

Marcelo Pereira da Silva
(Organizador)



A Influência da Comunicação 2

Marcelo Pereira da Silva
(Organizador)



A Influência da Comunicação 2

2020 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do Texto © 2020 Os autores

Copyright da Edição © 2020 Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação: Geraldo Alves

Edição de Arte: Lorena Prestes

Revisão: Os Autores



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

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

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Profª Drª Denise Rocha – Universidade Federal do Ceará
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie di Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Universidade Federal do Maranhão
Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste
Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná

Profª Drª Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia
Prof. Dr. Écio Souza Diniz – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Fágner Cavalcante Patrocínio dos Santos – Universidade Federal do Ceará
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Profª Drª Lina Raquel Santos Araújo – Universidade Estadual do Ceará
Prof. Dr. Pedro Manuel Villa – Universidade Federal de Viçosa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Profª Drª Talita de Santos Matos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Tiago da Silva Teófilo – Universidade Federal Rural do Semi-Árido
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. André Ribeiro da Silva – Universidade de Brasília
Profª Drª Anelise Levay Murari – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
Profª Drª Eleuza Rodrigues Machado – Faculdade Anhanguera de Brasília
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Ferlando Lima Santos – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Igor Luiz Vieira de Lima Santos – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Mylena Andréa Oliveira Torres – Universidade Ceuma
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federaci do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Paulo Inada – Universidade Estadual de Maringá
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Alexandre Leite dos Santos Silva – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Eduardo Sanches de Andrade – Universidade Federal de Goiás
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Marcelo Marques – Universidade Estadual de Maringá
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Conselho Técnico Científico

Prof. Msc. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof. Msc. Adalberto Zorzo – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza
Prof. Dr. Adailson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba
Prof. Msc. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Profª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Profª Msc. Bianca Camargo Martins – UniCesumar
Prof. Msc. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Msc. Cláudia de Araújo Marques – Faculdade de Música do Espírito Santo
Prof. Msc. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará
Profª Msc. Dayane de Melo Barros – Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Edwaldo Costa – Marinha do Brasil
Prof. Msc. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita
Prof. Msc. Gevair Campos – Instituto Mineiro de Agropecuária
Prof. Msc. Guilherme Renato Gomes – Universidade Norte do Paraná
Prof^a Msc. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Msc. José Messias Ribeiro Júnior – Instituto Federal de Educação Tecnológica de Pernambuco
Prof. Msc. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^a Msc. Lilian Coelho de Freitas – Instituto Federal do Pará
Prof^a Msc. Liliani Aparecida Sereno Fontes de Medeiros – Consórcio CEDERJ
Prof^a Dr^a Lívia do Carmo Silva – Universidade Federal de Goiás
Prof. Msc. Luis Henrique Almeida Castro – Universidade Federal da Grande Dourados
Prof. Msc. Luan Vinicius Bernardelli – Universidade Estadual de Maringá
Prof. Msc. Rafael Henrique Silva – Hospital Universitário da Universidade Federal da Grande Dourados
Prof^a Msc. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
Prof^a Msc. Solange Aparecida de Souza Monteiro – Instituto Federal de São Paulo
Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)	
143	<p>A influência da comunicação 2 [recurso eletrônico] / Organizador Marcelo Pereira da Silva. – Ponta Grossa, PR: Atena, 2020.</p> <p>Formato: PDF Requisitos de sistemas: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web Inclui bibliografia ISBN 978-65-86002-32-4 DOI 10.22533/at.ed.324201003</p> <p>1. Comunicação – Pesquisa – Brasil. 2. Jornalismo. I. Silva, Marcelo Pereira da.</p> <p style="text-align: right;">CDD 303.48</p>
Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422	

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

Etimologicamente, a palavra “influência” deriva do ato ou efeito de influir, ação que uma pessoa, organização e/ou ator social exerce sobre outrem. Liga-se ao prestígio, ao crédito, à ascendência, ao predomínio e ao poder. Poderíamos dizer, assim, que pensar a influência da Comunicação remete a um universo caleidoscópico, investido de nuances que envolvem sujeitos, nações, narratologias, mídias virtuais e de massa, jornalismo, comunicação pública, publicidade, cinema, produção audiovisual, relações públicas, marcas, etc.

Destarte, este e-book intitulado “A influência da Comunicação 2”, comunga estudos, olhares e análises de pesquisadores de todo Brasil que trafegam pelos campos do jornalismo, da comunicação pública e política, das mídias emergentes, do bios virtual e das práticas/experiências do consumo, contribuindo para a elaboração de uma obra que debate o estatuto da Comunicação em um contexto cada vez mais midiático e permeado pela cultura de consumo.

