

Marcelo Pereira da Silva  
(Organizador)

DIMENSÕES  
ESTÉTICAS,  
COGNITIVAS E  
TECNOLOGICAS  
DE COMUNICAÇÃO

Marcelo Pereira da Silva  
(Organizador)

DIMENSÕES  
ESTÉTICAS,  
COGNITIVAS E  
TECNOLÓGICAS  
DE COMUNICAÇÃO

**Editora chefe**

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

**Editora executiva**

Natalia Oliveira

**Assistente editorial**

Flávia Roberta Barão

**Bibliotecária**

Janaina Ramos

**Projeto gráfico**

Bruno Oliveira

Camila Alves de Cremo

Daphynny Pamplona

Luiza Alves Batista

Natália Sandrini de Azevedo

**Imagens da capa**

iStock

**Edição de arte**

Luiza Alves Batista

2022 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2022 Os autores

Copyright da edição © 2022 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. 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.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

**Conselho Editorial****Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Prof. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí

Prof. Dr. Alexandre de Freitas Carneiro – Universidade Federal de Rondônia

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Ana Maria Aguiar Frias – Universidade de Évora

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa



Prof. Dr. Antonio Carlos da Silva – Universidade Católica do Salvador  
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. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí  
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense  
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Cristina Gaio – Universidade de Lisboa  
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília  
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo  
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá  
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará  
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima  
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros  
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice  
Prof. Dr. Jadilson Marinho da Silva – Secretaria de Educação de Pernambuco  
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador  
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal do Paraná  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Lucicleia Barreto Queiroz – Universidade Federal do Acre  
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros  
Prof. Dr. Lucio Marques Vieira Souza – Universidade do Estado de Minas Gerais  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Marianne Sousa Barbosa – Universidade Federal de Campina Grande  
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso  
Prof. Dr. Pedro Henrique Máximo Pereira – Universidade Estadual de Goiás  
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador  
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Prof<sup>o</sup> Dr<sup>a</sup> Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador  
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins



## Dimensões estéticas, cognitivas e tecnológicas de comunicação

**Diagramação:** Daphynny Pamplona  
**Correção:** Mariane Aparecida Freitas  
**Indexação:** Amanda Kelly da Costa Veiga  
**Revisão:** Os autores  
**Organizador:** Marcelo Pereira da Silva

### Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

D582 Dimensões estéticas, cognitivas e tecnológicas de comunicação / Organizador Marcelo Pereira da Silva. - Ponta Grossa - PR: Atena, 2022.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-258-0082-0

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.820222005>

1. Comunicação. I. Silva, Marcelo Pereira da (Organizador). II. Título.

CDD 302.2

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

**Atena Editora**  
Ponta Grossa – Paraná – Brasil  
Telefone: +55 (42) 3323-5493  
[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)  
[contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br)



**Atena**  
Editora  
Ano 2022

## DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.



## DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, *desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.



## APRESENTAÇÃO

A contemporaneidade nos impulsiona a pensar a Comunicação para além dos lugares-já-feitos, das definições clichês, das repetições teóricas, rompendo com o círculo vicioso que pouco – ou nada – contribui com a construção de um campo consistente e solidificado, equilibrando suas dimensões estéticas, éticas, teóricas, metodológicas, tecnológicas, técnicas, epistemológicas e praxeológicas.

Temos que a Comunicação remete a um universo complexo que se investe e reveste de idiosincrasias que envolvem sujeitos, nações, narratologias, mídias e redes virtuais e de massa, jornalismo, comunicação governamental, publicidade, cinema, produção audiovisual, relações públicas, marcas, consumo etc.

Neste sentido, a obra intitulada “Dimensões estéticas, cognitivas e tecnológicas de comunicação”, reúne investigações teóricas e analíticas de pesquisadores que trafegam pelos campos da comunicação em suas diversificadas áreas e especificidades, erigindo debates sobre os estatutos tecnológicos, estéticos e cognitivos da Comunicação em um contexto cada vez mais midiático e perpassado pelas práticas e experiências de consumo.

O cenário dos estudos comunicacionais evidencia a carência da renovação das condições teóricas, epistemológicas, profissionais e metodológicas da Comunicação e do fundamental laço social, tão frágil nas sociedades expostas aos imprevisíveis ventos do globalismo, da midiática e do consumo. Desta perspectiva, podemos produzir mecanismos analíticos, dados e informações que geram efeitos positivos para as sociedades e comunidades.

(Re)conhecer a relevância da Comunicação para as organizações, as nações e os sujeitos tornou-se *sine qua non* para a compreensão da natureza humana, já que a Comunicação se entrama ao/pelo tecido social, o define, o significa, o ressignifica e o constitui.

