

SÉRIE
CALEIDOSCÓPIO
VOLUME II

ESTUDOS EDITORIAIS

Organização **Marília de Araujo Barcellos**



ESTUDOS EDITORIAIS

SÉRIE
CALEIDOSCÓPIO

VOLUME II

EBOOK

ORGANIZADORA
Marília de Araujo Barcellos

ESTUDOS EDITORIAIS

SÉRIE
CALEIDOSCÓPIO

VOLUME II

EBOOK

Santa Maria | RS
Editora Experimental pE.com UFSM
2019

© Copyleft Editora pE.com UFSM, 2018



Este trabalho está licenciado com uma
Licença Creative Commons
Atribuição - Não Comercial - Sem Derivações 4.0
Internacional

ISBN 978 85 92618 10 0

E82 Estudos editoriais [recurso eletrônico] / organização
Marília de Araújo Barcellos. – Santa Maria, RS : Ed.
pE.com UFSM, 2019.
1 e-book : il. – (Série Caleidoscópio ; v. 2)

ISBN 978-85-92618-10-0
Disponível em: <http://coral.ufsm.br/pecom/index.php>

1. Produção editorial 2. Livros – Publicações I.
Barcellos, Marília de Araújo II. Série.

CDU 655.4

Ficha catalográfica elaborada por Alenir I. Goularte CRB-10/990
Biblioteca Central - UFSM



pE.com
EDITORA EXPERIMENTAL

Editora pE.com UFSM

Curso de Comunicação Social - Produção Editorial

Avenida Roraima, 1000 Prédio 67, Sala 1114

Santa Maria, RS, Brasil

(055) 3220 9633 | pecom@ufsm.br

www.ufsm.br/pecom

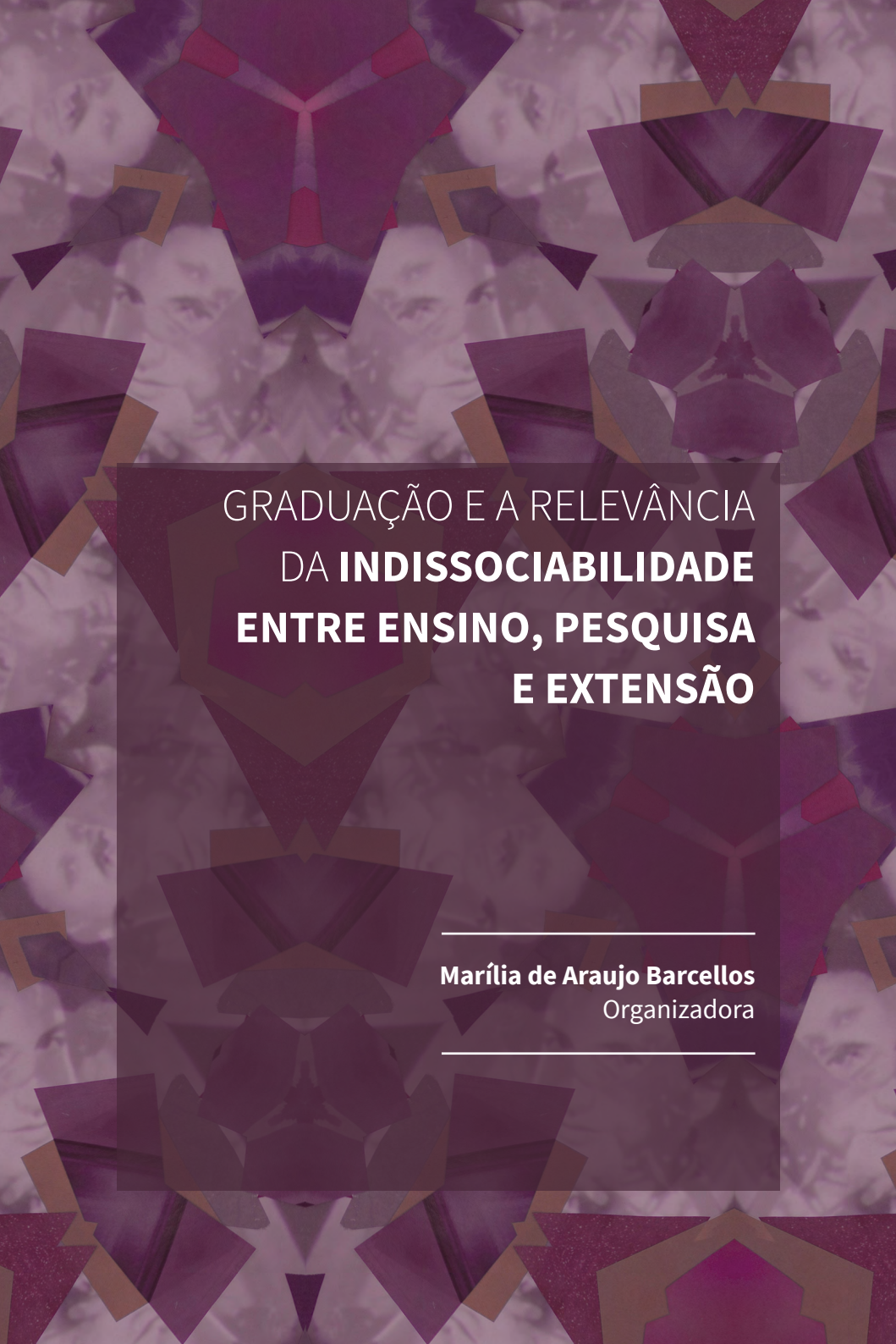
Universidade Federal de Santa Maria

SUMÁRIO



- Apresentação**  07
Marília de Araujo Barcellos
- As cores contam histórias A significação
do vermelho no cinema  17
Gabriela Barreto | Leandro Stevens
- Imperatriz furiosa** Protagonismo feminino
e identidade de gênero  41
Rafaela Ribeiro Chagas | Sandra Depexe
- Uma breve reflexão** sobre o papel histórico da
mulher no mercado editorial das hq's  69
Francielle Fanaya Réquia | Liliane Dutra Brignol
- Um caso de empoderamento feminino** em quarto
de Despejo – Diário de uma favelada  85
Carolina Arend Giacomini | Marília de Araujo Barcellos
- #Gamergate controversy** o discurso de ódio
biopolítico no universo gamer  107
Leandra Cohen | Aline Roes Dalmolin
- Narrativas transmidiáticas** na cultura participativa
do fã Um estudo do Canal Nostalgia no Youtube  131
Sílvia Letícia dos Reis Rengel | Aline Roes Dalmolin

| | |
|--|--|
| Capricho Week A recepção da revista em suas múltiplas plataformas digitais Maritcheli de Almeida Vieira Liliane Dutra Brignol |  153 |
| Minha viagem pela Arte Moderna Livros de arte para crianças Alana Zavareze Anillo Marília de Araujo Barcellos |  177 |
| Isto não é um livro Uma proposta de material suplementar de física Jamille Coletto e Sara González Sandra Depexe |  205 |
| Caminhos do rádio e da música underground na era da internet Um estudo das rádios Antena Zero, Putz Grila e Armazém Andressa do Amaral Rosane Rosa |  227 |
| Estratégias para apresentar temáticas em interface com a ciência em narrativas de ficção científica Emanuelly Vargas Leandro Stevens |  259 |
| Enhanced Publications Ampliando a visibilidade das publicações científicas Edilaine de Avila Cláudia Regina Ziliotto Bomfá |  283 |
| Os Autores |  307 |
| Corpo Editorial |  315 |
| Créditos |  317 |



GRADUAÇÃO E A RELEVÂNCIA
DA **INDISSOCIABILIDADE**
ENTRE ENSINO, PESQUISA
E EXTENSÃO

Marília de Araujo Barcellos
Organizadora

ESTUDOS editoriais volume II consiste no segundo número da Série Caleidoscópio. O presente livro reúne 12 capítulos provenientes de trabalhos de conclusão do Curso de Comunicação Social – Produção Editorial da Universidade Federal de Santa Maria, defendidos nos anos de 2016 e 2017, selecionados, editados e produzidos em disciplina complementar e finalizado no laboratório pE.com em 2018 e lançado no mercado no ano seguinte, 2019.

Um processo longo e cuidadoso, como não poderia deixar de ser uma edição com cunho pedagógico, lança mão da tríade ensino, pesquisa e extensão com vistas a preparar alunas e alunos para atuação profissional no mercado, incentivando a produção intelectual e a participação extensionista.

Tal formação não deve ser concebida apenas como técnica, mas quando ampliada permite o desenvolvimento humanista. Por isso, além da atuação em todas as etapas de edição, os acadêmicos na disciplina Editora Experimental lidaram com prazos atinentes às tarefas, ao mesmo tempo em que em metalinguagem como àquelas que editam e serão editados, refletiram a respeito do fazer editorial, elencando cada fase como estado de pertencimento. Lugar esse que por meio da indissociabilidade dá voz para atuar



junto a uma comunidade, e permite assumir um papel e usufruir de experiências compartilhadas junto a uma comunidade, aqui de Produtores editoriais, permitindo que ela melhore a cada dia.

Longe de ser a maioria dos textos produzidos no Curso, a obra constitui uma amostragem do que tem sido desenvolvido ao longo dos anos, resultado de monografias e projetos experimentais em que as temáticas plurais perfazem um cenário de multiplataformas, para além da cadeia produtiva referenciada por John Thompson em *Mercadores de Cultura* (2013), quando a criação de conteúdo inicia e finda com as vendas aos consumidores/ leitores.

A proposta aqui é justamente romper com modelo do processo sistêmico ordenado, uma vez que o campo pressupõe uma sobreposição de temas e ferramentas, surgem novos modelos de abordagens do campo da edição. Portanto, o leitor encontrará as mais diversas perspectivas às quais a edição tem sido objeto de estudo. Considera-se que os textos presentes nesta obra permitem olhares caleidoscópicos em torno do tema edição.

As monografias e trabalhos experimentais realizados demonstram o amadurecimento das abordagens elaboradas nesses anos de Curso, iniciado em 2010, quando percebe-se a amplitude das temáticas muito além do que se presume pensar, até então, tradicional edição de textos proposta na literatura da área antes da oferta tecnológica e de autopublicação que se apresentam no século XXI.

O cabedal teórico, antes fronteiriço da história cultural, da leitura e da escrita, expande-se e permeia as mídias digitais, o audiovisual, a produção científica, dentre outros ângulos do conhecimento. A cada “folheada”, um prisma com cores, efeitos e luzes próprias, seja nas Artes visuais, sob o tom da rádio, nas linhas da literatura, em publicações científicas, todos os textos formas de expressar a multimídia em tempos de convergência.



Os capítulos ao longo deste livro mostram justamente que o mercado editorial está aberto para atuação interdisciplinar e o quanto os profissionais que ali se abrigam estão preparados para atuar e ocupar posições distintas no campo editorial. Engana-se quem ainda vê, pensa ou espera da edição apenas um manipulador de textos alheios. Isso é coisa do século passado, diriam alguns. Exatamente, quando a edição era ainda o lastro da história cultural em que os copistas, impressores e livreiros comandavam os escritos.

Diante das mudanças no modo de fazer, circular e difundir os conteúdos, a Comunicação oferta maneiras de lidar com os textos, diante do suporte e materialidade, resultando em produtos cada vez mais elaborados. Ou não, justamente, em virtude das facilidades em que os meios de produção permitem o acesso a todos, o artesanal ressurgiu enquanto um tempo para aprofundamento, na contramão da velocidade. Sensibilidades que resgatam afetos, os autores do livro **Estudos Editoriais**, volume 2, apropriam-se da relação ensino-aprendizagem para propor a investigação nos objetos de estudos por eles elencados.

