do qual recebe os reflexos. (FRANÇA, 2001, p.16)

No âmbito conceitual, a noção de Acontecimento utilizada neste artigo é de base pragmatista, ao buscar entender, no domínio da experiência individual ou coletiva, como o público é afetado e sua reação durante ocorrências previstas ou imprevistas. No caso da eleição como um Acontecimento, tais ações afetam e provocam rupturas no cotidiano. Os Acontecimentos, portanto, são componentes da organização da experiência, mas não ficam restritos ao universo do discurso. Pelo viés do pragmatismo, segundo John Dewey e George Herbert Mead, entende-se que os Acontecimentos são coisas concretas, reais, antes de serem colocadas no discurso, e que vão para além da lógica de uma construção restrita ao processo de mediação.

Nesse aspecto, uma elaboração progressiva do Acontecimento se produz através de um trabalho de enquete, distribuído através de vários atores sociais que participam desse trabalho de constituição dos sentidos compartilhados pela articulação da comunicação.

Entende-se, portanto, que na comunicação o conceito de Acontecimento é chave da pesquisa apresentada, não só nomeando o Acontecimento, como em sua narrativa que inscreve o Acontecimento em um espaço de tempo, mas também articula um encadeamento de sentidos na configuração do contexto no qual ele se insere.

O contexto comunicativo da eleição municipal no Brasil é normatizado, colocado como algo da agenda prevista e de uma afetação já esperada, que possui tempo e lugar para a sua ocorrência. Intervir fora da temporalidade deste Acontecimento, visando também intervir na constituição da pauta dos debates são dois desafios para inserir o tema proposto. Indo além do domínio da mídia especializada, dos partidos e dos candidatos, sendo uma demanda vinda diretamente da sociedade civil, tudo porque o público entende que a narrativa dominante se coloca como algo externo em que ele não participa diretamente da constituição, apenas responde às afetações que lhes são postas.

Louis Quéré afirma que o Acontecimento é algo que vem de fora, que instaura uma descontinuidade na experiência dos sujeitos. “É tudo aquilo que provocaria

uma ruptura na rotina das coisas” (QUÉRÉ. Louis, 2003, p. 37). Mesmo que, às vezes, programado, o Acontecimento surge como algo inesperado e imprevisível para os sujeitos afetados por ele. O poder de afetação do Acontecimento, somado à possibilidade dos sujeitos afetados resultaria numa profusão de sentidos, gerando significados a partir desse.

Sendo assim, o grupo Movimento Cuyabania, propôs que o Centro Histórico pudesse por si só ser considerado um Acontecimento, na medida que é ocupado e visto como algo que foge do cotidiano, a quebra de uma rotina. Buscou-se então o Acontecimento através do ciberativismo, levantando debates que apresentassem o Centro Histórico como um Acontecimento. Considerou-se sempre que não são as características intrínsecas do Acontecimento que o tornam relevante, mas sim qual o impacto que o mesmo causa nos indivíduos. Nesse sentido, buscase base nas considerações da professora Vera França (2011), principalmente no que diz respeito à interação dos agentes participantes da comunicação: “O relato de um Acontecimento implica formatá-lo, conferir-lhe um sentido, fazê-lo reconhecível, e, portanto, atribuir-lhe uma identidade” (p.59).

Outra característica apontada por Vera França em seus estudos é de que o Acontecimento pressupõe um questionamento, leva a refletir algo, gera algum tipo de desconforto ou deslocamento. Sendo esse o principal ponto do presente estudo, fez-se, através das redes sociais, do Acontecimento Centro Histórico de Cuiabá um outro Acontecimento, gerando um questionamento e causando impacto nos indivíduos, que posteriormente será demonstrado.

Seguindo o mesmo viés, a intencionalidade da produção desse Acontecimento através do ciberativismo é de fomentar uma discussão pública diante do atual cenário de pré-eleições municipais para que o tema entre como pauta da discussão política.

Ciberativismo

O ciberativismo pode ser entendido como um conjunto de práticas de cunho político, cultural, ambiental ou social, que visa debater e alcançar apoio popular para determinadas causas por meio da internet. Alguns teóricos já conceituaram o termo: [...] Entendese por ciberativismo a utilização da Internet por movimentos politicamente motivados (VEGH. 2003, p. 71 apud OLIVEIRA, 2010 2003, p.4), com o intuito de alcançar suas tradicionais metas ou lutar contra injustiças que ocorrem na própria rede (GURAK, LOGIE, 2003; MCCAUGHEY, AYERS, 2003).

Dentro do que se refere ao ciberativismo, é possível estabelecer destaque ao termo alternatividade, tudo porque com o advento das novas tecnologias passou a ser possível uma realidade de mais interação, em que as mais diversas linhas de pensamento ou contestações possuam um lugar mais acessível em que podem

expressar suas opiniões. Ou seja, o ciberativismo tem como uma de suas noções o alternativo por encontrar no ciberespaço a possibilidade de ir de encontro aos discursos dominantes, bem como empoderar de forma mais verdadeira os diversos agentes comunicativos. Como bem explica Máximo Grinberg:

Alternativo é todo meio que, num contexto caracterizado pela existência de setores privilegiados que detêm o poder político, econômico e cultural (...), implica uma opção frente ao discurso dominante; opção à qual confluem, em grau variável, os sistemas de propriedade, as possibilidades de participação dos receptores na elaboração das mensagens, as fontes de financiamento e as redes de distribuição, como elementos complementares. (GRINBERG, 1987, p.30)

Desse modo, é importante ressaltar que quando se fala em ciberativismo, necessariamente se fala em democratização da comunicação. Uma comunicação que não se faz dependente da mídia tradicional e que assim pode ser conduzida para além das temáticas de interesse dos que detêm o poder.