Necessitamos admitir os desafios, os desvios e as dificuldades da Comunicação, abraçando as oportunidades de investigações calcadas em suas dimensões cognitivas, estéticas, éticas e tecnológicas em um mundo mergulhado no *tech*, mas, também e mais, necessitado do *touch*, dos afetos.

Marcelo Pereira da Silva

## SUMÁRIO

### **CAPÍTULO 1..... 1**

INVESTIGANDO O DISCURSO GOVERNAMENTAL EM CAMPANHA DE SAÚDE: UMA PROPOSTA DE ANÁLISE DAS UNIDADES DO DISCURSO

Ramirio Costa Ribeiro

Luciana Saraiva de Oliveira Jerônimo

Marcelo Pereira da Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.8202220051>

### **CAPÍTULO 2..... 14**

MÍDIAS SOCIAIS PARA A INDÚSTRIA CRIATIVA: REFLEXÕES SOBRE POSSÍVEIS CONTRIBUIÇÕES DA DICIPA PARA A COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA DA UNIPAMPA

Franceli Couto Jorge

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.8202220052>

### **CAPÍTULO 3..... 27**

A INTERFERÊNCIA DA PANDEMIA NO MERCADO DE SERVIÇOS AUTOMOTIVOS, DESDE SEUS CONSUMIDORES ATÉ SEUS PRESTADORES DE SERVIÇOS

Isadora Gualda Macedo

Guilherme Boldrin Medeiros

Vitor Christofolletti Laudares

Gustavo Teixeira Dias Otero

Marco Antonio Martins Teixeira Filho

Vitor Aires Gozzi Nogueira

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.8202220053>

### **CAPÍTULO 4..... 38**

DESIGUALDADE SOCIAL E PANDEMIA: UMA ANÁLISE DAS FOTOGRAFIAS COMPARTILHADAS PELOS PERFIS @covidphotobrazil e @everydaybrasil

Camila Leite de Araujo

Juliana Lira de Oliveira

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.8202220054>

### **CAPÍTULO 5..... 47**

A FOTOGRAFIA E O URBANO: REPRESENTAÇÃO, MÁQUINA E TEMPO

Camila Leite de Araujo

Raquel de Holanda Rufino

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.8202220055>

### **CAPÍTULO 6..... 59**

USOS DO ESPETÁCULO COMO ESTRATÉGIA NA IMPRENSA

Beatriz Dornelles

Fabiola Brites

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.8202220056>

<b>CAPÍTULO 7</b> .....	<b>72</b>
A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DOS TERRITÓRIOS NA IMPRENSA <i>ONLINE</i> : ESTUDO DE CASO DA REGIÃO DA SERRA DA ESTRELA, PORTUGAL	
Nelson Clemente Santos Dias Oliveira	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.8202220057">https://doi.org/10.22533/at.ed.8202220057</a>	
<b>CAPÍTULO 8</b> .....	<b>105</b>
MTV BRASIL: COMO A LINGUAGEM DA MTV DOS ANOS 90 DIALOGA COM A GERAÇÃO ATUAL	
Thayse Kiel Truffa	
Cristian Cipriani	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.8202220058">https://doi.org/10.22533/at.ed.8202220058</a>	
<b>CAPÍTULO 9</b> .....	<b>118</b>
A TELEVISÃO TEM FUTURO? UMA ANÁLISE SEMIÓTICA DA ÚLTIMA VINHETA DA MTV BRASIL	
Darly Gonçalves de Souza Júnior	
Victor Reis Mazzei	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.8202220059">https://doi.org/10.22533/at.ed.8202220059</a>	
<b>CAPÍTULO 10</b> .....	<b>132</b>
SUBSÍDIOS TEÓRICOS PARA ANÁLISE DOS DIÁLOGOS INTERTEXTUAIS, INTERDISCURSIVOS E TRANSMIDIÁTICOS NA COMUNICAÇÃO	
Denise Azevedo Duarte Guimarães	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.82022200510">https://doi.org/10.22533/at.ed.82022200510</a>	
<b>CAPÍTULO 11</b> .....	<b>143</b>
COMPREENSÃO DA RETÓRICA COM CONCEITOS SEMIÓTICOS PEIRCEANOS	
Gilmar Hermes	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.82022200511">https://doi.org/10.22533/at.ed.82022200511</a>	
<b>CAPÍTULO 12</b> .....	<b>155</b>
AUDIOVISUAL, TECNOLOGIA E INTERAÇÃO: OBSERVAÇÕES DA SÉRIE DIÁRIO DE UM CONFINADO	
Carolina Fernandes da Silva Mandaji	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.82022200512">https://doi.org/10.22533/at.ed.82022200512</a>	
<b>CAPÍTULO 13</b> .....	<b>169</b>
A PARTICIPAÇÃO DO ESPECTADOR NO CURTA IDEOLOGIA, DE JOSÉ MOJICA MARINS: UMA COMPREENSÃO POR MEIO DA NARRATIVA CINEMATOGRAFICA	
Fernando de Barros Honda Xavier	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.82022200513">https://doi.org/10.22533/at.ed.82022200513</a>	
<b>CAPÍTULO 14</b> .....	<b>182</b>
COMUNICAÇÃO E ARTE CRÍTICA - DOIS ARTISTAS, DOIS TEMPOS: GOYA E BANKSY	
Geraldo Magela Pieroni	