O mercado editorial mudou, e os profissionais em consonância com as modalidades se adequam a ele. Tal consideração deve-se expandir para o ensino em produção editorial, ou editoração, conforme o local onde é nomeado-, para atender a organicidade. Mais do que isso, os próprios estudantes de edição chegam à universidade com suas propostas inovadoras.

As fronteiras entre o que se chama de edição até meados do século XX, já não mais atende às demandas da Comunicação, ou das áreas afins: Letras, História, Ciências Sociais, Educação, dentre outras. As pesquisas realizadas no âmbito da UFSM demonstram isso. Para além dos orientadores, as pesquisas tomam seu rumo considerando narrativas em invólucros linguagens do audiovisual, da rede, do impresso, em livros, jornais, revistas, sites, games.



A produção científica apresentada atende ao espectro de leitores, espectadores e internautas, uma vez que abrange feições para além do impresso. Coincidência, ou não, todos os textos têm autoria feminina, o que ilustra tendência da participação do gênero na edição.

O capítulo que abre a obra intitula-se **As cores contam histórias: a significação do vermelho no cinema**, de autoria de Gabriela Barreto e orientação do não menos cinéfilo, professor Leandro Stevens. As cores iluminam a produção editorial em busca de desvendar a linguagem cinematográfica, sob o prisma da cor vermelha.

Quando o caso é a **Imperatriz furiosa: protagonismo feminino e identidade de gênero**, permanece a investigação sobre o cinema como corpus. A pesquisadora Rafaela Ribeiro Chagas apresenta aos leitores os personagens a partir de um olhar crítico da representação da mulher na mídia cinematográfica. Tem a orientação da professora Sandra Depexe.

O feminino também está presente no capítulo **Uma breve reflexão sobre o papel histórico da mulher no mercado editorial das HQ's**, de Francielle Franaya, quando a autora aborda o papel histórico da mulher no mercado editorial nas HQs. A pesquisadora, que também assina a ilustração da obra, traça a narrativa com a abordagem sobre gêneros na infância. A pesquisa conta com a orientação da professora Liliane Brignol.

Um caso de empoderamento feminino em Quarto de Despejo – diário de uma favelada, é o foco de Carolina Giacomini que usa o texto para abordar a representação de minorias uma vez que analisa a trajetória da escritora brasileira: mulher, negra e favelada, Carolina de Jesus. A literatura, cara à orientadora Marília de Araujo Barcellos, recorta o feminino na obra homônima ao título do capítulo.



#Gamergate Controversy: o Discurso de Ódio Biopolítico no Universo Gamer mostra que a busca da abordagem do feminino pode estar em jogo. A autora, Leandra Cohen, analisa sob o postulado por Michel Foucault e Giorgio Agamben, discursos de ódio biopolíticos proferidos contra minorias no Twitter através da hashtag #gamergate. Criada em alusão ao caso Watergate, acabou sendo redirecionada com o propósito de propagar o ódio biopolítico. Orientação de Aline Dalmolin.

Narrativas transmidiáticas na cultura participativa do fã: um estudo do Canal Nostalgia no Youtube, aproxima a análise a partir da cultura de massa, quando Sílvia Letícia dos Reis Rengel, orientada por Aline Roes Dalmolin, investiga o canal como produto da cultura de massa. O canal se configura como um produto da cultura participativa do fã e a autora soube aproveitar o tema para desdobrar a edição.

Girando o caleidoscópio para a **Capricho Week: a recepção da revista em suas múltiplas plataformas digitais**, Maritcheli de Almeida Vieira, sob orientação da professora Liliane Brignol, estuda a recepção das leitoras da Revista Capricho em suas múltiplas plataformas digitais de publicação e circulação de conteúdo, “levando também em consideração como se dá a identificação das leitoras com a revista em um contexto de convergência midiática”.

Minha viagem pela Arte Moderna: livros de arte para crianças é a coleção planejada por Alana Anillo em seu projeto experimental e que resultou em um produto ilustrado à mão, pela autora. O conjunto da obra contou com aparatos como mimos, que contribuem para facilitar a aprendizagem e fascinar o leitor. A intenção da autora foi a de proporcionar a leitura a partir do desenvolvimento do conhecimento aliado às Artes. O resultado é um kit-livro sobre artes visuais para o público infantil. O trabalho tem a orientação da professora Marília Barcellos.



Isto não é um livro: uma proposta de material suplementar de física, neste projeto experimental as autoras Jamille Coletto e Sara Gonzales mergulham no ensino de Física para mostrar o quanto o produto contribui para proporcionar leveza em conteúdos tidos como difíceis. A produção de um livro didático desafia as leis do comum e propõe um olhar multimidiático para a aprendizagem. A orientação leva o nome da professora Sandra Depexe.

Outra modalidade de edição em produção editorial é o áudio, no caso de **Caminhos do rádio e da música underground na era da internet: um estudo das rádios Antena Zero, Putz Grila e Armazém**, Andressa Amaral, que sob orientação da professora Rosane Rosa, permite uma viagem pelo radioweb e o quanto o produtor editorial dedica-se para a produção de conteúdo para o meio alternativo. A pesquisa coteja mais de um veículo de informação e traça a vitrine de tempos de rádio em que o digital se faz presente.

No capítulo **Estratégias para apresentar temáticas em interface com a ciência em narrativas de ficção científica**, de Emanuely Vargas, no lastro da análise literatura e cinema, mira para o campo da Ciência, aborda filmes e livros de ficção científica, aproximados por postulados de Pierre Bourdieu, dentre outros autores. O estudo conta com a orientação de Leandro Stevens.

Edilaine de Ávila investe na publicação científica. Em **Enhanced Publications: ampliando a visibilidade das publicações científicas**, a autora mapeia e propõe, em conjunto com sua orientadora Professora Cláudia R. Z. Bomfá, um estudo sobre *Enhanced*, em que destaca a visibilidade para as publicações científicas, tão cara à academia. Pouco se sabe sobre o quanto o compartilhamento de dados e resultados se faz necessário e como ocorre. A autora disserta sobre como os periódicos científicos ocupam o lugar que lhes cabe de divulgar a Ciência.



Findo os conteúdos dos capítulos que giram perspectivas múltiplas sobre a edição, a perspectiva da troca se destaca na indissociabilidade ensino-pesquisa-extensão, que têm na disciplina complementar, e no laboratório pE.com UFSM, o espaço para enriquecer saberes, permitindo aos acadêmicos uma primeira inserção no mercado editorial. A vivência por meio empírico faz a diferença na formação enquanto sujeito e, por conseguinte, profissional.

Atuar junto aos agentes da cadeia produtiva no campo editorial, fomentar ações de experiências compartilhadas, utilizar ferramentas multiplataformas em ambientes virtuais e presenciais, considerar a publicação inerente a uma pluralidade de campos, reflete caminhos possíveis para um profissional de produção editorial. E isso é debatido no âmbito desta obra que pretende cultivar o espírito investigativo de todas e todos.

Sobre a metodologia posso dizer que cada tomada de decisão foi compartilhada entre os participantes da proposta: alunos e monitora da disciplina, bolsista do laboratório, além da docente, técnica e coordenadora do Curso, para a qual temos o nosso mais sincero agradecimento, estendido aos demais colegas do Departamento de Ciências da Comunicação.

Reunir em uma mesma obra, capítulos provenientes de estudos e experimentações acadêmicas no âmbito da graduação demonstra a volição do corpo docente, discente e de técnicos administrativos da Universidade Federal de Santa Maria, e portanto, o investimento na qualidade da educação na instituição pública brasileira.



AS CORES CONTAM HISTÓRIAS

A SIGNIFICAÇÃO DO
VERMELHO NO CINEMA

Gabriela Barreto
Leandro Stevens

PARA estudar o cinema é necessário compreender que ele é muito mais do que uma sequência de fotografias em movimento. Ele é uma grande máquina capaz de exprimir intensidade, intimidade e ubiquidade. Ele é intenso pois a imagem filmica possui uma força quase mágica, criando uma visão muito próxima do mundo real. Ele é íntimo, porque é capaz de penetrar nos seres, atingindo sua alma. É ubíquo, capaz de nos transportar no espaço e no tempo, condensando-o e recriando sua própria duração (ANGEL, 1954 *apud* MARTIN, 2003).

A alteração em nossa sensação de espaço e tempo faz com que fiquemos vulneráveis, anulando a barreira entre a consciência e a inconsciência. Após este ponto, o cinema começa a afetar nossos sentimentos e por último, é capaz de nos fazer adquirir uma significação ideológica e moral (MARTIN, 2003).

Para conseguir causar todas estas sensações no espectador, a indústria cinematográfica utiliza-se de muitas estratégias como a construção de um roteiro bem amarrado, personagens complexos e enquadramentos diferenciados. Além disto, a identidade visual é muito importante não só esteticamente, mas também na produção



de sentido de qualquer produto audiovisual. A definição da paleta de cores é essencial neste processo pois a cor é um elemento muito importante na comunicação de certas emoções ao espectador, sendo capaz de transmitir diferentes climas e sentimentos. O efeito psicológico da cor adiciona profundidade à história e aos personagens (BARNWELL, 2013).

Desta forma, este trabalho tem como objetivo compreender como se dá o uso da cor na tarefa de construir diferentes sentidos dentro do cinema. Mais especificamente, buscamos investigar a quais diferentes significações a cor vermelha é atrelada, para compreender o quanto uma cor pode ser versátil em seu uso enquanto elemento de construção da narrativa cinematográfica. Para tanto, analisaremos exemplos existentes no filme *Beleza Americana* (1999).

AS CORES E SIGNIFICADOS

As cores em nosso dia a dia não são usadas apenas como se fossem uma mera construção do acaso. Há muito tempo, já se percebeu o potencial que o colorido possui no sentido de influenciar tanto no fisiológico quanto no psicológico do ser humano. É por isto que diversos profissionais a utilizam como aliada para atrair a atenção, provocar diferentes estímulos e sensações. Na publicidade, nas diferentes formas de arte, na arquitetura, e em outros setores, existe em comum a busca pela obtenção do potencial máximo das cores. A cor tem múltiplas funções que podem ser resumidas em três pontos:

A de impressionar, a de expressar e a de construir. A cor é vista: impressiona a retina. É sentida: provoca uma emoção. E é construtiva, pois, tendo um significado próprio, tem valor de símbolo e capacidade, portanto, de construir uma linguagem própria que comunique uma ideia” (FARINA; PEREZ; BASTOS, 2006, p. 13).



Compreendemos que existem três diferentes questões principais envolvendo a compreensão do universo das cores. Ela é um fenômeno fisiológico, físico, e sem sombra de dúvidas, é também cultural. É por isto que o estudo das cores exige um estudo de natureza interdisciplinar. Neste momento, a observaremos de um ponto de vista cultural.

A cor existe em função do indivíduo, já que ela ganha vida quando é vista pelo olho humano. Desde cedo, aprendemos a obedecer certos padrões relacionados a cor determinados pela cultura em que estamos inseridos. “O homem reage a ela subordinado às suas condições físicas e às suas influências culturais. Não obstante, ela possui uma sintaxe que pode ser transmitida, isto é, ensinada” (FARINA; PEREZ; BASTOS; 2006, p. 14). Podemos considerar que estas definições são resultados da construção de uma bagagem cultural, definida desde o momento em que viemos ao mundo. Esta bagagem irá variar de acordo com cada indivíduo e cada cultura, mesmo que “seus aparelhos fisiológicos sensitivos sejam basicamente os mesmos e seus mundos sejam mundos de espaços e objetos parecidos”. (SILVEIRA, 2011, p. 128)

O que dá qualidade e significado aos signos é a sua utilização. Participa-se da construção simbólica das cores utilizando os objetos no nosso cotidiano, para a interação social, e assim se reforça e reifica as características desses objetos. Estas expressões não fariam sentido algum para uma pessoa que não compartilha da mesma cultura, uma vez que elas são expressões totalmente conotativas, portanto estabelecidas a partir de uma vasta história de construção de significados. (SILVEIRA, 2011, p. 132)

Os significados estão tão enraizados em nossa cultura que até mesmo empregamos sensações visuais para descrever emoções ou situações, como nos seguintes exemplos: “A situação ficou preta”, “Estava vermelha de vergonha”, “Estou verde de fome”.