Movimento Cuyabania e as interpelações do ativismo

A forma de ação do grupo Movimento Cuyabania deuse pelo ciberativismo, com o intuito de fomentar nas redes sociais o debate acerca do Centro Histórico de Cuiabá, visando dessa forma incluir tal problemática, tantas vezes esquecida, nas discussões eleitorais municipais de 2016. O grupo pretendeu mostrar através de uma fanpage no Facebook, que o Centro Histórico de Cuiabá sempre esteve à margem das principais discussões pré-eleitorais, num claro sinal do pouco valor dado à importância que o mesmo carrega.

Ao fomentar tal debate, o grupo quis entender a forma como o poder público e como a população enxergava tal questão. Para isso, primeiramente, interpelou-se a população por meio de questionamentos que diziam respeito à forma como Centro Histórico é preservado pela própria sociedade, e à forma como o mesmo era ocupado, ou não, por essa sociedade. Buscou-se entender o que os cidadãos esperavam do Centro e se já agiam de alguma forma para ocupar a referida área, seja com atividades musicais, políticas, ambientais ou artísticas de qualquer ordem. Nesse sentido, o cerne desta busca disse respeito ao título de patrimônio público. Algo público, mas que tantas vezes não é tido como interesse da sociedade ou mesmo que não serve à população, por não apresentar as condições básicas necessárias, sendo única exceção as práticas comerciais.

Concomitante às interpelações feitas à população, foram feitas interpelações a figuras políticas do município de Cuiabá, além da CDL. Buscou-se primeiramente o contato com vereadores e pré-candidatos à prefeitura de Cuiabá em 2016, por meio de seus perfis na rede social Facebook. Constatou-se clara interdição da comunicação ou mesmo desinteresse por parte dos interpelados quanto à questão levantada pelo grupo. Salientase aqui que todos os perfis contatados costumam ser atualizados diariamente, entretanto nenhum deles se manifestou. Foram contatados os vereadores João Emanuel, Marcrean Santos, Faissal Calil, Toninho de Souza, Aroldo Kuzai, Adilson Levante, Adevaír Cabral, João Emanuel Moreira Li e Onofre Júnior, além dos pré-candidatos Julier Sebastião, Dorileo Leal II e Ludio Cabral. O mesmo aconteceu com a Câmara de Dirigentes Lojistas de Cuiabá.

Se a comunicação tivesse se completado, os questionamentos que seriam levantados para as figuras públicas aqui citadas, seriam a priori: “Você acredita que o Centro Histórico cuiabano é importante em algum aspecto? Qual?”, “Como você enxerga a atual ocupação do Centro Histórico de Cuiabá? Considera que é extremamente comercial?”, “Com relação à participação do poder público na preservação do Centro Histórico, como você considera que essa se dá atualmente?”. Destacase aqui, que pela escolha do grupo por um processo comunicativo que não considera a comunicação como uma produção estática, essas seriam somente as interpelações que iniciariam o debate acerca da questão levantada.

Estratégias comunicativas no Facebook

No que tange a identidade visual da fanpage, a logo pensada buscou remeter aos internautas rápida compreensão de que se falava de Cuiabá, afinal, a arte era uma das torres da Basílica Bom Jesus ou simplesmente Igreja Matriz. Em ambas as torres da construção há quatro relógios que marcam, e muito bem, a ideia de tempo. Fazendo uma ligação com Centro Histórico da cidade, percebe-se que o tempo passa, mas a memória resiste ao tempo. Este foi o ícone que se buscou para apresentar a página, pois apesar de estar na região central da cidade, frenética rotina da vida urbana passa às vezes despercebido.

Ao que cabe à estratégia de comunicação utilizada, dividiuse a página em dois momentos. No primeiro, intitulado “Dark Side”, utilizou-se uma abordagem que vai na contramão da ideia do projeto, valendo-se de linguagem e elementos visuais com forte teor de ironia. Devido ao risco de sua compreensão, é preciso que haja muita cautela e sutileza para recorrer à ironia no processo comunicativo. Segundo o filósofo e poeta alemão Rainer Maria Rilke (1995, p. 30) “Nos momentos criativos, procure fazer uso dela como de mais um meio para abarcar a vida. Usada com pureza, ela também é pura, e não é preciso envergonhar-se dela”. Da mesma forma, o autor afirma que:

Pois sob a influência de coisas sérias, ou a ironia o abandonará (se ela for algo ocasional), ou então ela ganhará força (se lhe pertencer como algo inato) e se converterá em uma ferramenta séria assumindo seu lugar no encadeamento dos recursos com os quais o senhor terá de constituir sua arte. (RILKE, 1995, p.30)

Nesse sentido, o objetivo foi acionar a interação por meio de ideias que não condizem com a proposta do trabalho, utilizando hashtags como #VendeCentro, #CentroHistoricoPraQuê?, #XôRestoVelho e até mesmo aplicando outra conotação ao termo tombamento com a hashtag #TombaMesmo. Obteve-se um retorno significativo no que diz respeito a relação dos internautas com a página, atingindo 207 pessoas e com 13 comentários com muita revolta.