Alexandre Ribeiro Martins

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.82022200514>

**CAPÍTULO 15..... 198**

OS DESAFIOS DA INCLUSÃO DA POPULAÇÃO LGBT NO MUNDO DO TRABALHO:  
A COMUNICAÇÃO COMO INSTRUMENTO DE DISSEMINAÇÃO DAS POLITICAS DE  
DIVERSIDADE

Israel Gomes de Oliveira

Maria de Lurdes Costa Domingos

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.82022200515>

**CAPÍTULO 16..... 216**

PROJETO SAIBA MAIS UEPG: AÇÕES NA CONSCIENTIZAÇÃO SOBRE PREVENÇÃO  
ÀS IST's E A GRAVIDEZ PRECOCE

Kauane Chicora

Letícia Prestes

Marcelly Ingles

Cristina Lucia Sant' Ana Costa Ayub

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.82022200516>

**CAPÍTULO 17..... 221**

LIDERANÇA E COMUNICAÇÃO: HABILIDADES QUE TRANSFORMAM PESSOAS EM  
EQUIPES

Raiane Feliciano da Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.82022200517>

**CAPÍTULO 18..... 229**

O EFEITO VINGADORES

Carolina Guerra Monteiro

Mirna Feitosa Pereira

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.82022200518>

**SOBRE O ORGANIZADOR..... 235**

**ÍNDICE REMISSIVO..... 236**

# CAPÍTULO 4

## DESIGUALDADE SOCIAL E PANDEMIA: UMA ANÁLISE DAS FOTOGRAFIAS COMPARTILHADAS PELOS PERFIS @COVIDPHOTOBRAZIL E @EVERYDAYBRASIL

*Data de aceite: 01/05/2022*

### **Camila Leite de Araujo**

Professora Adjunta da Universidade Federal do Amazonas, do curso de Jornalismo da Faculdade de Informação e Comunicação. Doutora em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco, Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco  
<http://lattes.cnpq.br/2757475124759540>

### **Juliana Lira de Oliveira**

Graduando em Jornalismo pela Universidade Federal do Amazonas. Bolsista Pibic. Pesquisa agraciada com bolsa CNPQ  
<http://lattes.cnpq.br/5190195195727430>

**RESUMO:** Objetiva-se nesta pesquisa analisar a função social da investigação fotográfica durante pandemia da Covid-19 no Brasil pela plataforma do Instagram e discutir a relação entre desigualdade social e pandemia. Para a seleção das imagens, escolhemos os perfis @covidphotobrazil e @everydaybrasil, que catalogam e compartilham imagens sobre a pandemia, feitas por diferentes autores e em diferentes regiões. A análise será feita à luz de discussões sobre as dimensões da iconologia e da iconografia de Panofsky (2012) e adaptadas à fotografia por Kossoy (1999). Como resultados esperamos verificar que as fotografias são convites à reflexão sobre a realidade da desigualdade social e seu papel na pandemia de Covid-19 no Brasil. Considera-

se de extrema importância o papel da ciência social que investiga os dados e as informações que contextualizam as imagens em um lugar na história contemporânea.

**PALAVRAS-CHAVE:** Fotografia digital; Covid-19; Brasil; Desigualdade Social.

### **SOCIAL INEQUALITY AND PANDEMIC: AN ANALYSIS OF THE PHOTOGRAPHS SHARED BY THE PROFILES @ COVIDPHOTOBRAZIL AND @ EVERYDAYBRASIL**

**ABSTRACT:** The objective of this research is to analyze the social function of photographic investigation during the Covid-19 pandemic in Brazil through the Instagram platform and to discuss the relationship between social inequality and pandemic. For the selection of images, we chose the profiles @covidphotobrazil and @everydaybrasil, which catalog and share images about the pandemic, made by different authors and in different regions. The analysis will be made in the light of discussions on the dimensions of iconology and iconography by Panofsky (2012) and adapted to photography by Kossoy (1999). As a result, we hope to verify that the photographs are invitations to reflect on the reality of social inequality and its role in the Covid-19 pandemic in Brazil. It is considered of extreme importance the role of social science that investigates the data and information that contextualize the images in a place in contemporary history.

**KEYWORDS:** Digital Photography; Covid-19; Brazil; Social Inequality.

## 1 | INTRODUÇÃO

Compreender a relação entre fotografia, memória, cidadania e respeito por vidas de populações periféricas exige uma literatura visual e debates sociais sobre esses problemas históricos da desigualdade social e sua documentação. Assim, acreditamos ser primordial a análise das leituras dessas imagens, que estas sejam amplamente compartilhadas e o entendimento dos seus simbolismos.