Carecemos de uma renovação das condições teóricas, epistemológicas, profissionais e metodológicas da Comunicação e do fulcral laço social, tão frágil nas sociedades expostas aos imprevisíveis ventos da globalização, da midiática e do consumo sem bússola. Desta perspectiva, podemos produzir mecanismos analíticos, dados e informações que geram impacto social e auxiliam no entendimento, mas, também, na construção de um mundo melhor e mais justo.

(Re)conhecer a influência da Comunicação para a sociedade, as organizações, os Estados-nação e os sujeitos, tornou-se *sine qua non* para a gestação da paz, a redução das desigualdades econômicas, culturais e sociais. Assim como a política perpassa o tecido social, a Comunicação, igualmente, se entrama por esse tecido, o define, o significa, o ressignifica e o constitui.

Necessitamos admitir os desafios, desvios e dificuldades da Comunicação, abraçando as oportunidades, esperanças, possibilidades e influências que dela efluem.

Marcelo Pereira da Silva

CAPÍTULO 1	1
“VOCÊ VÊ. VOCÊ LÊ. VOCÊ OUVI”: A CONVERGÊNCIA ENTRE RÁDIO, ON-LINE E JORNAL EM GAÚCHAZH	
Guilherme Jancowski de Avila Justino Luiz Artur Ferraretto	
DOI 10.22533/at.ed.3242010031	
CAPÍTULO 2	14
APONTAMENTOS E INFERÊNCIAS PARA UMA TEORIA DA DOGMATIZAÇÃO NA LINGUAGEM JORNALÍSTICA	
Marcos Reche Ávila	
DOI 10.22533/at.ed.3242010032	
CAPÍTULO 3	27
DE ELOÁ A ELAINE: IMPRENSA E O ASSASSINATO DE MULHERES BRASILEIRAS	
Nealla Valentim Machado	
DOI 10.22533/at.ed.3242010033	
CAPÍTULO 4	40
REGIONALIZAÇÃO E REDAÇÕES CONVERGENTES: ESTRATÉGIAS MERCADOLÓGICAS NA PRODUÇÃO DE CONTEÚDO	
Amanda Lais Pereira Noletto Samantha Viana Castelo Branco Rocha Carvalho	
DOI 10.22533/at.ed.3242010034	
INFLUÊNCIA DA COMUNICAÇÃO PÚBLICA E POLÍTICA	
CAPÍTULO 5	52
COMUNICAÇÃO PÚBLICA E A POLÍTICA DE ASSISTÊNCIA SOCIAL: UMA INTERCESSÃO NECESSÁRIA À DEMOCRACIA	
Kênia Augusta Figueiredo	
DOI 10.22533/at.ed.3242010035	
CAPÍTULO 6	63
O PRINCÍPIO DA TRANSPARÊNCIA ADMINISTRATIVA E A COMUNICAÇÃO DA INFORMAÇÃO PÚBLICA NO DIREITO DE ACESSO À INFORMAÇÃO	
Petter Ricardo de Oliveira	
DOI 10.22533/at.ed.3242010036	
CAPÍTULO 7	76
DISCURSOS POLÍTICO-EDUCACIONAIS NO FACEBOOK E NO TWITTER DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ	
Karen dos Santos Correia Douglas Junio Fernandes Assumpção	

Analaura Corradi

DOI 10.22533/at.ed.3242010037

CAPÍTULO 8 89

COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL NAS REDES SOCIAIS VIRTUAIS: UMA ANÁLISE DAS *FANPAGES* DE UNIVERSIDADES FEDERAIS MINEIRAS

Pedro Augusto Farnese de Lima

Laura Chediak de Souza Trevisani

DOI 10.22533/at.ed.3242010038

CAPÍTULO 9 103

O CINEMA IRANIANO DE ABBAS KIAROSTAMI E JAFAR PANAHÍ: ESTRATÉGIAS DE UMA COMUNICAÇÃO POLÍTICA

Kaio César Monteiro Orsini

DOI 10.22533/at.ed.3242010039

INFLUÊNCIA DAS PRÁTICAS DE CONSUMO, MARCAS E PUBLICIDADE

CAPÍTULO 10 116

CLUBE DA ALICE: COMO O GRUPO NO *FACEBOOK* INFLUENCIOU O COMPORTAMENTO DE CONSUMO DE PRODUTOS E SERVIÇOS DE MULHERES CURITIBANAS