Figura 1 Primeiro post e comentários



Fonte: Print screen da página Movimento Cuyabania no Facebook

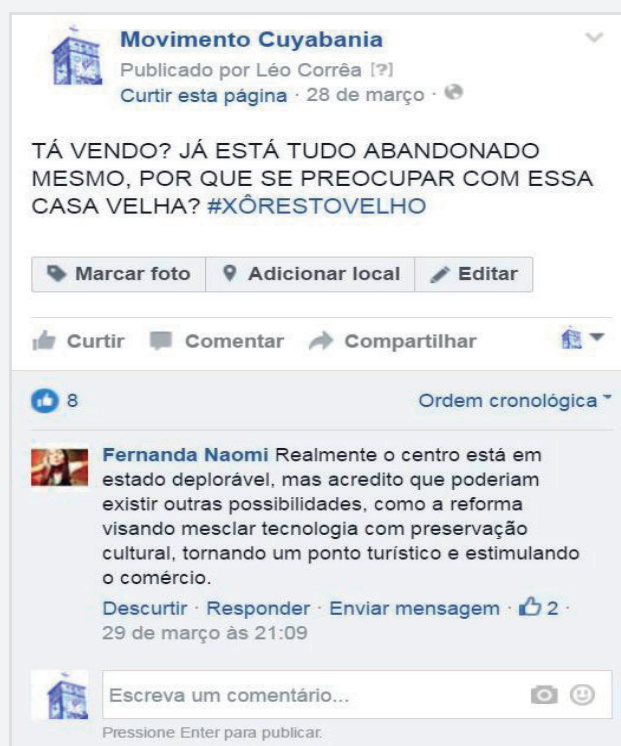
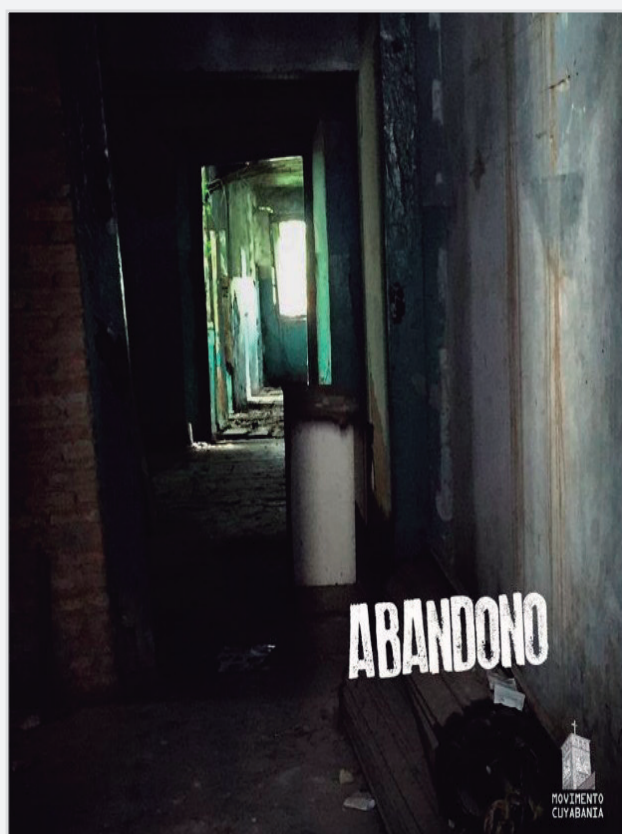
A imagem acima mostra o valor do Centro Histórico para esses sujeitos, as possibilidades segundo eles que esse patrimônio pode proporcionar através de sua revitalização e valorização e a discordância desses agentes com relação a ideia proposta pelo post.

No segundo momento do ativismo, chamado de “Versão Amorzinho”, os posts tiveram um caráter mais informativo da atual condição do Centro Histórico de Cuiabá, mostrando a pauta defendida pelo movimento e pedindo sugestões aos internautas. A hashtag #QueroCentroHistoricoNaEleicao2016, foi utilizada para chamar os internautas a discutirem o tema, quebrando a natureza do Acontecimento da eleição, cuja a pauta dos debates parece já vir pronta.

Análise dos achados

Entre os achados da pesquisa, nitidamente observase grande interesse e preocupação com o Centro Histórico de Cuiabá por parte da população, bem como o reconhecimento de seu valor como parte integrante de sua identidade. Entretanto, o mesmo não pôde ser observado durante a interpelação feita às figuras políticas anteriormente mencionadas.

Figura 2 Post “Abandono” e comentário de sujeito interpelado



Fonte: Print screen da página Movimento Cuyabania no Facebook

Na imagem acima, é possível observar que a internauta sentiu-se afetada pelo conteúdo agressivo da postagem, e mesmo concordando com o fato do Centro Histórico encontrarse abandonado, opôs-se ao que foi proposto, sugerindo que o espaço fosse revitalizado e ocupado de outra forma, ilustrando assim o paradigma relacional da comunicação.