A FORÇA DA COR VERMELHA

Pensar no vermelho é como pensar em cor. Ela é a cor entre as cores. É provavelmente a que nos vem em mente, mesmo que não seja considerada a nossa preferida. Esta foi a primeira cor que o homem batizou, sendo a mais antiga denominação cromática do mundo. Em alguns idiomas, como o espanhol, usa-se a mesma palavra “colorado” para se referir tanto ao vermelho quanto ao colorido, o que reforça a ideia de que é a cor das cores. (HELLER, 2013)

Agregando simbolismos ao longo da existência humana, o vermelho possui uma extensa gama de impressões as quais é capaz de provocar. Muitas destas impressões retratam sentimentos conflitantes, o que torna grande o fascínio em seu estudo e análise. Estudar o vermelho é estudar a cor, pois o mundo cromático está cercado dele.

O amor e o ódio são dois simbolismos bastante lembrados quando pensamos na cor vermelha. Estes, por sinal, são diretamente opostos. Por trás deste simbolismo, está a experiência: o sangue sobe até a cabeça quando se altera, seja devido a vergonha, irritação ou excitação, duas emoções comuns a estes sentimentos (HELLER, 2013). Segundo a tabela de acordes de efeitos opostos proposta pela autora, a cor vermelha é a única que apresenta oposições consigo mesma com estre amor e ódio.

O vermelho possui uma grande potência calórica, que aumenta a pressão sanguínea e a tensão muscular. Desta forma, é uma cor que nos coloca em estado de alerta e de atenção (FARINA; PEREZ; BASTOS, 2006). Onde o vermelho está localizado, está o maior destaque para nossos olhos. Esta é a cor que nos inspira perigo. Instintivamente, a observamos com mais atenção que a maioria das outras, devido a sua relação com os já citados, fogo e o sangue. Por essa razão, é a cor escolhida para nos colocar em estado de alerta.



A força do vermelho enquanto símbolo de status e poder se reconfigura em nossos dias, a medida em que observamos esta relação com objetos de desejo comuns a muitas pessoas, como o carro vermelho de uma famosa marca esportiva italiana, ou o glamour do tapete onde os artistas desfilam em eventos, em meio a fãs e fotógrafos.

Se por um lado esta é a cor do poder e da ostentação, por outro, é a cor do imoral, associada principalmente como a cor típica das meretrizes. No Novo Testamento, é descrita a “Mãe das Fornicações” como uma mulher totalmente vestida de vermelho (HELLER, 2013). Podemos relacionar deste princípio, um pouco de sua relação com o pecaminoso. O clássico batom vermelho carrega consigo a ideia de sedução e sensualidade, e as origens deste simbolismo estão no fato de que as mulheres o usavam com a intenção de parecerem ter mais sangue nos lábios, sendo mais passionais. “É a cor do amor e do erotismo. Como a cor da atração e da sedução se materializa nos lábios vermelhos. É a cor dos chamados “pecados da carne”, tabus e transgressões” (FARINA; PEREZ; BASTOS, 2006, p. 45)

A COR NO CINEMA

A introdução da cor no cinema foi um processo de longa aceitação por parte do público e de seus produtores. Isto porque, pelas limitações técnicas, não era possível reproduzir cores naturais na tela, e o preto-e-branco, apesar de distante da realidade, era aceito pois haviam outros códigos que sustentavam a narrativa.

A cor foi introduzida de forma manual, tal qual a pintura de uma tela: a mão. Cada um dos fotogramas era colorido artesanalmente. A Viagem à Lua (1902), do diretor George Méliès, é oficialmente o primeiro filme colorizado de que se tem notícia, proposto nas cores verde, amarelo, magenta e tons sépia. Apesar de extremamente



trabalhosa, a técnica de colorização representava um avanço muito significativo para a produção cinematográfica. Muitos produtores temiam que a utilização das cores pudesse distrair a visão dos espectadores, prejudicando a simplicidade e a clareza nos filmes. A ruptura na percepção poderia retirar a atenção da audiência em relação aos elementos realmente importantes para a compreensão da narrativa (COSTA, 2000). Na década de 1920, algumas limitações tecnológicas foram superadas com a invenção da câmara Technicolor, a primeira que permitia a gravação de filmes coloridos, acrescentando uma nova dimensão aos longas-metragens.

Mesmo com a propagação da nova tecnologia, muitos produtores seguiram utilizando os filmes em preto-e-branco, devido ao temor de que a cor poderia prejudicar a compreensão do espectador (COSTA, 2000). Os filmes de cunho realista, em especial documentários, não possuíam variação de cores. O colorido ficava mais restrito a filmes de cunho não-realista, como musicais, desenhos, comédias e westerns. Neste tipo de filme, era mais aceitável que houvesse uma fuga da realidade já que “a cor, para alguns cineastas, era um elemento capaz de exprimir o fantástico, o não-real, de representar o ‘mundo dos sonhos’” (COSTA, 2000, p. 133). Com isto, a cor passou a ser usada de forma mais criativa, a afim de obter uma linguagem diferenciada na hora de construir a narrativa. O Mágico de Oz (1939), por exemplo, é um filme onde o mundo real era todo em preto-e-branco e o mundo da fantasia era colorido.

As cores no cinema foram realmente consolidadas tecnicamente e também para fins realistas, quando outros elementos como a televisão entraram em voga (COSTA, 2000). Neste período, a cor passou a ser vista como uma atração a mais para quem ia ao cinema, já que as televisões funcionavam em preto-e-branco. Com o advento da televisão colorida em 1960, foi necessário se equiparar, tanto pelo fator da riqueza de imagens quanto por fins comerciais.



Apesar de todo o esforço que foi colocado na tarefa de colorir o cinema, a verdadeira invenção da cor cinematográfica surgiu apenas quando os produtores perceberam que o uso das cores não era apenas o de proporcionar um aspecto realista ao filme. Ela foi realmente descoberta no momento em que se percebeu o potencial que ela possuía em relação às implicações psicológicas e dramáticas que as tonalidades exerciam sobre o espectador, como a dualidade entre cores quentes e frias (MARTIN, 2003).

Ainda segundo o autor, diversas experiências fisiológicas e psicológicas apontam que percebemos mais os valores, que são as diferenças de iluminação, do que as cores propriamente ditas. Ele explica que nossa atenção, no geral, dá pouca importância às cores, uma vez que elas se apagam diante da realização do objeto. Assim como raramente sonhamos em colorido, foi fácil para o cinema passar sem cor.

Na atualidade, ainda existe o uso do preto e branco, apesar de todos os aparatos tecnológicos. Para alguns cineastas, ele é capaz de promover uma ligação com o passado ou servir como elemento dramático. Como exemplo podemos citar o longa-metragem *A Lista de Schindler* (1994), onde o uso do preto-e-branco domina todo o filme, com a exceção para o casaco vermelho de uma menina que anda pelas ruas e é a protagonista de um detalhe bastante dramático. É possível ver o casaco novamente em vermelho cenas mais tarde, misturado a uma pilha de corpos, revelando assim o destino da personagem. Steven Spielberg, o diretor do filme, explicou que para ele a cor era símbolo de vida, então uma história relacionada ao Holocausto deveria ser em preto-e-branco.

Novos desenvolvimentos tecnológicos e/ou estéticos são, via-de-regra, influenciados pelos fatores econômicos e sociais de sua época. Para que sejam plenamente adotados, estes



terão que se sujeitar às críticas, gostos pessoais e vaidades daqueles que decidem e fazem a indústria cinematográfica e do espectador, mas “sobreviverão” dependendo de sua potencialidade. Aqui não se exclui a cor. Podemos concluir através disto, que o uso da cor no cinema, que iniciou como uma tentativa de representação da realidade e durante muito tempo esteve atrelada à reprodução do fantástico e do irreal, hoje é vista como mais uma forma de construção de sentido, mais precisamente no que diz sentido a sua intencionalidade. Utiliza-se determinadas cores em nome de uma intenção específica, a de causar alguma sensação ao espectador. Atualmente, percebemos que as cores estão empregadas nas narrativas em nome de uma significação muito maior e mais consciente, onde é possível verificar as intenções dos diretores ao construir a paleta de cores das obras. (COSTA, 2000, p. 137)

Por fim, compreende-se que a adição da cor no cinema não foi apenas um ganho tecnológico. Ela ajudou a construir um novo instrumento da narrativa, ajudando a representar emoções e estados de espírito.

DOMÍNIO DA COR NO CINEMA

A produção cinematográfica envolve a necessidade de um trabalho em equipe bastante sincronizado e planejado. Reconhecemos a importância de todos os profissionais para a construção de uma obra cinematográfica, mas em nosso estudo iremos nos ater as funções específicas de dois destes profissionais: o diretor de arte e o diretor de fotografia, juntamente com suas equipes, por entender que seu trabalho é decisivo para o controle da cor no cinema.

Existem elementos de construção do sentido do filme que dependem da fotografia e da arte. A organização do espaço, a composição do quadro, os movimentos da câmera e da cena, o projeto de iluminação e, por último, o enquadramento (ângulo e lente) seriam



atribuições da fotografia. Já as formas, texturas e cores dos elementos e espaços cênicos seriam de atribuição da arte. Estes profissionais devem atuar em conjunto para garantir que a essência do filme seja repassada ao espectador com eficiência (BUNGARTEN, 2013).

Trabalhar com a luz, a composição e as sombras para criar a atmosfera e o clima do filme são tarefas do diretor de fotografia. Este profissional precisa possuir uma estreita relação com o diretor, pois “é a pessoa que transforma a visão do diretor em realidade por meio do posicionamento da câmera e da escolha das lentes, suporte para gravação ou filmagem e iluminação” (BARNWELL, 2013, p. 127).

Mais do que apenas lidar com equipamentos, o diretor de fotografia precisa ter muita sensibilidade para unir com a técnica adequada e criar os efeitos desejados para a obra cinematográfica, sendo necessário que ele entenda de arte, para que haja uma união entre estética e conceito:

O conceito não tem necessidade de ser científico. Ele é a carta de navegação do fotógrafo. Se você se propõe a fazer um filme todo em cores uterinas, pouco importa se as pessoas vão ser capazes de definir o conceito com essas mesmas palavras ou o que elas vão sentir ao ver esses tons na tela. O que vai acontecer, com certeza, é que sentirão que há uma unidade que guia a fotografia e que ela é coerente.

(MOURA, 2001, p. 256)

Dentro da direção de fotografia, existem algumas tarefas atribuídas ao profissional, que se utilizará das variáveis disponíveis dentro de cada um dos fatores. Para contar a história, é importante decidir de que forma as imagens serão construídas no filme. O enquadramento consiste no recorte que o diretor de fotografia dará para a cena, destacando assim os elementos que são importantes para o



espectador e também esclarecendo os que não são. Assim, além da construção de sentido, está também a sensação que a cena causará.

Ao compor o frame, o diretor de fotografia está ativamente escolhendo o que incluir na imagem no que se refere a convenções estilísticas e narrativas. Cada plano contém informações para o público, que levam a uma reação pretendida. O que é deixado de fora do frame é tão importante quanto o que é colocado nele. (BARNWELL, 2013, p. 135)

A composição pode causar sensação de profundidade ou proximidade e, aliada ao enquadramento e a iluminação, cria uma atmosfera única para o frame. As linhas, formas planas, formas espaciais, texturas e padrões são importantes para construir significado na cena (BARNWELL, 2013). Elas podem ser construídas com a ajuda da natureza, através de linhas ou texturas criadas por árvores, por exemplo, ou até mesmo objetos construídos pelo homem, como a silhueta de prédios e outros tipos de construções. A autora destaca que, quando estas linhas, formas e texturas são repetidas em intervalos, cria-se um padrão.