Bruna Marrocos Slongo

DOI 10.22533/at.ed.32420100310

CAPÍTULO 11 126

COMUNICAÇÃO PERSUASIVA E MERCADOLÓGICA: FOLKCOMUNICAÇÃO E FOLKMARKETING NO FESTIVAL DE PARINTINS – AM

Ana Paula Almeida Miranda

DOI 10.22533/at.ed.32420100311

CAPÍTULO 12 141

A PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR COMO PROCESSO COMUNICATIVO, INTERACIONAL E INTERATIVO: CONSIDERAÇÕES NO CONTEXTO DA CIBERCULTURA

Solange de Fátima Wollenhaupt

Lúcia Helena Vandrúsculo Possari

DOI 10.22533/at.ed.32420100312

CAPÍTULO 13 152

PUBLICIDADE INFANTIL: PANORAMA DE PEÇAS APÓS A PROIBIÇÃO LEGAL

Juliane de Sousa Ramos

Jhonatan Oliveira Domingos

Tatiane Munhoz Freitas

Aguinaldo Pettinati

DOI 10.22533/at.ed.32420100313

A INFLUÊNCIA DA COMUNICAÇÃO NO BIOS VIRTUAL – ANÁLISES E CASOS

CAPÍTULO 14	155
MIDIATIZAÇÃO, (IN)COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES PÚBLICAS: UMA ANÁLISE DA CASA DO BRASIL DE LISBOA E DAS MULHERES IMIGRANTES BRASILEIRAS EM PORTUGAL	
Jéssica de Cássia Rossi Marcelo Pereira da Silva Raquel Cabral	
DOI 10.22533/at.ed.32420100314	
CAPÍTULO 15	169
O DEBATE ON-LINE SOBRE A ÉTICA NA CIÊNCIA NO CASO HE JIANKUI: OPORTUNIDADES, LIMITES E DESAFIOS DA POPULARIZAÇÃO DA CIÊNCIA	
Renata de Lima Sousa Ivânia Maria Carneiro Vieira	
DOI 10.22533/at.ed.32420100315	
CAPÍTULO 16	184
FEMINISMO, ATIVISMO ONLINE E ORGANIZAÇÕES EM AMBIÊNCIA DIGITAL: USO DAS HASHTAGS #ASSÉDIOÉCRIME E #NÃOÉNÃO NO CARNAVAL 2018	
Gisela Maria Santos Ferreira de Sousa Maria do Carmo Prazeres Silva	
DOI 10.22533/at.ed.32420100316	
CAPÍTULO 17	196
BOLSONARO: ANTAGONISMOS EM SEU PRÓPRIO GOVERNO	
Gabriel de Medeiros Vaz Rafael Rocha Jaime	
DOI 10.22533/at.ed.32420100317	
CAPÍTULO 18	207
FOTOGRAFIA DE FAMÍLIA ENQUANTO <i>HABITUS</i> DENTRO DO NOSSO AMPLO PRESENTE	
Emmanuel Alencar Furtado	
DOI 10.22533/at.ed.32420100318	
INFLUÊNCIA DE MÍDIAS EMERGENTES, CINEMA E NARRATOLOGIA	
CAPÍTULO 19	217
POR QUE MARATONAMOS? REFLEXÕES SOBRE <i>BINGE WATCHING</i> A PARTIR DA ABORDAGEM DO USO E GRATIFICAÇÕES	
Raquel Lobão Evangelista	
DOI 10.22533/at.ed.32420100319	
CAPÍTULO 20	230
CHANTAL AKERMAN E O CINEMA INTELECTUAL EISENSTEINIANO	
Izabele Caroline Leite Medeiros Laís Rodrigues Coelho Pêgas	
DOI 10.22533/at.ed.32420100320	

CAPÍTULO 21	241
NO BAIRRO E NO MUNDO, ATIVIDADE ARTÍSTICA JURUNENSE: DE GABY AMARANTOS À LEONA VINGATIVA Izabele Caroline Leite Medeiros DOI 10.22533/at.ed.32420100321	
CAPÍTULO 22	251
ESTRUTURAS NARRATIVAS E ENGAJAMENTO EM HUMANS OF NEW YORK Emilio José de Sant’Anna Neto DOI 10.22533/at.ed.32420100322	
CAPÍTULO 23	264
STREAMING E NARRATIVA COMPLEXA: UMA ANÁLISE DE <i>A MALDIÇÃO DA RESIDÊNCIA HILL</i> Alexandre Tadeu dos Santos Matheus Fonseca Bolentine DOI 10.22533/at.ed.32420100323	
CAPÍTULO 24	277
AS NOVAS MÍDIAS E A INTERATIVIDADE COGNITIVA: ALIKE Ana Elisa Pillon Luciane Maria Fadel Vania Ribas Ulbricht DOI 10.22533/at.ed.32420100324	
SOBRE O ORGANIZADOR	285
ÍNDICE REMISSIVO	286

AS NOVAS MÍDIAS E A INTERATIVIDADE COGNITIVA: ALIKE

Data de aceite: 02/03/2020

Data de submissão: 13/12/2019

Ana Elisa Pillon

Acadêmica (Doutorado) - UFSC Universidade Federal de Santa Catarina, Programa de Pós-graduação de Engenharia e Gestão do Conhecimento – PPGEGC.