A pandemia tem sido um momento de maior sofrimento para aqueles que estão sem teto, desempregados, em atividades informais e sub-remunerados. Pesquisas apontam que a pandemia reforça as desigualdades dos mais vulneráveis, as mortes são mais numerosas nas periferias com infraestruturas precárias e sem serviços básicos.

Nesse contexto, o presente estudo se propõe a analisar algumas imagens fotográficas feitas durante a pandemia da Covid-19 no Brasil, com base em conceitos da iconografia e da iconologia propostos por Panofsky (2012) em 1932 e posteriormente adaptados à linguagem fotográfica por Kossoy (1999). O trabalho nos conduz à discussão sobre as possibilidades do digital na produção e circulação de imagens e seu impacto na criação da memória sobre a representação das vítimas do novo coronavírus e sobre o poder transformador da fotografia em registrar e alterar a história, se amplamente vista.

Trata-se de uma pesquisa bibliográfica e de um estudo de caso. O estudo articula métodos qualitativos de observação direta, por meio da descrição e avaliação qualitativa das imagens fotográficas postadas nos perfis @covidphotobrazil e @everydaybrasil, e alguns comentários de espectadores atrelados a elas. A seleção das imagens se dão a partir da temática da desigualdade social e ocorre de forma aleatória e subjetiva.

Para a análise das fotografias publicadas, partimos das discussões das dimensões iconológicas e iconográficas, propostas e descritas por Panofsky (2012), em 1932, depois adaptadas por Kossoy (1999), que acrescentou especificidades da linguagem fotográfica. Acredita-se que esses métodos podem contribuir para a análise fotográfica e compreensão da representação da memória da Covid-19 no Brasil.

A análise iconográfica refere-se à leitura plástica da imagem, criada a partir de um ponto de vista do autor da imagem e eternizado pelo instante em que o obturador foi acionado. O instante fotográfico documentado na fotografia permite recuperar dados preciosos para a reconstituição da memória e da história. A análise iconológica procura informações e contextos por meio de documentos ou do relato do autor da imagem de forma a “desvendar a trama histórica e social da imagem, bem como avaliar sua dimensão cultural e ideológica” (UNFRIED, 2014, p.05). Nesse sentido, é necessário uma base teórica que articule a problemática da desigualdade social no Brasil e o seu papel no agravamento da pandemia da Covid-19. Para aprofundamento da interpretação iconológica das imagens, conforme Kossoy (1999), podemos procurar a fala dos fotógrafos cujas imagens forem escolhidas, seja por meio de entrevistas em jornais ou por contato direto pelas redes sociais.

## 2 | RESULTADOS PARCIAIS

Os resultados parciais dessa pesquisa contam com seis análises de fotografias produzidas no norte do país, no contexto da desigualdade social durante a pandemia da Covid-19, compartilhadas nas páginas @covidphotobrazil e @everydaybrazil.

Para que seja possível compreender como a linguagem fotográfica é capaz de significar, Santaella (2012) ressalta a importância de levar-se em consideração como ela é produzida, enfatizando seu produtor e os meios disponíveis para tal.

Assim, a primeiro passo para essa análise é procurar saber quem é o fotógrafo que a produziu, para quais veículos trabalha, sua origem, sua relação com o norte do país, seu perfil na plataforma e as informações sobre a imagem que possa ter compartilhado nesta página pessoal.

O segundo passo para a compreensão da imagem é analisar de que modo a linguagem em questão é capaz de representar algo que está fora dela, isto é, seu objeto ou referente, comumente chamado de ‘conteúdo’ ” (SANTAELLA, 2012,p.74).

Isto implica a exploração da linguagem fotográfica que implica o exame de suas características iconográfica e iconológica descritas na metodologia desta pesquisa. Ou seja, o estudo de suas características internas que indicam ou representam uma realidade que lhe é externa. Acrescentamos a isso o estudo das características de interação da plataforma do *Instagram* que acrescentam ícones e comentários que influenciam na construção de sentido da imagem como numero de curtidas, marcações, hastags e análises de comentários.

Só então podemos passar para a questão da interpretação. Que tipos de de efeitos interpretativos aquela linguagem está apta a produzir no receptor? Os significados de uma linguagem dependem desse triônimo: suas características internas, suas referencias e as interpretações que enseja (SANTAELLA, 2012, p.74).

Dentre as formas de como ler uma fotografia estão: a percepção de sentimentos os quais a fotografia produz em nós, a identificação daquilo que foi fotografado. Explorar os detalhes da foto nos remete e nos permite conhecer a realidade que nela foi constituído, “contemplar a atmosfera que ela oferta ao olhar, pois a significação imanente dos motivos e temas fotografados é inseparável do arranjo singular que o fotógrafo escolheu apresentar” (SANTAELLA, 2012, p.30).