A iluminação é uma das peças-chave da construção da atmosfera de um filme. Com ela, é possível alcançar diversos efeitos marcantes e o espectador pode ter uma maior noção de lugar, tempo, clima e até estado mental dos personagens (BARNWELL, 2013). Tais efeitos são possíveis graças ao trabalho do diretor de fotografia em conjunto com os demais técnicos que irão determinar o posicionamento, a direção, a intensidade e a qualidade de tipos diferentes de luzes.

Se com a luz se escreve o filme, o trabalho do diretor de fotografia é o de “pintar com as luzes”. Com isso, através da sombra e da luz, é possível criar o contraste necessário para garantir que a cena não fique plana, e que os objetos e personagens ganhem ou não destaque.



Para isto, é preciso controlar o ajuste da luz. Dentro da noção de temperatura de cor, é necessário compreender as diferenças existentes entre as tonalidades atingidas a partir das diferentes formas de iluminação. A iluminação artificial “é empregada para reduzir o contraste de luz e sombra ou para destacar um detalhe importante que poderia passar despercebido de outra forma” (MARTINS, 2004, p. 57). O autor pontua que este tipo de iluminação é utilizado não apenas em estúdios, mas também em cenas externas, quando há o uso de rebatedores e projetores de luzes. Através de diferentes tipos de lâmpadas, é possível construir uma temperatura de cor mais quente ou mais fria, dependendo da sensação que se quer repassar. O mesmo serve para a iluminação natural, onde é possível se referir especialmente à luz do sol, que tem diferentes temperaturas ao longo do dia, e onde seu uso pode ser controlado. Desta forma, gravações internas e externas poderão influenciar diretamente na construção da temperatura de cor do filme.

O controle da temperatura é parte essencial do processo, pois no resultado final, as cores serão determinadas em boa parte pelo uso da luz. Por outro lado, a luz pode ainda ser corrigida através de softwares de edição na pós-produção. Cores frias e quentes causam determinadas sensações no espectador. Tons azulados trazem consigo a ideia de distância, frieza e solidão. Já os tons puxados para o vermelho e o laranja, transmitem o calor.

Assim como o diretor de fotografia, o diretor de arte é imprescindível para a concepção visual do filme. Também chamado de design de produção por alguns autores, é ele que, ao lado de todo o departamento de arte, deve criar o conceito para o filme “por meio do uso do espaço, volume, luz, cor e textura, ele tem o objetivo de criar um design que apoie e fortaleça a história e os personagens” (BARNWELL, 2013, p. 101).



Da escolha dos cenários, passando pelo figurino dos personagens, e até mesmo os objetos em cena, tudo passa pelas mãos deste profissional, que deve considerar a época, o enredo, e o local onde a história se passará. Este trabalho inicia-se muito antes das gravações, mais precisamente na pré-produção, onde começa o trabalho de pesquisa com auxílio do roteiro, e é possível definir quais serão as locações do filme, assim como as referências estéticas que servirão de inspiração.

Uma direção de arte bem elaborada, seja em uma montagem teatral ou em um filme, vai evidenciar conteúdos latentes nos roteiros originais colocando questões para o público, procurando afinidades entre elementos semelhantes, usando conceitos de semiótica facilmente identificáveis, ajudando a materializar o argumento. (PEREIRA, 2017, p. 130)

Assim sendo, as cores utilizadas dentro dos espaços de cenários e objetos não são escolhidas por mero acaso, uma vez que sua combinação é importante para promover o efeito desejado. Muitos cenários são construídos a partir de combinações pré-estabelecidas, como a das cores complementares.

As cores do cenário são muito importantes pois favorecem a construção do enredo.

Através das cores é possível criar cenários que repassem distanciamento, mistério ou até mesmo medo. Cenários pouco iluminados ou com riqueza de cores frias como o azul ajudam a causar esta sensação. Por outro lado, cores frias também favorecem a sensação de espaço, enquanto cenários de cores quentes trazem uma sensação de enclausuramento ou aconchego. Também podem demonstrar um ambiente alegre e caloroso.

O figurino dos personagens ajuda a ambientar o espectador dentro da história. Através da roupa, é possível reconhecer traços da



personalidade, estado psicológico, época, e até mesmo situação financeira. Ele destaca atitudes e gestos dos personagens, e “por harmonia ou por contraste, deixará sua marca no agrupamento dos atores e no conjunto de um plano. Enfim, sob esta ou aquela iluminação, poderá ser modelado – realçado pela luz ou apagado pelas sombras” (EISNER apud MARTIN, 2003, p. 61).

Na história do cinema, muitos personagens permaneceram na memória de quem os assistiu graças as roupas e acessórios que usavam, que acabaram por se tornar uma marca por si sós. Como exemplo, podemos citar os sapatos vermelhos de Dorothy em *O Mágico de Oz* (1939), o chapéu, o chicote e os equipamentos de safari de Indiana Jones (1981), assim como a roupa preta de Edward Mãos de Tesoura (1990) (BARNWELL, 2013).

O VERMELHO EM “BELEZA AMERICANA”

Produzido no ano de 1999 com a direção Sam Mendes, o filme “Beleza Americana” é originalmente intitulado “American Beauty”. A produção estadunidense é do gênero drama e tem a duração de 121 minutos. Estreou no Brasil em 25 de fevereiro de 2000. No elenco principal estão os atores Kevin Spacey, Mena Suvari, Thora Birch e Annette Bening.

O filme é narrado em primeira pessoa pelo protagonista Lester, que declara inicialmente que já está morto. Sendo assim, a história serve para contar em detalhes como as escolhas de sua vida acabaram provocando seu fim. Ele não aguenta mais seu emprego e seu casamento. Seus objetivos mudam quando conhece Angela Hayes, amiga de sua filha adolescente. A encantadora e jovem Angela inspira Lester a dar a volta por cima, pedir demissão de seu emprego e reconstruir sua vida.

O vermelho em *Beleza Americana* é uma espécie de fio condutor da história. Ele segue um ciclo que se inicia na ambientação dos



cenários, aparecendo na forma das rosas vermelhas, que são o símbolo da dominância de Carolyn na família. Ao mesmo tempo, elas são o aviso de uma tragédia iminente que ronda a família Burnham. Lester, o narrador, inicia o filme já contando que está morto, o que torna ainda mais fácil a compreensão de que o vermelho no filme significa em boa parte, a dualidade entre vida e morte.



Figura 01: Usando roupas em tons de cinza, Carolyn observa uma rosa vermelha.
Fonte: BELEZA, 1999.



Figura 02: Retrato mostra Carolyn usando vermelho e o restante da família em tons neutros. | Fonte: BELEZA, 1999.



Por outro lado, o vermelho na figura das rosas que são presença recorrente em toda a história, nos traz a ideia de uma beleza inalcançável. Temos a tentativa de Carolyn de trazer vida ao seu lar através da decoração do ambiente, adicionando uma beleza artificial ao colocar as rosas que cultiva em vasos espalhados pela casa. É interessante observar que, em todo o cenário, as cores quentes da rosa fazem um contraste bastante visível com o resto da decoração em tons frios.

A maior característica ligada ao vermelho consiste na liberdade que os personagens adquiriram em sua presença. Lester e Carolyn viviam um casamento de aparências, onde não conseguiam mais fingir ser um casal feliz. A filha adolescente não tinha a menor proximidade com os pais, o que ajudava a tornar o ambiente familiar deplorável. Era possível perceber esta crise ao observar a forma com que o cenário da casa era construído, com cores frias em sua todos os ambientes, mostrando uma casa que não possuía nenhum aconchego ou resquício de calor, a não ser as rosas de Carolyn espalhadas em vasos. Deste modo, há a tentativa de trazer alguma beleza a família.



Figura 03: Cena do jantar mostra cores neutras na sala e vaso com rosas vermelhas vibrantes no centro da mesa. | Fonte: BELEZA, 1999.



Carolyn encontrou o modo de libertar-se de seu mundo ao relacionar-se com um homem de sucesso do ramo imobiliário. Neste momento, a personagem passa a usar figurinos com tom de vermelho, além do tradicional batom que fez parte de todos os seus momentos.

Para Lester, o vermelho está presente em todas as coisas que deseja conquistar longe do domínio da mulher. Ao ter devaneios com a jovem Angela, Lester sempre a enxerga em meio a pétalas de rosas. Neste ponto, o vermelho é empregado como um símbolo de paixão, sedução, desejo e traição. A vitalidade e a energia que a juventude de Angela repassam a Lester no sentido de fazê-lo querer mudar radicalmente a sua vida, são mais provas do poder energético do vermelho na condução da narrativa.

Ao decidir abandonar o emprego e chantagear o chefe, novamente está o emprego da cor vermelha na vida de Lester. Desta vez, o carro de seus sonhos em frente à sua casa figura mais uma tentativa de viver a vida sem regras e sem limites, como ele nunca havia feito antes.



Figura 04: Traindo o marido, Carolyn usa roupa, unhas e batom em vermelho.
Fonte: BELEZA, 1999.



Figura 05: Angela envolta em rosas vermelhas, em delírio de Lester.
Fonte: BELEZA, 1999.



Figura 06: Lester compra o carro de seus sonhos, na cor vermelha.
Fonte: BELEZA, 1999.

Por fim, a morte de Lester está repleta de aparições do vermelho, seja na figura das rosas contrastando ao porta-retratos, quanto ao próprio sangue espirrando na parede. Neste ponto da história, compreende-se que o vermelho que esteve rodeando Lester durante toda a narrativa, na verdade eram uma espécie de aviso de que suas atitudes o estavam levando à morte.

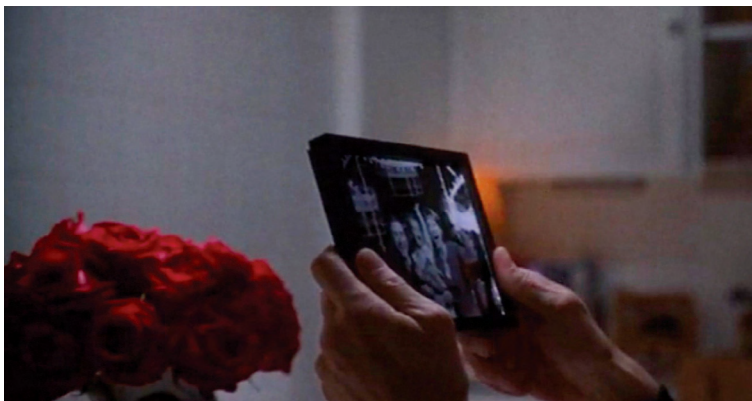


Figura 07: Lester observa o retrato da família em preto e branco, segundos antes de sua morte. Um vaso de rosas vermelhas completa a cena. | Fonte: BELEZA, 1999.

Assim, vemos que o vermelho traça uma trilha dentro da história, que começa com as rosas de Carolyn no jardim e termina com o sangue de Lester escorrendo na mesa. Em *Beleza Americana*, vermelho significa beleza, vida, morte, traição, sedução e acima de tudo: lierdade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo da cor requer um aprendizado muito importante: aprender a ler as estrelinhas. Ao longo deste trabalho, foi possível aprender a construir um olhar muito mais refinado para o mundo ao redor, de modo com que foi possível compreender que nada está colocado no mundo ao acaso e que tudo tem um sentido pré-estabelecido, principalmente dentro do cinema.

Importante observar o universo interdisciplinar onde a cor está inserida, perpassando pela física, a fisiologia, a arte, a psicologia, entre outros. Isto faz-nos pensar no cuidado que se deve tomar ao estudar determinado assunto, a afim de que não se privilegie uma



área em detrimento da outra, uma vez que todo o conhecimento que existe sobre o tema faz parte de um compilado de ideias que vem das mais variadas áreas, todas igualmente importantes.