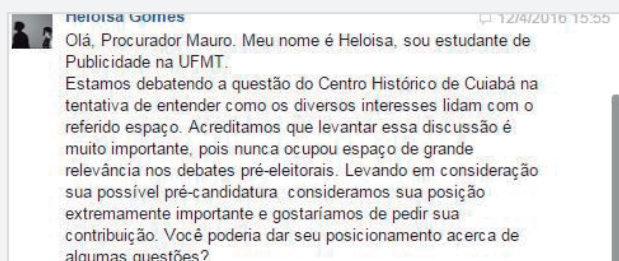
Figura 3 Post “#VendeCentro” e comentário de sujeito interpelado



Fonte: Print screen da página Movimento Cuyabania no Facebook13

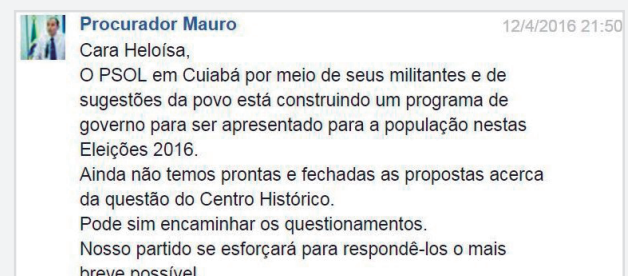
Verifica-se na Figura 3, a partir da ideia relacional da comunicação, que os sujeitos interpelados não se restringem a apenas receberem a mensagem, mas constroem um processo de troca, que tem como intencionalidade alterar o processo comunicativo.

Figura 4 – Tentativa de interação com figuras políticas



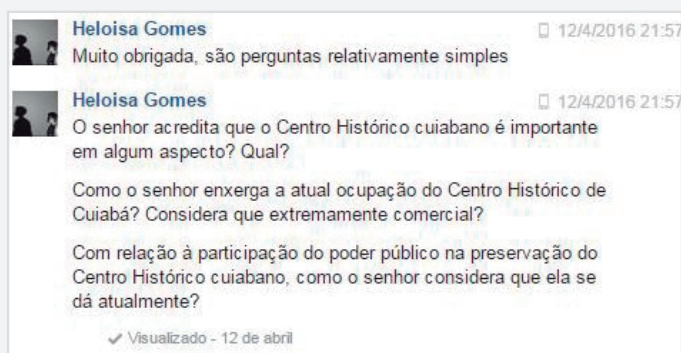
Fonte: Print screen de chat do perfil pessoal de Heloisa de Lima Gomes no Facebook

Figura 5 - Única resposta obtida a partir das interpelações a figuras políticas



Fonte: Print screen de chat do perfil pessoal de Heloisa de Lima Gomes no Facebook]

Figura 6 Encaminhamento de questionamentos



Fonte: Print screen de chat do perfil pessoal de Heloisa de Lima Gomes no Facebook

Na interação com as figuras políticas da cidade de Cuiabá, conforme destacado anteriormente, é possível apreender a ideia da interdição da comunicação – a omissão do interlocutor, a falta de uma resposta ou argumento, de não responder à afetação. Das treze figuras questionadas, apenas uma, o político conhecido pelo nome eleitoral de Procurador Mauro, manifestou-se indicando um possível retorno, que, entretanto, não ocorreu.

Desse modo, é possível inferir que as demais personalidades públicas da política local não se sentiram interpeladas pela relevância da pauta, pelas necessidades e urgências de transformação do Centro Histórico de Cuiabá. A interdição da comunicação vista aqui está ligada ao pouco valor “eleitoral” da pauta. O grupo acredita que para essas personalidades políticas é pouco necessário discutir esse espaço de patrimônio público, bem como seus usos e a percepção da importância desse lugar para a cidade e esta é a razão da interrupção do processo comunicativo acionado pelo ativismo.

Considerações Finais

Através de duas estratégias comunicativas distintas o grupo Movimento Cuyabania buscou principalmente entender o valor que o Centro Histórico de Cuiabá tem junto a população da cidade. Tendo como mote inicial a reverberação da ideia de destruição do Centro Histórico de Cuiabá, visou-se incomodar e indagar a população cuiabana quanto a forma como o referido local é ocupado e como aquela deseja que esse seja ocupado. No primeiro momento em que foi feito uso de linguagem apelativa que diminui a importância do Centro, encontrou-se achados que dão conta de que os cidadãos cuiabanos gostariam de ocupar de maneira mais efetiva, mas são impedidos diante da falta de projetos, infraestrutura e até mesmo segurança.

O ciberativismo foi acionado valendo-se de vários elementos que compuseram as estratégias, quais sejam: ironia, provocação, informatividade, questionamentos, propostas e homenagens à cidade de Cuiabá. Por meio desses elementos, os internautas sentiram-se interpelados e conseqüentemente deram forma ao processo comunicativo iniciado pelo Movimento.

Destarte, todos os achados da pesquisa apontam para a importância do debate acerca da região central e histórica da cidade de Cuiabá, que esse debate muito interessa a sociedade cuiabana e que deveria ser mais explorado e discutido tanto nos momentos pré-eleitorais, quanto nos planos de governo das figuras políticas cuiabanas.

REFERÊNCIAS

CONTE, Cláudio Quoos; FREIRE, Marcos Vinicius de Lamonica. **Centro Histórico de Cuiabá Patrimônio do Brasil**. Cuiabá, 2005.