Florianópolis/SC

ID Lattes: 5287471100874266

Luciane Maria Fadel

Docente - UFSC Universidade Federal de Santa Catarina, Programa de Pós-graduação de Engenharia e Gestão do Conhecimento – PPGEGC, Florianópolis/SC

ID Lattes: 7242368838666168

Vania Ribas Ulbricht

Docente - UFSC Universidade Federal de Santa Catarina, Programa de Pós-graduação de Engenharia e Gestão do Conhecimento – PPGEGC, Florianópolis/SC

ID Lattes: 0196218903676581

RESUMO: Esse artigo analisa a narrativa de Alike, um curta de animação envolvente. A análise foi feita através do método *Close Reading* o qual impõe uma leitura em profundidade do artefato. Essa leitura focou nos aspectos da narrativa os quais sustentam a interatividade cognitiva. Argumenta-se que a interatividade cognitiva através da participação

interpretativa propicia o envolvimento do telespectador com a mídia. Este relacionamento entre telespectador e mídia pode afetar de forma psicológica, emocional ou intelectual e repercutir sobremaneira no *design* do artefato bem como na experiência do usuário.

PALAVRAS-CHAVE: curta-metragem; novas mídias; narrativa.

ABSTRACT: This article looks at Alike's narrative, an engaging animated short. The analysis was done using the Close Reading method which imposes an in-depth reading of the artifact. This reading focused on the narrative aspects which underpin cognitive interactivity. It is argued that cognitive interactivity through interpretive participation enables the viewer to engage with the media. This relationship between viewer and media can have a psychological, emotional or intellectual impact and has a major impact on artifact design as well as user experience.

KEYWORDS: short film; new media; narrative.

1 | INTRODUÇÃO

A evolução da sociedade como um todo — hoje denominada “do conhecimento” — vem sendo acompanhada pelo desenvolvimento de novas características culturais e sociais,

diferentes formas de comunicação e, ainda, o aprimoramento das mídias sociais.

Os estudos sobre as possíveis relações entre a comunicação e a arte disponibilizada em diferentes perspectivas iniciaram no Brasil somente a partir dos anos 50 e 60. Dos anos 70 em diante, passaram a ser explorados o imaginário, o computador, a realidade virtual, a inteligência artificial e, as mais variadas formas de produção simbólica que passaram a ser utilizadas no processo comunicacional. A partir do século 21, com a presença indissociável da *internet* na vida social, inicia, de fato, a popularização dos meios digitais (MELLO, 2005).

Desde então, a “informatização” da cultura tem sido responsável não só por fazer surgir novas formas culturais, como também, redefinir os meios já existentes, como a fotografia e o cinema. O cinema, com papel diferenciado neste processo, é apontado como a forma cultural chave do século XX (MANOVICH, 2002). Os curtas-metragens, por sua vez, através de sua capacidade de “transgredir” levando ao público um modelo diferente do cinema (SPACA, 2013), enfrentam o desafio de criar um modelo voltado ao século XXI, onde convive-se cada vez mais com a influência das novas linguagens, como o vídeo game e a *internet*.

Dado o exposto, neste estudo será analisado um curta-metragem e suas principais características, buscando avaliar os resultados originários do envolvimento existente entre o telespectador e a mídia e seu reflexo na sociedade atual.

2 | AS NOVAS MÍDIAS

A modificação e aprimoramento das mídias tem acompanhado a evolução da tecnologia permeada por aspectos sociais, culturais, econômicos e demográficos. A partir deste conjunto de fatores e da consequente alteração da forma de pensar a comunicação, tornando-a cada vez mais interativa e interpessoal, ocorreu a transformação das mídias de massa em “novas mídias” (SCHAEFFER, 2018).

Uma “nova mídia” é aquela que utiliza um computador para a distribuição e exibição, e não está apenas relacionada com a sua produção. Neste sentido, os textos que são distribuídos em um computador, como *sites* e livros eletrônicos são considerados novos meios de comunicação, mas os textos distribuídos em papel não (MANOVICH, 2002). McLuhan (1998) ressalta a importância das mídias ao afirmar que todas as mídias - em si mesmas e independentemente das mensagens que comunicam - exercem uma influência convincente sobre o homem e a sociedade.