Através da análise, foi possível concluir que as cores exercem um poder dentro do nosso psicológico e nos influenciam da forma mais poderosa possível, pois nos fazem compreender muitas coisas sem que sequer percebamos. Apesar das particularidades de cada indivíduo, a cor age em nosso subconsciente de maneira muito parecida, o que expõe as nossas semelhanças como seres humanos. Deste modo, compreendemos que ainda partilhamos de muitas coisas, somos atraídos pelos mesmos estímulos e tiramos conclusões parecidas em relação ao mundo.

Isto é interessante no sentido de pensar que existem sim maneiras de conquistar o maior número de pessoas possíveis através de produtos que sejam criados pensando nas potencialidades de cada uma das cores empregadas, pensando em suas implicações fisiológicas e principalmente psicológicas.

A cor, apesar de ser um fenômeno imaterial, ganha um enorme sentido quando combinada a contextos específicos. Em nosso estudo, a relacionamos ao cinema e pudemos compreender que o grande diferencial que a invenção trouxe para a Sétima Arte não foi o fato de fazer com que os filmes se aproximassem da realidade, mas sim a possibilidade de tornar as histórias cada vez mais impressionantes para o indivíduo, conquistando seu subconsciente e fazendo com que se relacione intimamente com a história.

O vermelho serviu como base para o estudo destas possibilidades de emprego da cor, onde compreendemos que uma única tonalidade pode trazer uma gigantesca gama de significados ao local onde está inserida.



É importante ressaltar que a construção do sentido ocorreu em combinação a outros elementos e o correto emprego das características e relações da cor, graças ao trabalho de profissionais como diretores de fotografia e de arte. Assim, o vermelho não possui significado por si só, mas através de seu uso resultante de estudos específicos sobre as potencialidades da cor.

Por fim, deixamos em sugestão que possam ser feitos outros trabalhos sobre o tema, explorando mais detalhadamente as significações de outras cores, de modo com que seja possível ampliar o conhecimento do tema para a área da Comunicação, em especial no campo do audiovisual e da Produção Editorial.

REFERÊNCIAS

BARNWELL, Jane. **Fundamentos da produção cinematográfica**. Porto Alegre: Bookman, 2013.

BELEZA Americana. Direção: Sam Mendes. Roteiro e Produção: Alan Ball e Bruce Cohen. Interpretes: Kevin Spacey, Anette Bening, Thora Birch et. al. Estados Unidos: DreamWorks SKG, 1999. 1 DVD (122 min), son., color.

BUNGARTEN, Vera. **A imagem cinematográfica: convergências entre design e cinema**. Tese (doutorado) – Departamento de Artes e Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013.

COSTA, Maria Helena Braga e Vaz da. A cor no cinema: signos da linguagem. **Cronos**: Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da UFRN, Natal, v.1, n. 2, p. 129-138, jul./dez., 2000. Disponível em: <<https://periodicos.ufrn.br/cronos/article/view/10884/pdf>>. Acesso em: 4 nov. 2017.

FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; BASTOS, Dorinho. **Psicodinâmica das Cores em Comunicação**. 5ª Ed. São Paulo: Ed. Edgard Blücher, 2006.



HELLER, Eva. **A psicologia das cores**: como as cores afetam a emoção e a razão. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.

MARTIN, Marcel. **A linguagem cinematográfica**. São Paulo: Brasiliense, 2003.

MARTINS, André R. **A luz no cinema**. 209 f. Dissertação (mestrado) – Escola de Belas Artes, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2004.

MOURA, Edgar Peixoto de. **50 Anos luz, câmera e ação**. São Paulo: Senac, 2001.

PEREIRA, Luis F. Sobre a direção de arte. In: **A direção de arte no cinema brasileiro**, Débora Butruce e Rodrigo Bouillet (orgs.), Rio de Janeiro: Caixa Cultural RJ, 2017.

SILVEIRA, Luciana M. **Introdução à teoria da cor**. Curitiba: Ed. UTFPR, 2011.



IMPERATRIZ FURIOSA

PROTAGONISMO FEMININO E
IDENTIDADE DE GÊNERO

Rafaela Ribeiro Chagas
Sandra Depexe

IMAGENS “são objetos materiais, signos que representam o nosso meio ambiente visual” (SANTAELLA, 2005, p.15), portanto acabam sendo a principal maneira que nos possibilita representar algo ou alguém, além de uma forma de absorver ou aprender tal representação. Assim como as imagens do nosso cotidiano, também temos aquelas acessadas através da mídia, tanto na forma fixa, no caso de uma pintura, como em movimento, seja em vídeo ou em animação (JOLY, 1994).

A imagem que vemos pelo meio midiático, como no caso deste estudo, acaba se tornando um reflexo cultural do momento histórico no qual está inserida. Contudo, é produzida por uma minoria da sociedade, o que acaba também por desenvolver uma determinada percepção de realidade e uma certa repetição de discursos.

Por isso, há necessidade de ser colocada em discussão a forma como a imagem que representa as mulheres é transmitida, já que muitas vezes ocorre a “venda” de padrões que geralmente mostram de modo errôneo e limitado a ideia do feminino, ou até mesmo de maneira pejorativa, em questões que envolvem idade, raça, etnia, orientação sexual, etc.



Um dos produtos midiáticos que chama atenção dos estudiosos e que também será estudado neste trabalho é o cinema, sem deixar dúvida de que as consequências culturais da normalização hegemônica acabam por se tornar visíveis nas telas, devido à popularização de análises da linguagem cinematográfica, ou seja, dos significados construídos através de recursos narrativos de um filme.

O cinema foi estudado como um aparato de representação, uma máquina de imagem desenvolvida para construir imagens ou visões de realidade social e o lugar do espectador nele. Mas (...) como cinema está diretamente implicado à produção e reprodução de significados, de valores e de ideologia, tanto na sociabilidade quanto na subjetividade, é melhor entendê-lo como uma prática significante, um trabalho de simbiose: um trabalho que produz efeitos de significação e percepção, auto-imagem e posições subjetivas para todos aqueles envolvidos, realizadores e espectadores; é, portanto um processo semiótico no qual o sujeito é continuamente engajado, representado e inscrito na ideologia (LAURETIS, 1978, p.37)

Por ser um aparato de representação tão notável, o cinema também passa a ser uma forma muito importante de representatividade, como explica a autora Sullivan Charles Barros, devido ao “poder que traz sobre seu público, visto que elas vinculam e constroem relações de gênero e sexualidade” (BARROS, 2014, p. 392). As obras cinematográficas, além de serem imagens de entretenimento, são meios que trazem discussões e questionamentos sobre papéis de gênero, sendo um grande aliado às linhas de pesquisa feminista e também ao público. Embora nem todos problematizem as representações do cinema, os filmes podem se tornar um meio para reivindicar maior diversidade de abordagens e gênero aos que produzem conteúdo audiovisual, trazendo uma nova versão àqueles imersos em concepções hegemônicas e patriarcais.



Estudos feministas têm sido grandes agentes no questionamento e “quebra de núcleos de misoginia e homofobia” (LOPES, 2006, p. 381) ao criticar firmemente representações sociais estereotipadas baseadas em normalização, que fazem referência a vertentes biológicas que classificam a identidade do feminino e do masculino considerando apenas características anatômicas e psicológicas, omitindo, silenciando e oprimindo os grupos que compõem o grande leque da diversidade de gênero na sociedade.

Para esse movimento de produção contra hegemônica, a democratização do acesso às tecnologias que compõem o processo cinematográfico abriu caminho para produções independentes e, conseqüentemente, para festivais que reúnem exibições dessas obras. Um exemplo foi trazido pelos autores Júlio dos Santos e Rosa Berardo, que citam:

Ao longo que um pouco mais de um século, o desenvolvimento técnico e tecnológico e as abordagens estéticas passaram por grandes transformações. A imagem digital contemporânea se apresenta como ponto de virada, principalmente por sua acessibilidade e agilidade de manuseio. Este desenvolvimento possibilitou que o cinema seja realizado cada vez mais por mulheres, brancas e negras, nas diversas situações sociais. Ao mesmo tempo, o desenvolvimento social e cultural trouxe outras transformações que alteraram significativamente a imagem da mulher negra no cinema. Estas alterações possibilitaram o surgimento de um cinema negro, cada vez mais realizado por negros e entre mulheres se afirmando e buscando redefinir seus simbólicos identitários. (BERARDO; SANTOS, 2014, p.252)

Com essas novas obras realizadas por mulheres e sobre mulheres, há um crescimento da participação feminina no cinema e uma crescente vertente de melhor representação que, aos poucos, vai ganhando maior visibilidade através de festivais de cinema.



Estes vão desde organizações regionais menores, até grandes eventos mundiais, como o Festival de Cannes, no qual ocorreu em 2015 a primeira exibição do filme objeto de análise deste trabalho - *Mad Max: Estrada da Fúria*.

Mad Max teve um grande custo, diferente dos demais filmes considerados “independentes”. No entanto, o filme parece ter se inspirado com a aura desses festivais no quesito vontade de representar a mulher de uma forma diferente da recorrente do cinema *mainstream*.

REPRESENTAÇÃO DA MULHER EM HOLLYWOOD

Segundo Morin (1989), as estrelas eram produtos de uma indústria capitalista que queria vender filmes e lucrar cada vez mais. Por isso, elas eram construídas dentro dos padrões, para cativar o público consumidor e manter o negócio de produções em Hollywood. Muitas vezes, a interação entre o espectador e a realidade reproduzida nos filmes era tão forte que diversas coisas poderiam ser absorvidas pela cultura através da pedagogia das imagens em relação aos espectadores. Para reforçar ainda mais, as marcas de cosméticos, dentre outros produtos, também utilizavam a imagem híbrida das estrelas em propagandas para incentivar o consumo de determinado produto supostamente utilizado por sua heroína favorita. Além disso, ainda continuava a ser reproduzida uma suposta imagem do que era luxo, alegria e beleza através dos padrões das divas para que as pessoas fizessem ainda mais referência às aparências dos atores como as ideais.



No período do *Star System*¹, a beleza e a sedução eram fatores indispensáveis para uma atriz, e isso incluía se o seu corpo estava dentro dos padrões, ou seja, se remetia à juventude e, muitas vezes, à sensualidade. As aparências das estrelas eram consideradas modelos para que fossem “mimetizados” pelas admiradoras e se tornavam objeto de *voyeurismo* e adoração pelo público masculino. Porém, ocorria de passarem despercebidos todos os métodos que eram utilizados para criar uma imagem perfeita, como enquadramentos e iluminação, por exemplo, que favoreciam a aura mítica da atriz.

O corpo, além de apresentar a problemática acerca do efeito dos padrões de beleza, é também o conjunto de símbolos que traz diretamente referência à sexualidade. A autora Kathryn Woodward coloca em sua obra que “o corpo é um dos locais envolvidos no estabelecimento das fronteiras que definem quem nós somos, servindo de fundamento para a identidade – por exemplo, para identidade sexual” (2000, p.15). Também pode-se dizer que ele acaba sendo o meio pelo qual um observador tem um primeiro contato, identificando a identidade de gênero de uma pessoa, já que os conceitos ainda são muito confundidos. Esse fato ocorre pela visão essencialista que por muito tempo foi considerada como a correta pela ciência, e em algumas áreas ainda é, de que o gênero e a sexualidade são a mesma coisa e dependem essencialmente do corpo e da genitália com a qual o indivíduo nasceu.