FRANÇA, Vera. e GUIMARÃES, César. **Narrativas midiáticas e experiência estética**.

Recife, 2005

FRANÇA, Vera. QUÉRÉ, Louis: **Dos modelos da comunicação**. Revista Fronteiras, São Leopoldo: UNISINOS, v. V, n. 2, p. 37-51, 2003.

FRANÇA, Vera. **O acontecimento para além do acontecimento: uma ferramenta heurística**. Belo Horizonte, 2012.

... **O acontecimento e a mídia**. São Paulo, 2012.

... **O crime e o trabalho de individuação do acontecimento no espaço midiático**. Belo Horizonte, 2011.

... **Paradigmas da Comunicação : conhecer o quê?**. Belo Horizonte, 2001.

GRINBERG, Máximo Simpson. **A comunicação alternativa na América Latina**. Petrópolis: Vozes, 1987.

GURAK, L. J. and LOGIE, J. **Internet protests, from text to web**. Vancouver, 2003. IPHAN. **Cuiabá – MT**. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/>>. Acesso em 20 abr. 2016.

QUÉRÉ, Lois. **Entre facto e sentido: a dualidade do acontecimento**. Trajectos. Revista de Comunicação, Cultura e Educação, Lisboa, n. 6, p. 5975, 2005.

RILKE, Rainer. **Cartas a um jovem poeta**. Tradução por Paulo Rónai. Rio de Janeiro: Editora Globo, 1995.

VEGH, S. **Classifying forms of online activism: the case of cyberprotests against the World Bank**. In: MCCAUGHEY, M., AYERS, M.D. (ed.). **Cyberactivism: online activism in theory and practice**. London: Routledge, 2003.

Sobre os autores

Alessandra Francieli Weiler Graduada em Comunicação Social Hab. Jornalismo- UFSM/FW – RS- Email: comunicacao.alessandra@gmail.com

Ana Beatriz Leite de Souzam Graduação em Jornalismo pela Universidade Federal do Ceará; E-mail para contato: anabmilk@gmail.com

Ana Carolina Rocha Pessoa Temer Professora do Curso de Jornalismo e do Programa de Pós-graduação da Faculdade de Informação e Comunicação- FIC, da Universidade Federal de Goiás. Pós-doutora em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Doutora e mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Diretora Regional Centro Oeste da Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Coordenadora do GT Estudos de Periodismo da ALAIC – Asociación Latinoamericana de Investigadores de La Comunicación. e-mail: anacarolina.temer@gmail.com

Aniele Uhlmann Spinosa Graduação em Relações Públicas pela Universidade Pontifícia Universidade Católica do Paraná – Curitiba (PUCPR); Curitiba- Paraná; E-mail para contato: anispinosa@icloud.com

Antonio Carlos Persegani Florenzano Mestrando em Comunicação e Linguagens, pela Universidade Tuiuti do Paraná e pesquisador no GP Jor XXI (PPGCOM – UTP). Membro do GP JOR XXI da UTP. Taxista PROSUP/CAPES, e-mail: abonico@gmail.com.

Carla Montuori Fernandes Professor da Universidade Paulista (UNIP); Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura das Mídias da Universidade Paulista (UNIP); Mestre em Comunicação e Cultura das Mídias pela Universidade Paulista (UNIP); Doutora em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP); Pós-doutora em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP); E-mail: carla_montuori@ig.com.br

Carlos Alberto de Souza Doutor em Ciência Humanas (Interdisciplinar) pela Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC (2005), Mestre em Comunicação Social pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul -UFRGS (1999) e graduado em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (1983). Especialista em Psicologia da Comunicação (UFSC) e em Comunicação Social - Universidade do Vale do Itajaí. Atualmente é professor Adjunto do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa - PR

e atua como coordenador do Grupo Foca Foto e Foto&Tec, além de trabalhar no Projeto de extensão Ade (Televisão) do Departamento de Jornalismo. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Fotojornalismo, Jornalismo, Rádio e Editoração, atuando principalmente nos seguintes temas: jornalismo, fotojornalismo, comunicação, educação a distância, ensino e pesquisa. Atualmente tem se dedicado ao estudo da imagem (estática e em movimento) por meio do Grupo de Pesquisa Interart. Autor dos livros: - O Fundo do Espelho é Outro: Quem liga a RBS liga a Globo (1999) - Telejornalismo e Morte: a interdição do ver no noticiário televisivo (2008) - Coleção Mídias contemporâneas e Imagética (organizador) - Organizador dos livros: Impressão de Jornalista (volumes I, II e III), Coleção Imagética (v. I e II) e Coleção Mídias Contemporâneas (Volumes I e II)

César Maia Graduação em Ciências Sociais pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS; Mestrado em Ciências Sociais pela Universidade Federal de São Paulo – UNIFESP; Doutorando em Sociologia na Universidade da Beira Interior – UBI; E-mail para contato: cesarpmm@hotmail.com

Christinny Matos Garibaldi Pires Graduada em Jornalismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora; Bolsista do Programa de Educação Tutorial da Faculdade de Comunicação da UFJF (PET - Facom) X; E-mail para contato: christinnyg@gmail.com

Cristine Rahmeier Marquetto Doutoranda em Ciências da Comunicação pela Unisinos, e Mestra em Processos e Manifestações Culturais na Universidade FEEVALE (2015). Possui graduação em Comunicação Social - Habilitação em Relações Públicas pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2010). Trabalha na área de produção cultural, elaborando projetos para leis de incentivo e se envolvendo com políticas públicas de cultura. Também atuou como docente na instituição SENAC, em Canoas/RS, lecionando sobre cultura, comunicação, planejamento, eventos, projetos, produção, dicção e oratória. O foco de suas pesquisas tem sido a comunicação e os estudos culturais, tendo interesse nas áreas de democracia social e cultural, políticas públicas e educação.