Essa forma de contato entre a mídia e o usuário, é descrita por Murray (1997) como “agência”. Para a autora, a agência é o “poder” que os interatores percebem para tomar decisões e escolhas ao interagir com ambientes digitais, o que representa um dos principais prazeres desta ação.

Em complemento, Eichner (2014) salienta que a agência pessoal constitui uma

forma de recepção através da qual ocorre algum tipo de interação resultante da comunicação entre as pessoas e o material midiático, permeada pela tecnologia. Essa forma de recepção pode acontecer através do domínio da narrativa.

3 | A NARRATIVA

Zimmerman (2004) baseia suas considerações no ensaio de J. Hillis Miller e salienta três importantes aspectos: 1) uma narrativa possui um estado inicial, uma mudança e a percepção trazida por esta mudança; 2) uma narrativa não deve ser considerada apenas uma série de eventos, mas sim como uma forma de linguagem que transmite os eventos ocorridos, o que define o aspecto representacional da narrativa; 3) essa representação será constituída sempre por uma padronização e repetição.

Para além desta importante análise, o autor salienta que todas as formas de narrativa acabam sendo interativas. Além disso, ele reforça que a interatividade pode encontrar-se “emparelhada” com uma experiência narrativa de quatro modos diferentes: interatividade cognitiva, interatividade funcional, interatividade explícita e meta-interatividade. Na meta-interatividade ou participação cultural ocorre a interação fora da experiência de um único texto, onde, por exemplo, os leitores se apropriam, desconstróem e reconstróem uma mídia. Na interatividade explícita ocorre a participação explícita dos leitores através de escolhas, eventos aleatórios, simulações dinâmicas ou outro tipo de experiência interativa. Na interatividade funcional, também chamada de participação utilitária, ocorrem interações funcionais e estruturais no processo de interação com a leitura. E, por fim, na interatividade cognitiva, também chamada de participação interpretativa, ocorre uma interação psicológica, emocional, hermenêutica com o conteúdo de um texto (ZIMMERMAN, 2004).

4 | OBJETO DE ANÁLISE

O objeto em análise neste artigo refere-se a um curta-metragem. O termo “curta-metragem” é definido como um filme de curta duração — 30 minutos ou menos — e é proveniente do vocábulo francês *court-métrage*. Os curtas-metragens, utilizam as mesmas temáticas dos longas-metragens, porém são os escolhidos por pessoas que apreciam a liberdade criativa (CONCEITO, 2018).

Alike — traduzido para o português como Iguais ou Semelhantes — lançado mundialmente em 6 de novembro de 2015 com duração de oito minutos e um segundo — é um curta-metragem em 3D, espanhol, produzido por Daniel Martínez Lara e dirigido por Daniel Martínez Lara e Rafa Cano Mendéz.

Este curta foi ganhador de mais de 50 prêmios, dos quais destaca-se o de Melhor Curta-metragem de Animação do Festival Goya. O premiado curta-metragem utilizou animação altamente expressiva e uma estética estilizada. Além disso, outros aspectos de destaque são a criação criativa e dispositivos narrativos, presentes na tela dividida e coreografia.

5 | MÉTODO

A análise do curta-metragem foi realizada pelo método *Close Reading* ou leitura em profundidade. De acordo com Van Looy e Baetens (2003) a leitura em profundidade tem por objetivo propiciar *insights* a partir dos itens analisados.

O artefato desta pesquisa foi assistido por inúmeras vezes. A cada novo “assistir”, anotações foram realizadas quanto às percepções que foram modificando-se a cada vez em que o curta era assistido. Nesta ação incide a agência humana em que fatores como a iteração, a projetividade e a avaliação prática constituem a construção da interatividade cognitiva.

6 | ALIKE

Alike é um curta-metragem que possui cinco personagens principais, sendo dois não identificados, representando o “sistema” e uma multidão de personagens indiferenciados. Um dos diferenciais do curta está na utilização de cores dessaturadas para retratar as mudanças ocorridas nos personagens assim como a alienação da cidade. Já as cores saturadas são utilizadas no pequeno parque onde o violinista toca e os desenhos infantis, fazendo alusão à criatividade (FILMNOSIS, 2018).

A saturação ou intensidade é uma das propriedades das cores. Quanto mais saturada estiver apresentada uma certa cor, maior será a sensação de atividade ou movimento que ela transmitirá às pessoas (TEORIA, 2019). Em diferentes momentos a saturação é reforçada neste curta-metragem como, por exemplo, na praça da cidade, e, a mão “colorida” do pai.