Os filmes acabam se tornando, além de tudo, um grande replicador dessa teoria, principalmente porque grande parte das produções hollywoodianas estão nas mãos de homens brancos com

1 Trabalho de construção de divas do cinema jovens e belas. As atrizes de cinema no período entre os anos 1930 e 1960 passavam por uma série de etapas na carreira em busca do estrelato. Muitas vezes as moças antes de serem “descobertas” eram misses locais dos Estados Unidos ou moças bonitas encontradas por representantes de agências especializadas, que seduziam as moças com promessas de fama e fortuna.



reproduções de pensamentos tradicionais do que é “ser mulher” e de como ela deve se apresentar e se comportar, se vestir e se maquiar, muitas vezes com referências machistas que vêm da cultura de base patriarcal. Porém, neste trabalho será seguida a seguinte vertente:

Os novos movimentos sociais, incluindo o movimento das mulheres, tem adotado uma posição não-essencialista com respeito a identidade. Eles têm enfatizado que as identidades são fluidas, que elas não são essências fixas, que elas não estão presas a diferenças que seriam permanentes e valeriam para todas as épocas. (WEEKS apud WOODWARD, 2000, p.37)

Os estudos feministas, apesar da modernização que ocorreu depois de décadas, ainda permanecem reivindicando melhores representações midiáticas, visto a ainda existente distinção quase autoritária do que são comportamentos “de mulher” ou “de homem”. Muitas vezes ocorrem a opressão e a exclusão daqueles que não se encaixam ou que optam por não se encaixar nos padrões estabelecidos culturalmente e reafirmados midiaticamente. Como afirma Woodward, “todas as práticas de significação que produzem significados envolvem relações de poder, incluindo o poder para definir quem é incluído e quem é excluído” (2000, p.18). Mesmo lentamente, a cultura pode modificar-se e o pedido das feministas por melhores representações no cinema não são em vão.

Quando uma personagem “fora dos padrões” é trazida para a cultura pop, depois de um processo inovador de desconstrução, acredita-se que possa ocorrer um efeito em cadeia, para que sejam mostradas nas telas “mulheres de verdade”, que também são protagonistas fortes que conseguem se adaptar sozinhas a situações e vencer obstáculos com suas próprias habilidades, sem precisar que visualmente estimulem a atenção do público masculino e nem que reproduzam novamente um caráter indefeso.



Além disso, traz para os filmes novas formas de “etnia (...) o gênero, a sexualidade, a idade, a incapacidade física, a justiça social e as preocupações ecológicas produzem novas formas de identificação” (WOODWARD, 2000, p.31). O público, que é tão diverso, com tantas estruturas físicas diferentes, poderá se reconhecer nas telas de cinema, através de uma tentativa de quebra de arquétipos a fim de trazer melhor representação e tentar acompanhar as identidades, que estão em constante mudança. Woodward confirma: “As identidades sexuais também estão mudando, tornando-se mais questionadas e ambíguas, sugerindo mudanças e fragmentações que podem ser descritas em termos de uma crise de identidade.” (2000, p. 31)

Uma personagem que quebrou diversos arquétipos e estereótipos de gênero foi a Imperatriz Furiosa do filme *Mad Max: Estrada da Fúria*, a qual será analisada detalhadamente a seguir.

ANÁLISE DA PERSONAGEM ATRAVÉS DO ROTEIRO

Neste subcapítulo será desenvolvida a análise da personagem anteriormente mencionada, que trabalha um novo ponto de vista em relação à representação da mulher no cinema: a Imperatriz Furiosa, protagonista do filme *Mad Max: Estrada da Fúria* de 2015. Visivelmente, ela foi construída pelos roteiristas Brendan McCarthy, Nick Lathouris e pelo diretor e roteirista George Miller para trazer uma nova imagem tanto na aparência como no comportamento em relação às demais protagonistas de filmes. Tais fatores serão observados de forma detalhada, demonstrando possíveis simbologias que tornam a sua representação notável para o público.

O autor Doc Comparato (2009) explica em seu livro o que considera protagonista: o principal personagem que traz todas as motivações, desenvolvimento, crescimento e aprendizado no decorrer da



trama. Apesar de Max, interpretado por Tom Hardy, ter seu nome no título da obra, ter quase tanto tempo de tela quanto Furiosa e aparecer primeiro do que ela no filme, a motivação principal que apoia a trama, a fuga com as esposas de Immortan Joe para levá-las até um local seguro, vem principalmente dela. Enquanto isso, o personagem de Tom Hardy apenas se torna um “aliado situacional” daquelas mulheres, papel que geralmente é colocado para as personagens femininas em filmes do gênero.



Figura 01: Charlize Theron no Tapete Vermelho | Fonte: Mujer Hoy



Figura 02: Theron caracterizada como Furiosa | Fonte: Pipoca Moderna

Desse modo, é possível colocá-la como a principal protagonista, a qual em sua construção deve ter características que interajam diretamente com o contexto e com a história do filme. Levando-se em conta que é de uma obra de ação e de ficção pós-apocalíptica, foi observado um grupo de tópicos trazidos tanto de Comparato (2009) como de Field (2001) para auxiliar na análise da personagem Imperatriz Furiosa, de modo a observar seus diferenciais e possíveis



motivos de existir em seu comportamento e desenvolvimentos, através de aspectos físicos e psicológicos que podem ser interpretados por meio de significações, imagens e descrições de cenas do filme.

O primeiro tópico é intitulado *batismo*, ou seja, dar um nome à personagem em que, desde seu primeiro contato com o espectador, é possível deduzir traços de sua personalidade, ou como Comparato (2009) coloca: “classe social, o caráter e a tipologia”. Muitas vezes utilizam-se estereótipos relacionando nomes a outras significações, como modo de vida, escolhendo entre algo que remeta a pessoas novas ou velhas, ricas ou pobres etc., mas também pode ser uma forma de identificar o país ou local de origem do personagem.

Observando o nome da personagem, “Imperatriz Furiosa”, algumas coisas podem ser inferidas: primeiramente sua classe social, como o autor havia colocado, relacionada à nobreza através do título “Imperatriz”. Acredita-se que tal título seja proposital, para diferenciá-la das demais personagens, tanto do próprio filme como também das demais referenciadas repetidamente na cultura pop, que em geral que trazem o posto de “princesa”: as princesas da Disney, a Princesa Leia em Star Wars e a Princesa Diana em Mulher Maravilha, por exemplo. A palavra “imperatriz” acaba por trazer uma interpretação de força, poder sobre os demais, ou até mesmo de mulher mais experiente. Em corroborar, no dicionário Michaelis há como definição de imperatriz: “1. Soberana que governa um império. 2. Esposa do imperador. 3. FIG. Mulher autoritária, dominadora.”

Seu nome Furiosa é o mesmo no original e, apesar do filme se passar em um lugar não reconhecível da Terra, está na língua espanhola ou portuguesa, o que traz diretamente para os brasileiros o significado de uma pessoa raivosa ou violenta, possivelmente forte e implacável. A definição desta palavra pelo dicionário Michaelis é: “1. Tomado de fúria; enfurecido, enraivecido, exasperado.



2. Possuído de paixões incontroláveis; arrebatado, impetuoso; intenso. 3. Que ocorre com força extrema; forte, intenso, violento: Vendaval furioso. 4. Que foge ao previsto; extraordinário, insólito, singular.” Não significa que a personagem tenha uma atitude violenta o tempo todo, mas que traz uma primeira impressão intimidadora. Também há a possibilidade de que ela foi nomeada assim como uma forma de prever que ela se tornaria uma mulher muito forte. Segundo a cena do filme em que Furiosa encontra outras mulheres do seu antigo vilarejo, de onde foi sequestrada quando ainda era criança, ela é reconhecida pelas mulheres por esse mesmo nome, então acredita-se que não se trata de um apelido.

Sobre o segundo tópico trazido, *tem de ser real*, Comparato (2009) fala sobre a necessidade de uma personagem trazer valores universais, valores pessoais e certas complexidades em sua personalidade que serão demonstradas no decorrer da obra, a fim de torná-la mais verossímil ou mais humano. Observando o filme, alguns traços foram percebidos: valores universais, valores morais e éticos, como a personagem interage com as outras, os diálogos e a forma como o público pode se identificar com ela.

Sobre os valores universais, no caso dessa obra, são úteis não só para definir a personagem, como também auxiliam a argumentar a trama e todas as suas motivações. Isso é o que leva a personagem a ter certo comportamento, que ocorre em consequência de sua personalidade e de suas atitudes, ou seja, maneiras de agir e sentir, como Field coloca em seu *Manual do Roteiro* (2001). A fim de demonstrar traços da construção da personagem, serão descritas e analisadas algumas cenas.

Furiosa, logo quando aparece em cena pela primeira vez, se dirige a um automóvel transportador de cargas gigante, estilizado com características visuais semelhantes aos demais veículos



automotores do contexto pós-apocalíptico representado no filme. Segundo as falas do líder daquele vilarejo, Immortan Joe, ela deveria levar os produtos para realizar trocas com as duas demais cidades, representadas como a do combustível e a das munições e armas de fogo. Depois ela segue o caminho da estrada como esperado, mas quando consegue uma boa distância de onde veio, muda a direção do caminhão, quebrando os planos e as ordens que recebera. No decorrer do filme, descobrimos que o seu real intuito era fugir de seu vilarejo para voltar a sua cidade natal, levando junto as jovens esposas parideiras de Immortan.

Seus valores morais e éticos acabam se tornando diferentes dos reconhecidos no mundo atual, já que a trama se passa em um universo fictício em uma terra quase sem vida, com recursos escassos, com uma política baseada apenas nas ideias e desejos dos imperadores tiranos que extraem todo o possível da população para tomar para si como bem desejam, sem leis, direitos ou deveres como a sociedade que conhecemos. O ideal que move e mais chama atenção para a personagem é exatamente a tentativa de quebra desse sistema, a resistência contra o imperador, a busca da liberdade que acaba se tornando um valor universal. Também pode-se entender como uma metáfora da resistência a líderes políticos contestáveis reais e também a fatores da sociedade que “aprisionam” grupos minoritários a estereótipos, muitas vezes argumentados pelos que detêm o poder como “seus lugares”, “seus papéis” ou “seus trabalhos”, que desenvolvem motivações de diversos movimentos sociais a fim de lutarem contra essas realidades impostas.

Além da “política”, o que também pode ser observado através dos atos e diálogos de Furiosa, segundo Field (2001), é como a personagem interage com os outros. Cada personagem acaba por ter algum valor afetivo, como no caso da relação da Imperatriz com as



demais esposas do imperador. Essa situação pode ser confundida principalmente com um fator chamado solidariedade feminina. A cultura popular diz que as mulheres são muito mais facilmente desenvolvedoras de empatia do que os homens, porém, assim como muitas outras coisas consideradas “femininas”, essa percepção pode ocorrer por conta de uma construção social, já que meninas são, desde pequenas, influenciadas a serem cuidadosas e ter temperamento amável com as outras pessoas. Porém, pode ser que no contexto do filme isso ocorra de outra forma.

Entende-se que a empatia desenvolvida pela personagem com as demais mulheres do filme ocorre por causa de uma possível identificação, já que as mulheres do imperador são extremamente objetificadas, úteis apenas para gerar filhos e leite materno. Provavelmente a Imperatriz quando mais jovem passou por realidades semelhantes, já que também traz em sua nuca a marca em forma da caveira em chamas que representa as propriedades de Immortan. A constante proteção às meninas, a ponto de se tornar extremamente agressiva contra os inimigos que as perseguem com o intuito de reavê-las ao imperador, torna-se uma metáfora do ideal feminista de que mulheres devem ajudar uma às outras contra potenciais perigos e agressores. Além disso, observa-se uma quebra de estereótipo dos filmes hollywoodianos, pois Furiosa em nenhum momento se envolve romanticamente com um personagem masculino no filme, tornando o foco apenas a união de forças entre as mulheres.