Daniel Rodrigo de Freitas Apolinário Analista da Embrapa Informática Agropecuária; Graduação em Ciência da Computação pela Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP; E-mail para contato: daniel.apolinario@embrapa.br

Daniele Iachecen Graduação em Relações Públicas pela Universidade Pontifícia Universidade Católica do Paraná – Curitiba (PUCPR); Curitiba- Paraná; E-mail para contato: daniele.iachecen@gmail.com

Diego dos Santos Barbosa Graduação em Jornalismo pela Universidade Federal do Ceará; E-mail para contato: diegosbarbosa95@hotmail.com

Dirceu Martins Alves Professor da Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC), Ilhéus – Bahia. Membro do corpo docente do Departamento de Letras e Artes, atuando no Curso de Graduação em Comunicação Social – Rádio e TV. Graduação em Licenciatura Plena em Letras pelas Faculdades Metropolitanas Unidas, FMU, Brasil. 1992. Graduação em Licenciatura Plena em Letras pela Universidade Estadual Paulista, UNESP, Brasil. 1996. Mestrado em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, PUC-SP, Brasil. 2004. Doutorado em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, PCSP, Brasil. 2010. Líder do grupo de pesquisa Comunicação, Mídia, Cultura, Tradição e traduções (ComMídiaCult/UESC/CNPq). Membro do grupo de Pesquisa Comunicação e Cultura: Barroco e Mestiçagem, da PUC-SP/CNPq. (Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica). E-mail: dirceumalvez@gmail.com

Doraci Masiero Jacobus Graduação em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos); Mestranda em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS); Grupo de pesquisa: Laboratório de Edição, Cultura e Design (LEAD)/CNPq; E-mail para contato: dmjacobus@uol.com.br

Edson Capoano: Professor pesquisador da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) de São Paulo e da Universidade Presbiteriana Mackenzie; Membro do corpo docente do Programa de Mestrado Profissional em Produção Jornalística e Mercado da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) de São Paulo; Graduação em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica (PUC) de São Paulo; Mestrado em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica (PUC) de São Paulo; Doutorado em Comunicação e Cultura pelo Programa de Integração da América Latina (PROLAM) da Universidade de São Paulo (USP); Grupo de Pesquisa: Lógicas e Modelos de Gestão em Jornalismo; E-mail para contato: edson.capoano@gmail.com

Fernanda Safira Soares Campos Graduação em Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT); Email: fsafirac@gmail.com

Fernando Augusto Carvalho Dineli da Costa Professor da Fundação Armando Alvarez Penteado – FAAP; Membro do corpo docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Marketing Digital da FAAP; Graduação

em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade Propaganda pela FAAP; Mestrado em Comunicação pela Universidade Paulista; fernandodineli@gmail.com

Franco Iacomini Junior Doutorando do PPGCOM em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Membro do GP JORXXI da UTP, e-mail:fiacomini@gmail.com.

Genira Correia Chagas Pesquisadora do Núcleo de Estudos em Arte, Mídia e Política da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP); Mestre em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP); Doutora em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP); E-mail: genirachagas@uol.com.br

Guaracy Carlos da Silveira Graduado em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, pela Fundação Armando Álvarez Penteado. Mestrado em Comunicação Social – Comunicação Tecnológica e Científica, pela Universidade Metodista de São Paulo. Doutorando em Educação, Arte e História da Cultura pela Universidade Presbiteriana Mackenzie. Grupos de Pesquisa: Convergência: Escola expandida, linguagens híbridas e diversidade. Bolsista pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES. E-mail: guaracycarlos@gmail.com

Heloisa de Lima Gomes Graduação em Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT); Email: heloisagomeslima@gmail.com

Ingrid Andressa de Almeida Querino Azevedo Graduada do 8º de período de Jornalismo na Universidade Federal de Alagoas (UFAL); Bolsista do grupo de pesquisa “Panorama da programação televisiva em Alagoas”. ingrid.azevedo9@gmail.com

Isabelle Loureiro Graduada em Comunicação Social Jornalismo pelo Centro Universitário Augusto Motta. E-mail para contato: bellelouireot@gmail.com

Jenifer Santos Souza Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP); São Paulo – SP; Mestre em Ciências Sociais pela Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP, 2015) com bolsa CNPq. Cientista social pela mesma instituição (UNIFESP, 2012). É professora de sociologia na rede estadual, (Escola Estadual Padre Anchieta - SP) desde 2012, tendo experiência com as disciplinas de sociologia, história e filosofia. Além da atuação acadêmica, tem experiência profissional com o terceiro setor (ONGs). E-mail: jenifersouza@gmail.com