A Figura 1 apresenta os dois exemplos citados.



Figura 1: Representação da saturação das cores – A praça e a mão do pai.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=kQjtK32mGJQ>.

No curta Alike observa-se também a incidência da interatividade cognitiva. A narrativa apresenta uma sequência de fatos da rotina de pai e filho que se repete por quatro vezes. A cada vez que o curta é assistido, há uma diferente participação interpretativa, em que o telespectador desenvolve um engajamento psicológico, emocional ou intelectual, tendo em vista suas próprias vivências. No início do curta o que se vê é uma rotina comum nas famílias da atualidade, onde pai e filho atuam impulsionados por suas respectivas metas pessoais. Nesta etapa ambos estão “coloridos”, como apresentado na Figura 2.



Figura 2: Representação de fatos da rotina de pai e filho.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=kQjtK32mGJQ>

Na segunda cena os dois começam a se sentir desmotivados, cada qual em sua área — trabalho e escola e, aos poucos, vão perdendo a cor. Quando se encontram, como observa-se na Figura 3, diferente do que ocorreu na primeira cena, a cor demora um pouco a retornar.



Figura 3: Representação do reencontro de pai e filho.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=kQjtK32mGJQ>.

Na última cena, o pai percebe que a desmotivação do seu filho está cada vez maior, então ele decide mudar a sua rotina e deixar a criatividade vir à tona. Neste momento, como ilustrado na Figura 4, eles tornam-se “coloridos” novamente.



Figura 4: Representação do retorno da coloração de pai e filho.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=kQjtK32mGJQ>.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No curta Alike, observa-se a rotina diária de um pai e seu filho. Essa sequência de eventos é denominada “arco narrativo”, e define uma ferramenta através da qual o telespectador canaliza as informações observadas de acordo com as suas próprias experiências.

A interatividade cognitiva é utilizada como análise deste artefato. Observa-se, a cada novo contato do pai e filho com a sua rotina, aspectos psicológicos e/

ou emocionais que se tornam presentes e, nesse caso, a cada nova iteração, a interatividade cognitiva provoca a participação do espectador, ou seja, ele deixa de ter uma posição passiva. Essa forma de participação sustenta a agência pessoal que se forma pelo domínio da narrativa. Assim, ao reconhecer o estilo de filme ou de história, o espectador projeta o seu desenrolar e passa a sentir-se parte de sua criação.

A força gráfica desse curta-metragem está nos aspectos de cor. Sugere-se que esse tipo de linguagem forma o que Bizzocchi (2007) chama de narrativização da interface. Ou seja, a narrativa toma forma de interação com o usuário. Uma das formas de narrativizar a interface é através do *“look and feel”*.

Ao ler em profundidade esse curta-metragem, esse artigo pondera que as novas mídias estabeleceram uma forma de interação muito estreita com os usuários. Por isso, ao estabelecer pontos de contato com o usuário, através da interatividade cognitiva, narrativa e agência, os objetos criam formas de participação ativa, mesmo quando o usuário se restringe a ser um espectador.

Desta forma, sugere-se que os curtas-metragens podem ser utilizados como ferramentas em diferentes âmbitos, tendo por meta propiciar a ampla reflexão tão necessária à construção da identidade de sujeitos ativos e “pensantes” em uma sociedade cada vez mais diversificada, globalizada e em constante transformação.

REFERÊNCIAS

BIZZOCCHI, J. Games and narrative: An analytical framework. **Loading-The Journal of the Canadian Games Studies Association**, v. 1, n. 1, p. 5-10, 2007.

CONCEITO de curta-metragem. Disponível em: <<https://conceito.de/curta-metragem>>. Acesso em 1 nov 2018.

EICHNER, S. **Agency and media reception**: Video Games, Film and Television. Potsdam: Springer VS. Epps P. Protagoras' Famous Statement. *The Classical Journal*, 59 (5), p. 223-226, 2014.

FILMNOSIS. **Iguais**. Disponível em: <<http://filmnosis.com/shortfilms/alike/>> Acesso em: 11 de dezembro de 2018.

MANOVICH, Lev. **The Language of New Media**, Cambridge MA, MIT Press, 2002.

MCLUHAN, Marshall. **The Playboy Interview** in *The Essential McLuhan*, ed. Eric McLuhan and Frank Zingrone, NY, Harper Collins, 1998.

MELLO, Christine. Arte e novas mídias: práticas e contextos no Brasil a partir dos anos 90. **ARS (São Paulo)**, [s.l.], v. 3, n. 5, p.115-132, 2005. FapUNIFESP (SciELO). Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-53202005000100009. Acesso em: 1 nov. 2018.