Os diálogos também são importantes fatores para representar melhor o jeito de ser e de pensar da personagem. Observando algumas falas de Furiosa, muitas delas são ordens aos soldados no início de sua fuga, demonstrando sua posição de poder; ordens para as meninas, para demonstrar sua proteção a elas; explicações;



esclarecimento de situações perigosas e preocupações sobre possíveis empecilhos ao plano durante a fuga para o Vale Verde das Muitas Mães, direcionadas a Max, como se ele fosse o ponto de vista do espectador, alguém que entrou nessa perseguição subitamente e sem compreender o que estava acontecendo. Após o entendimento dos dois personagens, eles começam a trocar planos e conselhos que demonstram a construção de uma relação de confiança em que dependem um do outro para sobreviver.

Apesar de ser uma personagem que traz consigo tantas significações de força, ela também traz algumas complexidades, ou “como ela interage consigo mesma”. Por exemplo, mesmo sendo uma personagem que se demonstra extremamente inteligente ao trazer um plano bastante detalhado de fuga, que se mostra racional, habilidosa com a luta e as armas e extremamente corajosa a ponto de colocar o plano em ação praticamente sozinha dirigindo um caminhão gigante, ela traz um chamado “calcanhar de Aquiles”, uma fraqueza, que é o sonho e a certeza de que conseguirá chegar ao Vale Verde das Muitas Mães, sua terra natal, de onde foi roubada junto de sua mãe ainda pequena. Ela constrói uma ilusão que acaba em desespero e desesperança no momento em que descobre que o local praticamente não existe mais, já que havia se tornado um pântano tóxico e que poucas mulheres sobrevivem. Essa cena pode se tornar um ponto de empatia em relação ao espectador, que pode interpretá-la como uma grande decepção, a perda de um sonho ou a chegada de uma situação da vida em que não se sabe como prosseguir. Com isso, temos além da parte sobre resistência, o momento mais claro de possível identificação entre personagem e público, citado anteriormente por Field (2001).

Tal humanidade representada por essa cena forma uma quebra no comportamento usual da personagem, ocorrendo uma mudança



completa de seus planos e objetivos. Ao invés de fugir daqueles que a perseguiram, ela decide encará-los literalmente de frente e derrotá-los a fim de dominar o reino de Immortan, o local de onde inicialmente saíram, para enfim realmente conseguir quebrar o sistema e melhorar o padrão de vida do povo, ao se dar conta que não conseguiria isso apenas fugindo. Esse desenvolvimento da personagem acaba também por se tornar uma possível “moral da história”, a fim de ensinar a união para enfrentar os problemas ao invés de apenas fugir deles.

ANÁLISE DA PERSONAGEM ATRAVÉS DO VISUAL

Além de alguns fatores comportamentais e psicológicos, será analisada também a composição física da personagem, através da observação de seu corpo e roupas a fim de trazer interpretações sobre suas formas de representação e tentar perceber alguma quebra da identidade de gênero, ou melhor, da imagem normalizada e reproduzida na mídia, no caso deste trabalho baseado em obras cinematográficas, que constantemente ignoram a diversidade existente em vários estilos de mulher no mundo.

Através das imagens podemos decifrar e interpretar a aparência da personagem, seguindo as indicações de Joly (1994). Aqui vale ressaltar que toda análise é uma possibilidade de interpretação, ou seja, a busca por pontos de referência considerando-se o momento e a base teórica. Neste aspecto, Joly estabelece que “o trabalho do analista é precisamente decifrar as significações que a ‘naturalidade’ aparente das mensagens visuais implica” (1994, p.43). Para a autora, o analista deve se situar no lugar da recepção e também buscar conhecer o histórico da mensagem a ser examinada, mas sem a pretensão de decifrar as intenções do criador.

O primeiro comentário a ser feito é uma certa desconstrução da aparência da própria atriz que interpreta a Imperatriz, Charlize



Theron, que além de ser muito bonita e elegante, é ex-bailarina, utiliza vestidos no tapete vermelho dos mais renomados designers, como na imagem da esquerda, é tão respeitada e adorada que pode ser considerada uma diva da contemporaneidade. O aspecto da personagem (imagem à direita) é um total contraponto a sua imagem reproduzida na mídia de luxo e delicadeza para construir uma de pouco interesse em aparência, utilizando de roupas que facilitem o seu trabalho e que constantemente tem a pele envolta por manchas de poeira e o rosto pintado de graxa, formando a imagem de uma guerreira.

Dentre alguns detalhes que se pode observar no processo de desconstrução da imagem tanto da atriz como a da feminilidade em si, o cabelo da personagem, que praticamente simboliza na nossa sociedade ocidental um fator representante da vaidade feminina, é quase todo raspado e em alguns momentos também coberto de graxa.

A ausência de cabelos compridos vai de encontro com essa ideia que já vem de muito tempo de que o cabelo é fator indispensável de uma mulher e que a sua sensualidade é um fator que deve ser sempre mantido na representação feminina no cinema. Em todas as culturas, o próprio do corpo é revelar cuidados e regras que são ao mesmo tempo de ordem social e de ordem estética.

Numa perspectiva de psicologia estética e social, aparece que o corpo feminino é sempre percebido e classificado na vida cotidiana em função de certos critérios estéticos. Antigamente dissimulado pelas perucas, escondido pelos chapéus, o cabelo representa hoje um dos maiores fatores de individuação e de identificação social. (MALYSSE, 2002, p. 5)

O uso de texturas também deve ser levado em conta no momento da análise de imagens, já que “uma mensagem visual pode ativar o fenômeno das correspondências sinestésicas” (JOLY, 1994, p.102). A textura aumenta a percepção do real, transmitindo sensações



orientadas ao tátil, auditivo, olfativo e, até mesmo, gustativo. Assim, a graxa que a personagem usa no rosto parece uma máscara ou pintura de guerra. A principal associação material da cor preta é: “sujeira, sombra, enterro, funeral, noite, carvão, fumaça, condolência, morto, fim, coisas escondidas – obscuras”. (FARINA, 1990, p.98.) Através disso, parece que ela não quer demonstrar fraqueza alguma relacionada à feminilidade, significação construída por uma cultura machista que faz associação entre o feminino e a “submissão, à afetividade e a emoção” (SILVEIRA, 2008, p.40). Então, começa-se a construção de sua imagem poderosa e rebelde livrando-se de seu cabelo e escondendo suas expressões faciais, principalmente na região dos olhos, através da pintura preta que usa sempre que precisa se aproximar de algum inimigo, ou seja, praticamente todos os homens do filme, excluindo Max.

Suas roupas, pelos poucos recursos que existem no contexto representado no filme, são bastante simples, com tecidos finos, e não utiliza vestidos, saias e tops como as demais mulheres do filme. Uma blusa bege ajustada ao corpo, que traz um decote bem menor do que o representado usualmente, e uma calça para facilitar-lhe a ação e trazer alguns fatores da moda geralmente considerada masculina.



Figura 03: Rosto de Furiosa. | Fonte: Portal Famosos



Figura 04: As cinco esposas de Immortan Joe. Fonte: Cate Young

Segundo a autora Toby Fischer-Mirkin, o uso da calça por mulheres historicamente começou nos anos de 1910 e 1920 com mulheres europeias e norte-americanas, a maioria ligada ao movimento feminista ou movimentos filosóficos e artísticos de vanguarda, chocavam a sociedade ao usar ternos, gravatas, chapéus e sapatos de homem. “Sua intenção era óbvia: sacudir o *status quo* e declarar sua independência nos papéis de gênero rígidos” (2001, p.78).

Nos anos de 1940 já se aceitava que as mulheres usassem calças compridas, porém, apenas em algumas situações, como por exemplo, nas atividades de jardinagem, no espaço privado e para andar a cavalo. Em 1960, o costureiro André Courrèges criou uma coleção com calças brancas tubulares, pois dizia que as mulheres precisavam do conforto e funcionalidade das calças. Na mesma época, Cerruti lançou ternos para homens e mulheres e Yves Saint Laurent inventou o smoking para mulheres. Giorgio Armani é outro nome que cria roupas femininas inspiradas em roupas masculinas.



Figura 05: Detalhes do figurino. | Fonte: Bidnow.com



Figura 06: Figurino completo. | Fonte: Mad Max Costumes

Além de favorecer a uma certa igualdade no vestuário entre homens e mulheres, como a autora colocou anteriormente, a calça é uma peça confortável e que facilita a locomoção rápida, bem empregada no contexto do filme de ação que se passa em um deserto, diferentemente dos vestidos, saias longas e armações que eram o que consideravam “roupa de mulher” no século XX.

Ainda segundo Fischer-Mirkin (2001):

Usar roupa com corte masculino pode dar à mulher uma sensação confiante de poder. Atraída por ternos e calças, não só pelo conforto, mas por seu simbolismo fálico velado, a mulher que usa calça comprida e ombreira ao mesmo tempo se sente e parece mais forte. E não é mistério o motivo pelo qual iríamos desejar investir nas qualidades masculinas, uma vez que, historicamente, os homens têm alcançado uma série de oportunidades e privilégios negados às mulheres. Usar roupa de homem é uma maneira simbólica de herdar essa posição privilegiada. (2001, p.77)



Outro detalhe que pode ser observado e que foi citado pela autora é o uso de uma ombreira, ou a proteção que Furiosa usa para não machucar o ombro pelo uso de um objeto pesado como o braço de metal, e, como Fischer Mirkin comenta, também pode ser uma referência ao vestuário masculino para trazer uma referência de poder. Até hoje ocorrem problemas de contextualização de figurino em outros filmes de ação com personagens femininas que usam roupas decotadas, que mostram o corpo, utilizam shorts, saias e salto alto de forma desnecessária, às vezes até incômoda para a mulher, apenas para o apelo sexual.

Além disso, fatores como cintura fina também acabam por ser características impostas às mulheres pela cultura patriarcal que refletem nas personagens dos filmes, e até mesmo Furiosa não conseguiu escapar disso. Apesar de todo o seu figurino já ser um bom avanço na representatividade da mulher, os cintos com forma que remetem a um espartilho lhe apertam a cintura e acentuam sua magreza.

Em relação aos seus calçados, suas botas lembram bastante coturnos, com referências militares, para facilitar a locomoção no deserto e a utilização os pedais do caminhão. Além disso, parecem bem fechados, a fim de proteger de possíveis animais, raios solares e entrada de areia quente nos pés.

As cores de seu figurino em geral não fogem de tons marrons e beges. É preciso lembrar que as cores e a iluminação geram efeitos psicofisiológicos sobre o espectador, pois são “percebidas opticamente e vividas psiquicamente” (JOLY, 1994, p.100), isto é, conduzem o espectador a sensações parecidas com aquelas já vividas, através do reconhecimento de cores e luzes. Provavelmente os tons escolhidos para compor o figurino estão relacionados com o contexto da fotografia desértica e seca do filme, além de remeterem também à sujeira, já que higiene era bastante escassa e praticamente ignorada



naquela região, com exceção das jovens parideiras que deveriam ter sempre um aspecto de pureza e castidade, ao contrário da Imperatriz, que apenas realizava trabalhos em nome do ditador.