Fonte: Instagram/covidphotobrazil, 2021.

<https://www.instagram.com/p/CM2kCQgldZ8/>.

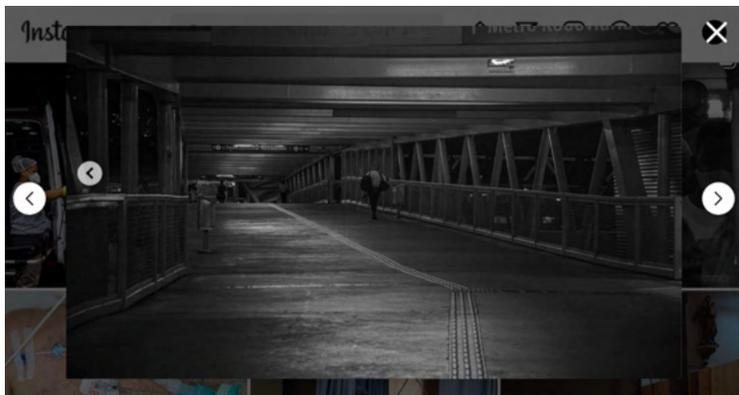
As fotografias aqui escolhidas foram produzidas pelo fotojornalista baiano Felipe Iruatã durante a crise sanitária causada pela Covid-19 em Salvador no segundo dia de toque de recolher em março de 2021. A primeira fotografia foi tirada do lado de fora de um ônibus do transporte coletivo. A partir de um ângulo de plano médio, mostra alguns passageiros do ônibus aglomerados, o que chama atenção é que apesar de não ser uma foto posada, ao perceber que estava sendo fotografado um dos passageiros faz sinal de negativo com a mão.

A segunda mostra o interior de um transporte coletivo também em Salvador. A imagem tirada a partir de um enquadramento de cima para baixo, ou ângulo plongée. Nela podemos ver o interior do ônibus lotado com várias pessoas uma ao lado da outra sem a possibilidade de cumprir com o distanciamento físico indicado pelo Ministério da Saúde.

No Brasil durante a pandemia, o trabalho remoto foi uma realidade para apenas uma pequena parcela da população. Grande parte dos trabalhadores, para não perder seus empregos, necessitou sair de casa e se expor ao vírus no transporte coletivo, assim como a imagem indica. Segundo um estudo do Instituto Brasileiro de Economia (Ibre) da Fundação Getúlio Vargas (Ibre/FGV), a modalidade a distância foi adotada por apenas cerca de 10% dos trabalhadores do país mesmo no auge da pandemia e do isolamento social. A pesquisa apontou que o trabalho à distância durante a pandemia foi um privilégio concentrado nas regiões mais ricas e urbanizadas do país. “A infraestrutura deficiente dos domicílios em outras regiões, tanto do ponto de vista de equipamentos quanto do acesso à internet, limitou bastante o home office no Norte e no Nordeste”. (AUTOR, ANO).

As imagens fazem parte de um álbum com mais outras 5 fotografias e foram curtidas por 731 usuários. A publicação está atrelada à legenda: “Segundo dia de toque de recolher as 18h em Salvador.

Enquanto as estações de ônibus estão cheias, a cidade fica vazia. Mesma contradição e mesmo abismo social”. Assim podemos ver na terceira imagem aqui escolhida feita pelo fotojornalista, tirada a partir de um plano aberto mostra uma rua quase deserta, onde podemos ver apenas algumas pessoas em ultimo plano.



O álbum foi compartilhado pela @covidphotobrazil traz a marcação do Instagram do seu autor @felipe. iruata a postagem recebeu comentários dentre eles estão: “Enquanto o governo não liberar um auxílio descente para que o trabalhador possa se resguardar neste momento, cenas assim serão comuns”.



Fonte: Instagram/covidphotobrazil, 2021.

<https://www.instagram.com/p/COIjlsnpNt/>.