MURRAY, J.. **Hamlet on the Holodeck**: the future of narrative in cyberspace. Anonymous. Vol. 1997, Cambridge, Massachusetts: The MIT Press. 324.

SCHAEFFER, Cristian Luis; LUCE, Fernando Bins. Da mídia de massa às novas mídias: aspectos evolutivos da comunicação em Marketing. **Revista Foco**, [s.l.], v. 11, n. 2, p.123-141, 17 jun. 2018.

SPACA, R. **Curta-metragem**: Compilação de Ideias e Entrevistas. Rio de Janeiro RJ: Verve, 2013.

TEORIA DA COR. **As três propriedades da cor**: tom, valor e intensidade. Disponível em: <https://www.amopintar.com/as-tres-propriedades-da-cor/>. Acesso em: 4 mai 2019.

VAN LOOY, Jan; BAETENS, Jan (Ed.). **Close reading new media**: Analyzing Electronic Literature. Leuven (Bélgica): Leuven University Press, 2003.

ZIMMERMAN, Eric. **Narrative, Interactivity, Play, and Games**, (p.154-164), in First Person: New Media as Story, Performance, and Game, Wardrip-Fruin, Noah and Harrigan, Pat, Cambridge MA, MIT Press, 2004.

SOBRE O ORGANIZADOR

Marcelo Pereira da Silva - Pós-doutor em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, na Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. Atualmente, é docente permanente do Mestrado Interdisciplinar em “Linguagens, Mídia e Arte” e dos cursos de Relações Públicas, Jornalismo e Mídias Digitais da Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUCAMP). Organizou, pela Atena Editora, os e-books: A Influência da Comunicação, Comunicação, Mídias e Educação 2, Comunicação, Mídias e Educação 3, Impactos comunicacionais da cibercultura na contemporaneidade, Comunicação, redes sociais e a produção jornalística e Produção, Comunicação e Representação do Conhecimento e da Informação. Também é organizador e coautor do livro Comunicação de mercado, afetividade e práticas de consumo no Maranhão: experiência, identidade, consumidor, marcas pela Editora da UFMA. E-mail: marcelosilva_rp@hotmail.com

ÍNDICE REMISSIVO

A

Abbas kiarostami 103, 104, 105, 107, 109, 110, 112, 113, 114, 115
Alike 277, 279, 280, 281, 282, 283
Análise de conteúdo híbrida 89, 90
Análise do discurso 76, 79, 82
Assédio 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 192, 193, 194, 195, 258, 259
Assistência social 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 62
Ativismo online 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 192, 195

B

Binge watching 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228

C

Chantal akerman 230, 231, 233, 234, 236, 237, 238, 239, 240
Cibercultura 4, 87, 101, 139, 141, 142, 143, 145, 146, 147, 148, 150, 151, 157, 182, 183, 267, 276, 285
Cinema intelectual 230, 231, 232, 235, 239
Cinema iraniano 103, 104, 109, 111, 114
Close reading 277, 280, 284
Clube da alice 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124
Compras online 116, 121
Comunicação 1, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 23, 27, 30, 31, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 63, 65, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 99, 100, 101, 102, 103, 113, 116, 119, 124, 126, 127, 128, 129, 130, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 139, 140, 141, 143, 144, 147, 148, 149, 150, 151, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 165, 166, 167, 168, 169, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 179, 181, 182, 184, 185, 187, 188, 194, 195, 196, 197, 202, 213, 215, 216, 222, 223, 229, 241, 248, 249, 253, 261, 262, 264, 266, 274, 278, 279, 283, 285
Comunicação mercadológica 92, 126, 127, 135, 137
Comunicação organizacional 89, 90, 91, 101, 103, 136, 137, 167, 184, 195
Comunicação política 61, 103
Conar 152, 153, 154
Conhecimento 18, 19, 23, 25, 31, 38, 41, 45, 55, 72, 76, 79, 80, 89, 90, 91, 93, 97, 100, 127, 142, 143, 144, 147, 150, 171, 172, 173, 174, 176, 182, 188, 198, 208, 210, 222, 255, 261, 275, 277, 285
Consumidor 2, 7, 30, 127, 128, 141, 143, 144, 146, 149, 150, 151, 154, 195, 221, 265, 266, 267, 275, 285
Consumo 5, 7, 48, 58, 70, 116, 117, 118, 119, 121, 123, 126, 127, 130, 135, 139, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 149, 150, 151, 152, 153, 201, 212, 215, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 226, 227, 228, 229, 245, 251, 257, 261, 264, 267, 268, 271, 275, 285
Convergência 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 40, 42, 47, 48, 49, 50, 195, 264, 265, 266, 267, 272, 275, 276