João dos Santos Vila da Silva Pesquisador da Embrapa Informática Agropecuária; Graduação em Licenciatura em Ciências – Habilitação em Matemática pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS; Mestrado em Sensoriamento Remoto pelo Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais – INPE; Doutorado em Engenharia Agrícola pela Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP; E-mail para contato: joao.vila@embrapa.br

Jonas Gonçalves: Graduação em Jornalismo pela Faculdade Cásper Líbero;- Mestrado em Produção Jornalística e Mercado pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) de São Paulo;- Grupo de Pesquisa: Lógicas e Modelos de Gestão em Jornalismo; E-mail para contato: jonasgoncalves@gmail.com

Karime Kamel Graduação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Tuiuti do Paraná; Mestranda em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná; Pesquisadora no Grupo de Pesquisa INCOM - Interações Comunicacionais, Imagens e Culturas Digitais (PPGCOM-UTP). Pós graduada em Marketing e Negócios pela Universidade Tuiuti do Paraná; Pós Graduada em Gestão de Pessoas pela UNINTER; E-mail para contato: karimekamel@icloud.com

Kelly Balbino Graduação em Relações Públicas pela Universidade Pontifícia Universidade Católica do Paraná – Curitiba (PUCPR); Curitiba- Paraná; E-mail para contato: kellyfernandarp@gmail.com

Laíz Silveira Mestre em Jornalismo na Universidade Federal da Paraíba. Especialista em Telejornalismo pela Faculdade de Ensino Superior da Paraíba. Professora substituta de Relações Públicas da UFPB. Email: laizfederal@hotmail.com

Leonardo Rodrigues Corrêa Graduação em Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT); Leonardo.rc.correa@gmail.com

Lilian Saback de Sá Moraes Professora do Depto de Comunicação Social da PUC-Rio; Mestrado em Comunicação pela PUC-Rio; Doutorado em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação da UFRJ (Brasil) e pelo CIES do ISCTE-IUL (Portugal); Pós-doutorado pela PUC Minas (em andamento); Integrante do grupo de pesquisa Teorias do Jornalismo e Experiências Profissionais/CNPq da PUC-Rio e pesquisadora do Laboratório de Estudos em Comunicação Comunitária (LECC) da ECO/UFRJ; E-mail: liliansaback@puc-rio.br

Luciane Volpato Rodrigues Graduada em Comunicação Social Hab. Jornalismo- UFSM/FW – RS; Pós-graduanda em Comunicação e Marketing pela Faculdades Metropolitanas Unidas (FMU); Email: lucianevr@yahoo.com.br

Luiza Teixeira do Nascimento Graduação em Comunicação Social – Jornalismo pelo Centro Universitário de Volta Redonda - UniFOA; Luiza_vr@hotmail.com

Máira Bittencourt Professora da Universidade Federal de Rondônia; Membro do corpo docente do Departamento de Jornalismo da Universidade Federal de Rondônia; Graduação em Comunicação Social pela Universidade Católica de Pelotas – UCPEL; Mestrado em Ciências da Comunicação pela Universidade do vale do Rio dos Sinos – UNISINOS; Doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo – USP; Pós Doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade da beira Interior – UBI; Líder do Grupo de pesquisa em Linguagens e Práticas Jornalísticas – LIPJOR; E-mail para contato: maira_bittencourt@hotmail.com

Márcia Izabel Fugisawa Souza Analista da Embrapa Informática Agropecuária Graduação em Biblioteconomia pela Universidade Estadual de Londrina - UEL- Mestrado em Planejamento e Administração de Bibliotecas pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas – PUCAMP. Doutorado em Educação pela Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP; E-mail para contato: marcia.fugisawa@embrapa.br

Marcio Bico Bacharel em Direito e Jornalismo pela Universidade Paulista (UNIP); Mestre em Comunicação e Cultura das Mídias pela Universidade Paulista (UNIP); Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura das Mídias da Universidade Paulista (UNIP); E-mail: marciobico@hotmail.com

Maria Salett Tauk Santos Professora Titular da Universidade Federal Rural de Pernambuco. Docente do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (Posmex/UFRPE) e do Programa de Pós Graduação em Consumo, Cotidiano e Desenvolvimento Social (PGDCS-UFRPE). Coordenadora do Núcleo de Pesquisa Comunicação, Tecnologia e Culturas Populares (POSMEX). Membro da equipe de Coordenação do Observatório de Extensão Rural - OBSERVATER, da Universidade Federal Rural de Pernambuco. Pesquisadora membro da ORCID. Possui graduação em Jornalismo pela Universidade Católica de Pernambuco (1971), Mestrado em Administração Rural e Comunicação Rural pela Universidade Federal Rural de Pernambuco (1982) e Doutorado em Ciências da Comunicação pela

Universidade de São Paulo (1994). Autora, entre outras obras, dos livros: Comunicação para o Desenvolvimento: redes da memória. 1. ed. Recife: Companhia Editora de Pernambuco, 2016; Extensão Rural - Extensão Pesqueira: estratégias de comunicação para o desenvolvimento. 2a. ed. Recife: Fundação Antonio de Souza Abranches - FASA, 2014. 693p (Parceria com o Prof. Brás Callou); Inclusão Digital, Inclusão Social?: usos das tecnologias da informação e comunicação nas culturas populares. 1. ed. Recife: Edições Bagaço, 2009. v. 1. 256p.