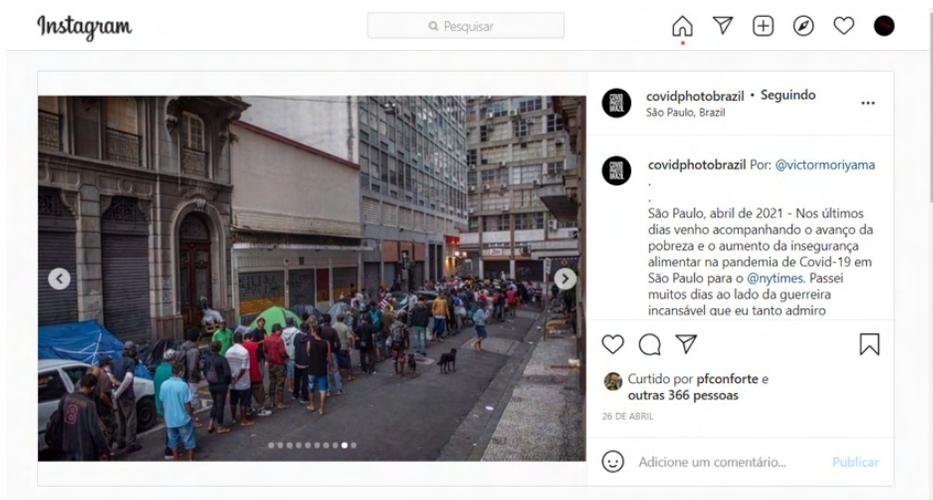
A imagem e sua respectiva legenda foram produzidas pelo fotojornalista freelancer André Coelho durante a crise sanitária causada pela covid-19 no mês de abril de 2021 no Rio de Janeiro. Em abril o Estado do Rio de Janeiro passava dos 700 mil casos confirmados de Covid, e batia recorde de média móvel de mortes com 270 óbitos por dia, segundo a Secretaria Estadual de Saúde.

A fotografia tirada a partir de um enquadramento aberto, O ângulo aberto, é usada para retratar pessoas e ao mesmo tempo contextualizar situações e ambientes. A imagem retrata em seu primeiro plano um homem que acaba de receber uma marmita,

com a máscara em seu queixo o homem aparenta chorar enquanto conversa com um dos voluntários da ONG Covid Sem Fome. Em segundo planos vemos uma fila de pessoas esperando para também receberem marmitas

A fotografia foi compartilhada pelo Instagram @covidphotobrazil e traz a marcação do perfil do fotojornalista @a\_coelho. A publicação foi curtida por mais de 786 pessoas e acompanha a legenda “Rio de Janeiro, abril de 2021 - Voluntários de ONGs como @covidsemfome e @acaodacidadania doam alimentos a moradores de rua no Rio de Janeiro. Centenas de pessoas que moram nas ruas do Rio, ou que terminaram nelas por causa da pandemia, recebem pelo menos um prato de comida por dia no centro da cidade, número bem menor do que há um ano devido à queda do número de doações”.

Entre as hashtags estão: #fome #ong #pandemia. A imagem faz parte de um álbum com mais outras 9 fotografias. O álbum recebeu comentários dentre eles estão: “Meu Deus, a fome e a dor já eram absolutamente presentes nesta região antes da pandemia... agora, tá de cortar o coração”



Fonte: Instagram/covidphotobrazil, 2021.

<https://www.instagram.com/p/COIBmoTHNN3/>.

A imagem foi produzida em abril de 2021 pelo fotojornalista Victor Moriyama durante a pandemia da covid-19 na cidade de São Paulo. Victor é um colaborador regular do The New York Times, cobrindo a Amazonia e a América Latina e está atualmente trabalhando em um projeto de longo prazo que investiga a desigualdade social no Brasil e os impactos do capitalismo nas relações sociais.

Na fotografia tirada em plano aberto, vemos uma fila vista por tras com pessoas algumas delas em situações de rua esperando pela distribuição de cestas básicas. O Inquérito Nacional sobre Insegurança Alimentar no Contexto da Pandemia da Covid-19 no

Brasil, realizado pela Rede Brasileira de Pesquisa em Soberania e Segurança Alimentar e Nutricional (Rede Penssan), indica que nos últimos meses do ano passado 19 milhões de brasileiros passaram fome e mais da metade dos domicílios no país enfrentou algum grau de insegurança alimentar. De acordo com os pesquisadores, o número encontrado de 19 milhões de brasileiros que passaram fome na pandemia do novo coronavírus é o dobro do que foi registrado em 2009, com o retorno ao nível observado em 2004.

A fotografia foi compartilhada pelo Instagram @covidphotobrazil e traz a marcação do perfil de seu autor @victormoriyama, foi curtida por mais de 366 usuário: “São Paulo, abril de 2021 - Nos últimos dias venho acompanhando o avanço da pobreza e o aumento da insegurança alimentar na pandemia de Covid-19 em São Paulo para o @nytimes. Passei muitos dias ao lado da guerreira incansável que eu tanto admiro @sophiabisilliat e sua associação @treinonalaje que faz um trabalho fundamental de distribuição de alimentos e cestas básicas nos quatro cantos da cidade e no centro”.

A publicação faz parte de um álbum com outras fotografias e está atrelada as hashtags: #covidbrasil #fome #pandemia #brazil. O álbum recebeu comentários como:” Tem que marcar o idiota que disse pra fazer o senso pela Internet pra ele aprender que o Brasil não é só o universo de privilégios que ele vive”.



Fonte: Instagram/@everydaybrasil, 2021.

<https://www.instagram.com/p/CTw3Zy0FaCU/>.