Cortes na educação 76, 79, 82, 83, 84, 85
Cultura popular 126, 127, 128, 129, 130, 134, 135, 138, 241, 245, 275
Curitiba 75, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 151, 195, 207

D

Democracia 52, 53, 57, 60, 61, 65, 69, 77, 78, 144, 158, 161, 186, 205
Dogmatismo 14
Dogmatização na linguagem 14, 15, 25

E

Engenharia genética 169, 170, 179
Ética 33, 55, 65, 152, 153, 159, 169, 178, 179, 181, 182, 203

F

Facebook 6, 56, 72, 76, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 89, 93, 94, 98, 101, 116, 117, 119, 120, 121, 124, 149, 150, 164, 251, 252, 254, 262, 263
Ficção seriada 217, 218, 264, 265, 266, 267, 268, 271
Folkcomunicação 126, 128, 129, 130, 132, 133, 134, 135, 137, 139
Folkmarketing 126, 128, 130, 131, 135, 136, 137, 139
Forma e conteúdo 30, 230, 231, 232, 234, 235, 237, 238, 239, 242
Fotografia 30, 198, 204, 207, 208, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 278
Fotografia de família 207, 208, 209, 210, 213, 215

G

Gaby amarantos 241, 242, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250
Gaúchazh 1, 5, 6, 8, 9, 12

H

Habitus 135, 207, 209, 210, 213, 214, 215
Hashtag 184
He jiankui 169, 170, 177, 178
Humans of New York 251, 252, 253, 254, 256, 257, 261, 262

I

Identidades 44, 86, 144, 180, 187, 207, 213, 248, 249, 250
Imaginário 3, 30, 32, 38, 91, 196, 199, 201, 212, 216, 242, 278
Interatividade 3, 46, 141, 142, 143, 146, 147, 148, 149, 150, 165, 172, 177, 178, 183, 277, 279, 280, 281, 282, 283

J

Jornalismo 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 14, 15, 16, 17, 18, 22, 24, 25, 26, 27, 29, 30, 50, 51, 133, 134, 196, 206, 251, 252, 253, 255, 256, 262, 285
Jurunas 241, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250

L

Lei de acesso à informação 63, 64, 65, 68, 69, 70

M

Manifestação artística cultural 103

Maratona 217, 221, 224, 228

Mídia 4, 5, 12, 14, 29, 30, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 41, 44, 45, 46, 47, 50, 57, 60, 77, 82, 86, 88, 101, 118, 132, 135, 141, 143, 147, 150, 155, 159, 162, 163, 168, 189, 195, 205, 218, 221, 222, 239, 241, 246, 248, 250, 264, 266, 267, 277, 278, 279, 283, 285

Mitologia 196, 203

N

Narrativa 16, 18, 35, 109, 148, 212, 217, 226, 234, 246, 251, 254, 255, 256, 258, 260, 261, 262, 264, 265, 269, 270, 271, 272, 274, 275, 276, 277, 279, 281, 283

P

Parintins 126, 127, 128, 129, 131, 132, 137, 138

Pesquisa exploratória 217, 228

Popularização da ciência 169, 170, 173, 174, 175, 176, 181, 182

Pós-verdade 196, 197, 198, 206

Produção de conteúdo 3, 7, 8, 40, 41, 45, 47, 48, 49, 50, 89, 101, 267

Publicidade infantil 152

R

Rádio 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 72, 96, 171, 266

Redações convergentes 40, 41, 51

Regionalização 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 50, 51

Residência hill 264, 265, 268, 269, 270, 271, 275, 276

S

Serguei eisenstein 230, 239

Sites de redes sociais 76, 79, 87

Streaming 217, 220, 222, 223, 229, 264, 265, 266, 267, 268, 271, 275

T

Tecnologia 6, 45, 65, 67, 70, 74, 88, 98, 124, 126, 127, 142, 143, 151, 158, 171, 172, 174, 176, 178, 180, 182, 183, 210, 212, 239, 241, 242, 244, 248, 266, 268, 278, 279

Transparência 57, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 77, 159, 170

Twitter 72, 76, 78, 79, 80, 81, 85, 86, 87, 116, 150, 184, 185, 186, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 204, 254

U

Universidades federais mineiras 89

Uso e gratificações 217, 218

V

Violência 27, 28, 29, 31, 34, 35, 36, 37, 38, 44, 95, 181, 187, 192, 200, 254, 258

Visibilidade 31, 38, 60, 89, 90, 91, 93, 97, 100, 101, 109, 184, 185, 188, 195

 **Atena**
Editora

2 0 2 0