Mirian Magalhães Jornalista e professora no Centro Universitário Augusto Motta. Possui Mestrado em Tecnologia pelo CEFET/RJ, é Especialista em Gestão Estratégica em EAD e se graduou em Jornalismo em 1987 pela UGF. E-mail para contato: mirianmmm@yahoo.com.br

Moisés Cardoso Doutorando do PPGCOM em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Membro do GP JORXXI da UTP, e-mail: beiocardoso@gmail.com.

Nadir Rodrigues Pereira Analista da Embrapa Informática Agropecuária; Graduação em Comunicação Social – Jornalismo pela Faculdades Integradas Alcântara Machado – FIAM; Mestrado em Educação pela Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP; E-mail para contato: nadir.rodrigues@embrapa.br

Patrícia De Andrade Mestrando em Comunicação e Linguagens, pela Universidade Tuiuti do Paraná e pesquisador no GP Jor XXI (PPGCOM – UTP). Membro do GP JORXXI da UTP, e-mail: pathy_segatta@hotmail.com

Pedro Pinto de Oliveira Professor da Faculdade de Comunicação e Artes da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT); Mestrado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP); Doutorado em Comunicação pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG); Pós Doutorado em Comunicação e Artes pela Universidade da Beira Interior (UBI) – Portugal; Email: ppo@terra.com.br

Rhanica Evelise Toledo Coutinho Professor do Centro Universitário de Volta Redonda - UniFOA; Membro do corpo docente do Programa de Pós-Graduação do Centro Universitário de Volta Redonda - UniFOA; Graduação em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário de Barra Mansa-UBM; Mestrado Profissional em Ciências da Saúde e do Meio Ambiente pelo Centro Universitário de Volta Redonda - UniFOA; Doutoranda em Ciências da Educação pela Universidade Trás-os-Montes e Alto D'ouro-UTAD (Portugal); Pesquisadora colaboradora LAGERES - Laboratório de

Estudo e Pesquisa na/para a Formação de Professores - CNPq (2010-2018)

Rubia Steffens Graduada em Comunicação Social Hab. Jornalismo- UFSM/FW – RS; Email: biasteffens@gmail.com

Selma Regina Ramalho Conte Bibliotecária Documentalista no Sistema de Bibliotecas (SiBi) da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Graduada em Biblioteconomia e Documentação pela Universidade Estadual Paulista (UNESP). Mestre em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Coordenadora do Programa de Gestão do Conhecimento (PGC) do Sistema de Bibliotecas (SiBi) da Universidade Federal do Paraná (UFPR). E-mail: selmaconte@gmail.com

Tárcila Driely de Souza Cabral Graduada em Jornalismo, curso inserido no Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes (ICHCA), da Universidade Federal de Alagoas (UFAL). Bolsista de Fomento Científico, Tecnológico e Extensão Inovadora – Desenvolvimento Institucional da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Alagoas (Fapeal). tarciladriely@gmail.com tarcila.cabral@fapeal.br

Tarcis Prado Junior Doutorando do PPGCOM em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Membro do GP JORXXI da UTP, e-mail: tarcisjr@yahoo.com.br.

Tarcísio de Sá Cardoso Universidade Federal da Bahia (UFBA)- Salvador – BA; Professor adjunto do Departamento de Comunicação da UFBA. Doutor em Tecnologias da Inteligência e Design Digital (TIDD) pela PUC-SP com bolsa CAPES (2015). Mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP com bolsa CNPq (2010). Desenhista Industrial pela UFBA (2006). Membro do grupo de pesquisa TransObjeto (CNPq). Desenvolve pesquisas interdisciplinares com interesse nos trabalhos de Charles S. Peirce e de Bruno Latour. Possui experiência de docência em cursos superiores na área de Comunicação e Filosofia desde 2010, com ênfase em Teorias da Comunicação, Semiótica, Teorias da cibercultura. e-mail: tcardoso@ufba.br

Tatiane dos Santos Pacheco Graduação em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria. Pós-Graduada em Gestão Estratégica de Pessoas da Uceff Faculdades. Email para contato: tatianne_pacheco@hotmail.com

Tatiane Milani Graduação em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria. Mestranda pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do

Rio dos Sinos – Unisinos São Leopoldo/RS. Bolsista Capes/
PROEX Taxa. Email para contato: tatimilani10@gmail.com

Tércia Zavaglia Torres Analista da Embrapa Informática Agropecuária Graduação em Administração de Empresas pela Faculdades Integradas da Católica de Brasília – FICB; Mestrado em Educação pela Universidade Federal de São Carlos – UFSCAR; Doutorado em Educação pela Universidade Federal de São Carlos – UFSCAR; E-mail para contato: tercia.torres@embrapa.br

Valdecir Becker Orientador do trabalho. Jornalista, mestre em Engenharia e Gestão do Conhecimento (2006,UFSC) e doutor em Ciências (Engenharia Elétrica, 2011, USP). Professor no Centro de Informática e nos Programas de Pós-graduação em Jornalismo e Pós-Graduação em Computação, Comunicação e Artes, da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). valdecir@ci.ufpb.br

Verônica Scheifer Graduação em andamento em Jornalismo- Universidade Estadual de Ponta Grossa, UEPG, Brasil.

Agência Brasileira do ISBN

ISBN 978-85-93243-91-2



9 788593 243912