A imagem e sua legenda foram produzidas pela fotojornalista Marcia Foletto em setembro de 2021 na cidade do Rio de Janeiro. Marcia Foletto trabalha a 24 anos no jornal O Globo e é vista como uma das principais fotojornalistas do Brasil, independentemente. A foto foi feita a partir de um enquadramento de plongée em plano médio retrata uma mulher sentada em sua cama com as mãos e os cabelos tapando o seu rosto, em sua frente um prato apenas com bolachas tipo água e sal. A foto foi posada a mulher identificada como

“C” relata que durante a pandemia da covid-19 perdeu o seu emprego e chegou a morar nas ruas.

A fotografia compartilhada pelo @everydaybrasil traz a marcação do Instagram de sua autora @marciafoletto, foi curtida por mais de 380 usuários e acompanha a legenda: “ C. perdeu o emprego na pandemia. Teve que entregar a casa onde morava e deixar as filhas com o ex-marido. Chegou a viver na rua e hoje está em um pequeno apartamento pago por um amigo, na Zona Oeste do Rio de Janeiro. Sem trabalho e com o pouco que ganha do auxílio emergencial, tinha apenas um pacote de biscoito para passar a semana. Com medo de prejudicar o processo da guarda dos filhos, C. contou sua história, mas não quis se identificar”.

A foto recebeu comentário dentre eles: “A triste situação de muitos brasileiros neste momento desnordeado”.

## REFERÊNCIAS

Lewis, Sarah. Visão e justiça. (2016). The fifth international exposition of contemporary and modern art. Chicago. Northern Trust

Kossov, Boris. Realidades e ficções na trama fotográfica. São Paulo: Ateliê Editorial, 1999.

ONU. (2019, dezembro) Relatório de desenvolvimento humano do PNUD destaca altos índices de desigualdade no Brasil. Acessado em: <https://douradosagora.com.br/noticias/brasil/pnud-destaca-altos-indices-de-desigualdade-no-brasil>

Panofsky, E. Significado nas artes visuais. Tradução Maria Clara F. Kneese e J. Guinsburg. São Paulo: Perspectiva, 2012. Título original: Meaning in the visual arts. 5 reimpr. Da 3 ed. De 2001.

Unfried, R. O uso da iconografia e da iconologia para a análise de fotografias e recuperação da história de Londrina. Trabalho apresentado no GT 7 – Fotografia, do Encontro Nacional de Pesquisa em Comunicação e Imagem – ENCOI, 24 e 25 de novembro de 2014, Londrina.

Werneck, G.; Carvalho, M. A pandemia de Covid-19 no Brasil: Crônica de uma crise sanitária anunciada. In: Cadernos de Saúde Pública, 2020.

BODNAR, J (1992). *Remarking America: Public memory, commemoration, and patriotism in the twentieth century*. Princeton: Princeton University Press.

CANDAU, Joel. *Memória e identidade*. São Paulo: Contexto, 2011.

GUEDES-PINTO, Ana Lúcia. *Rememorando trajetórias da professora- alfabetizadora: a leitura como prática constitutiva de sua identidade e formação profissionais*. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2002.

LOPEZ, Immaculada. *Memória social: uma metodologia que conta histórias de vida e o desenvolvimento local/*. -- 1. ed. -- São Paulo: Museu da Pessoa: Senac São Paulo, 2008.

LE VEM, Michel Marie et al. *História oral de vida: o instante da entrevista*. In: VON SIMSON, Olga Rodrigues de Moraes, (org.). *Os Desafios contemporâneos de história oral – 1996*. Campinas: Área de Publicações CMU/Unicamp, 1997.

MIZIARA, Rosana. Experienciar museus: um olhar sobre o museu da pessoa. Revista do centro de Pesquisa e formação, 2016.

SANTAELLA, Lúcia . Leitura de Imagens. São Paulo: Editora Melhoramentos, 2012.

## ÍNDICE REMISSIVO

### SÍMBOLOS

@covidphotobrazil 37, 38, 39, 41, 42, 43

@everydaybrasil 37, 38, 43, 44

### A

Adolescência 215, 216, 217, 219

Argumentação 18, 142, 145, 146, 147, 148, 149, 151, 153

Arte engajada 181

### B

Brasil 2, 3, 5, 10, 11, 12, 16, 24, 25, 26, 27, 35, 37, 38, 40, 42, 43, 44, 58, 59, 69, 96, 104, 105, 106, 115, 116, 118, 119, 120, 121, 122, 125, 126, 128, 129, 130, 134, 198, 200, 201, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 213, 216, 219, 227

### C

Cidade 24, 27, 40, 42, 43, 46, 51, 52, 56, 92, 93, 99, 106, 107, 170, 187, 192

Cinema expandido 154, 158, 159

Comunicação 1, 2, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 13, 14, 15, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 29, 37, 44, 46, 58, 59, 69, 71, 72, 73, 74, 75, 89, 94, 97, 101, 103, 106, 116, 118, 119, 128, 129, 130, 131, 132, 138, 141, 142, 143, 145, 147, 150, 151, 152, 153, 155, 156, 163, 166, 167, 181, 182, 183, 197, 198, 199, 201, 202, 203, 206, 207, 208, 211, 213, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 234

Comunicação científica 13, 15, 22, 23, 24

Concessionária 26, 29, 30

Convergências midiáticas 131

Covid-19 1, 27, 32, 35, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 117, 154, 155, 163, 164, 166, 217, 218, 219, 225, 227

### D

Desigualdade social 37, 38, 39, 42

Diário de um confinado 154, 155, 163, 164, 165

### E

Educação sexual 215, 216, 217, 218, 219

Ensino 17, 21, 93, 101, 145, 200, 215, 216, 217, 218, 219

Epistemologia 52, 168, 169, 180

Equipe 163, 219, 220, 222, 223, 224, 225, 226, 227

Espectatorialidade 168

Estética 12, 46, 47, 106, 107, 110, 111, 112, 114, 115, 135, 140, 150, 155, 157, 159, 161, 171, 175, 178, 181, 191, 192, 195, 196

Expressão 15, 46, 50, 51, 54, 56, 75, 102, 121, 126, 142, 145, 155, 159, 183, 194, 201

## **F**

Fotografia digital 37

## **G**

Gerações 104, 106, 116, 129

## **H**

Horror 168, 169

## **I**

Indústria criativa 13, 14, 15, 16, 17, 18, 21, 22, 24, 25

Interação 13, 18, 19, 21, 39, 109, 134, 154, 155, 157, 158, 160, 162, 164, 165, 167, 168, 172, 176, 177, 178, 219, 224

Interdiscursividades 131

Intertextualidades 131

## **J**

Jornalismo 2, 14, 20, 23, 37, 46, 58, 59, 64, 65, 69, 71, 142, 146, 152, 153

## **L**

Liderança 209, 220, 221, 222, 223, 225, 226, 227

Liderança Feminina 220, 221, 222, 226, 227

Linguagem audiovisual 104, 154, 155, 164, 165, 166

## **M**

Mecânica 26, 28, 29

Media 13, 36, 68, 71, 72, 73, 74, 75, 87, 95, 98, 99, 100, 101, 103, 132, 141

Mídias sociais 13, 14, 15, 18, 20, 21, 23, 24, 25, 202

Modernidade 46, 52, 56, 94, 107, 112, 115, 116, 132, 182, 196, 233

Mojica 168, 169, 171, 174, 178, 179

MTV 104, 105, 106, 110, 111, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130

## **N**

Narrativa 139, 154, 155, 157, 159, 160, 161, 162, 163, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 174, 177, 178, 182, 196, 205, 229, 231, 233

## **P**

Pandemia 1, 26, 27, 28, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 42, 43, 44, 113, 154, 155, 163, 164, 166, 215, 217, 218, 219, 225, 227

Peirce 121, 124, 130, 142, 143, 144, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153

Política 13, 15, 20, 24, 57, 62, 64, 67, 73, 103, 106, 115, 118, 145, 155, 181, 182, 188, 191, 192, 195, 196, 201, 213

## **R**

Representação 38, 46, 47, 49, 50, 51, 55, 56, 99, 121, 124, 158, 159, 160, 176, 185

Retórica 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153

Retórica especulativa 142, 150, 151, 152

## **S**

Semiótica 118, 119, 121, 129, 130, 140, 142, 143, 144, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 162, 163, 166, 167

Serra da Estrela 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103

Serviços 13, 15, 16, 17, 18, 19, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 38, 110, 155, 156

Sociosemiótica 154, 160, 162, 167

## **T**

Tecnologias 32, 36, 48, 73, 154, 155, 156, 159, 160, 219, 220, 223, 224, 225, 226

Televisão 16, 48, 62, 74, 107, 108, 110, 112, 113, 115, 116, 118, 119, 120, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 135, 154, 155, 157, 159, 163, 164, 208

Temporalidade 139, 181, 182, 183, 195

Teorias da comunicação 25, 71, 72, 73, 101, 130

Transmidialidades 131

## **U**

Unipampa 13, 14, 15, 18, 20, 21, 22, 23, 24, 25

## **V**

Veículo 26, 27, 28, 29, 30, 32, 33, 34, 35, 65

 [www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)

 [contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br)

 @atenaeditora

 [www.facebook.com/atenaeditora.com.br](http://www.facebook.com/atenaeditora.com.br)



DIMENSÕES  
ESTÉTICAS,  
COGNITIVAS E  
TECNOLÓGICAS  
DE COMUNICAÇÃO



DIMENSÕES  
ESTÉTICAS,  
COGNITIVAS E  
TECNOLÓGICAS  
DE COMUNICAÇÃO