Uma referência histórica lembrada por Fischer-Mirkin (2001) é que “Durante a Depressão, as pessoas usavam marrom para disfarçar roupas que eram lavadas com pouca frequência ou que estavam manchadas.” (p.48). No livro *Psicodinâmica das Cores em Comunicação*, o marrom pode trazer diversos significados, como: “Desde a Idade Média, há referências ao marrom como a cor das roupas populares. Era a cor dos tecidos que não haviam sido tingidos. Associação material: terra, águas lamacentas, outono, doença, sensualidade, desconforto. Associação afetiva: pesar, melancolia, resistência e vigor.” (FARINA, 1982, p.104)

Apesar dos fatores citados anteriormente, a personagem ainda foi representada com o estereótipo de beleza ocidental, no caso por ser bastante alta, magra e de olhos claros. Porém, pode-se argumentar que ela é magra pela dieta provavelmente baseada apenas em verduras plantadas dentro da caverna de Immortan e também por ser fisicamente ativa, através de treinos através dos quais aprendeu a lutar e também pela resistência física que adquiriu com longas viagens que realizou em nome do tirano. Acredita-se que também seria necessário que ela fosse naturalmente bela, apesar de recusar ter a aparência comum das mulheres desse contexto, pois um dia pode chamar a atenção do imperador para tornar-se sua esposa. Supõem-se que após ter sua personalidade forte reconhecida, ela tenha conseqüentemente recebido o posto de Imperatriz, não realizando apenas as tarefas de jovens parideiras. Embora o filme desconstrua várias ideias sobre a beleza, acaba, subjetivamente, reforçando a necessidade da aparência para atração e exercício da manipulação masculina para se destacar e para conseguir



chegar a uma posição ilusória de poder, já que Immortan detém todo o controle da população, principalmente aqueles que levam a sua marca de queimadura na nuca, como se fossem marcações de gado. Provavelmente tal poder do ditador e a necessidade de “seduzi-lo” para conquistar sua atenção também pode subliminarmente se tornar uma motivação para afrontá-lo e buscar escapar de sua dominação.



Figura 07: Marca no pescoço. Fonte: *Mad Max Fury Road*

Um fator misterioso que constantemente chama a atenção é a falta da metade de um de seus braços, sendo colocado no lugar uma prótese mecânica em que os dedos se movem, sem nenhuma explicação realista aparente, trazendo algumas referências a diversas obras que contam um possível futuro com ciborgues e andróides que vivem junto aos humanos, reforçando a imagem de ficção científica do filme. Em nenhum momento no filme fica claro como ela perdeu parte do braço, mas isso provavelmente será explicado em um próximo filme. Segundo Syd Field (2001), existe uma tradição, desde a época áurea das peças de teatro até a dos filmes atuais, de protagonistas masculinos que passam por algum conflito, os quais recorrentemente têm como característica algum tipo de deficiência ou doença crônica.



Sam Peckinpah faz isso em *The Wild Bunch* (Meu Ódio Será Tua Herança). O personagem interpretado por William Holden manca, resultado de um assalto fracassado alguns anos antes. Isso representa um aspecto do personagem de Holden, revelando que ele é “um imutável numa terra em transformação”, um dos temas favoritos de Peckinpah; um homem que nasceu dez anos mais tarde, fora de seu tempo. Em *Chinatown*, Nicholson ganha um corte no nariz porque, como detetive, ele é um “narigudo”. A deficiência física — como um aspecto da caracterização — é uma convenção teatral que remonta ao passado distante. Como exemplos, temos Ricardo III, ou o uso da tuberculose ou doenças venéreas que atacam os personagens das peças de O’Neill e Ibsen, respectivamente. (FIELD, 2001, p.31)

A caracterização de Furiosa, que permite a interpretação visual da personagem, quebra a tradição de sempre ser o personagem masculino que carrega esse fator, também colocando de lado a necessidade de idealizar a “mocinha” protagonista do filme. O fato de ela usar um braço mecânico pode trazer diversas interpretações, mas possivelmente remete à personalidade forte e impulsiva de quando era mais jovem, que por algum acidente ou como forma de punição resultou na perda de seu braço. Porém, sem suposições da origem da necessidade do braço mecânico, o filme demonstra principalmente que mesmo a falta do membro não a impede de continuar a dirigir e a lutar quando preciso. Pelo contrário, a mão mecânica é forte, fria e rude, opositiva a todos elementos naturalmente construídos como femininos.

Utilizando desses dois métodos, tanto a análise de roteiro como a de imagem, foi possível decifrar parte da identidade da personagem através de seu comportamento, de suas escolhas e também de sua aparência, com signos que podem ter diversas interpretações, além das desenvolvidas neste capítulo. Claramente, muito se perde pelo corte de tempo realizado para a tela do cinema, de modo que



é compreensível que haja muitas interpretações, devido às diversas facetas que um ser humano pode apresentar dependendo da situação, já que “diferentes contextos sociais fazem com que nos envolvamos em diferentes significados sociais.” (WOODWARD, 2000,p.30). Leva-se em conta, porém, que cada personagem acaba demonstrando apenas aquilo que será útil para a história.

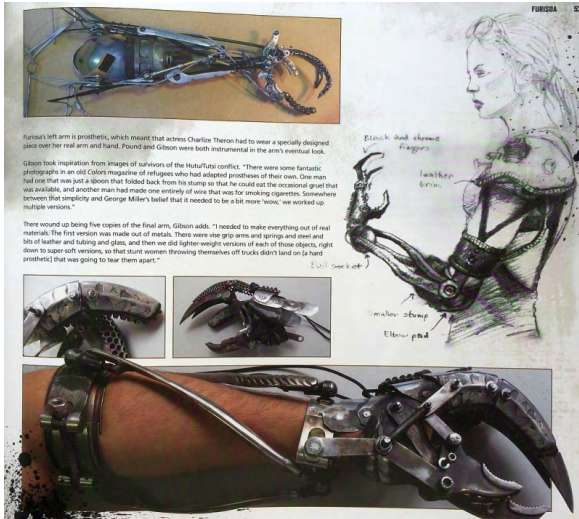


Figura 08: Arte conceitual garra. Fonte: Redrumers

A análise foi bastante esclarecedora no geral, com tantas significações que podem trazer um novo tipo de identidade e representação feminina, diferenciando-se dos usuais clichês como alguns citados anteriormente. Woodward também afirma: “A identidade [...] depende, para existir, de algo fora dela: a saber de outra identidade [...], de uma identidade que ela não é, que difere [...], mas que, entretanto, fornece as condições para que ela exista.” (2000, p.9). Então, graças à necessidade de diferenciação dos clichês, foi possível criar novos símbolos que marcam a identidade de Furiosa.



Figura 09: Detalhe braço mecânico. Fonte: Daily Afisha

Para finalizar o capítulo, a autora pontua que: “a construção da identidade é tanto simbólica como quanto social. A luta para afirmar as diferentes identidades tem causas e consequências materiais” (2000, p.10).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A principal questão desenvolvida por este trabalho foi trazer um exemplo, no caso a personagem Imperatriz Furiosa, para argumentar a favor da quebra dessa teoria essencialista que impõe uma identidade às pessoas de uma sociedade baseando-se apenas em seu gênero aparente, não levando em conta as personalidades e aparências consideradas “desviantes” e tornando-as inferiores. Todos os tipos de etnias, belezas, profissões, religiões, nichos, orientações sexuais ou de gênero são corretos e não devem ser colocados à parte da sociedade, principalmente pelas mídias que a população consome. As mulheres não devem se sentir inferiores por conta do jeito que são, mas sim conseguirem enxergar suas



representações diversificadas também em produtos midiáticos.

Na sociedade contemporânea, com o direito ao voto da mulher, a prevenção de gravidez, a possibilidade de optar pelo seu próprio estilo de vida e de adentrar competitivamente no mercado de trabalho, não há porque continuarem sendo representadas como apenas vítimas, mães, esposas, filhas ou interesses românticos do protagonista masculino. Além disso, reforça-se a necessidade da utilização de figurinos que façam sentido no contexto do filme e da personagem, não apenas apelando para sensualidade vazia.

Através da personagem Imperatriz Furiosa é apresentado um forte argumento de que as mulheres podem e devem ser protagonistas das suas próprias histórias, que têm capacidade de enfrentar seus próprios dramas e obstáculos sem a ajuda de um príncipe e um herói, tanto nos filmes como na vida real.

REFERÊNCIAS

COMPARATO, Doc. **Da criação ao roteiro: teoria e prática**. São Paulo, Summus Editorial, 2009.

FARINA, Modesto. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. Editora Edgard Blucher, 1982.

FIELD, Syd. **Manual do roteiro**. 14. ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

FISCHER-MIRKIN, Toby. **O código do vestir: os significados ocultos da roupa feminina**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

JOLY, Martine. **Introdução à Análise da Imagem**. Lisboa, Ed. 70, 2007

LOPES, Denilson. Cinema e Gênero. In: (ORG.), Fernando Mascarello. **História do Cinema Mundial**. Campinas: Papirus, 2006. Cap. 15. p. 379-398.

MALYSSE, S. R. G. **Extensões do feminino: megahair, baianidade e preconceito capilar**. Studium(UNICAMP), UNICAMP,v. n11, p. 1-26, 2002.



MORIN, Edgar. **As estrelas**: mito e sedução no cinema. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989

SANTAELLA, L; NOTH, W. **Imagem**: Cognição, semiótica, mídia. 4ª Ed. São Paulo: Iluminuras, 2005. p.222.

SANTOS, Júlio César dos; BERARDO, Rosa Maria. Representações Cinematográficas das Mulheres Negras. In: CHAUD, E.; SANT'ANNA, T.f.. **Anais do VII Seminário Nacional de Pesquisa em Arte e Cultura Visual**. Goiânia: Ufg, 2014. p. 245-256.

SILVA, Tomaz Tadeu da. **Identidade e Diferença**: a perspectiva dos estudos culturais/ Tomaz Tadeu da Silva (org.); Stuart Hall, Kathryn Woodward – Petrópolis, RJ: Vozes, 2000

MAD MAX: Fury Road. Direção: George Miller. Produção: Doug Mitchell; George Miller; P. J. Voeten. Intérpretes: Charlize Theron; Tom Hardy; Nicholas Hoult e outros. Roteiro: George Miller; Brendan McCarthy; Nico Lathouris. Música: Junkie XL. Austrália, Estados Unidos: Warner Bros. Pictures, 2015. 120 min, Dolby Digital, color, 35 mm.

Ficha técnica do filme Mad Max Fury Road

País de Origem: Austrália | USA Idioma: English | Russian

Data de Lançamento: 14 Maio 2015 (Brasil)


Conhecido como: Mad Max: Estrada da Fúria

Locações de Filmagens: Deserto da Namíbia, Namíbia

Tempo de Duração: 2h (120 min)

Mixagem de Som: Dolby Digital, Datasat, SDDS, Dolby Atmos

Cor: Color



UMA BREVE REFLEXÃO
SOBRE O PAPEL HISTÓRICO
DA MULHER NO MERCADO
EDITORIAL DAS HQ'S

Francielle Fanaya Réquia
Liliane Dutra Brignol

ALGUMAS das mais talentosas mulheres tiveram seus nomes apagados da história editorial, seja pela factual invisibilidade mercadológica da mulher produtora no mercado de quadernos e ilustração ou pelo desencorajamento da mulher em diversos outros âmbitos profissionais. Nadando contra a corrente, mulheres se utilizaram de recursos como a produção independente na divulgação de seus trabalhos.

A partir desses dados, que serão melhor explanados neste artigo, podemos começar a refletir sobre as consequências históricas que são espelho estrutural de alguns cargos de produção no mercado editorial na atualidade. Este artigo baseia-se em autores que têm como linha de pesquisa:

Identidade e representação de gênero: os estudos sobre identidade e representação são importantes para a compreensão dos papéis sociais estipulados na sociedade até os dias atuais. Esses papéis serviram para moldar relações de poder em todos os âmbitos, sendo replicados pela indústria cultural e midiática;

Representação simbólica da mulher na história da mídia brasileira: pensando em *cases* práticos das percepções dos estudos de



identidade, gênero e representação, estuda-se o papel da mídia na consolidação das relações de poder. O corpo feminino e o comportamento ideal feminino vendido como produto pelas mídias tornam-se tema e objeto de análise.

Estereótipos criados pelas ilustrações no universo HQ: mais uma vez reforçados, os estereótipos de uma mulher irreal no mundo não-ficcional estão a serviço da ditadura da beleza, das expectativas em relação ao comportamento feminino e ao bel-prazer masculino.

REPRESENTAÇÕES DE GÊNERO

Representações e construções de identidade de gênero

Pensa-se que a identidade é construída em consequência de nossas diferenças, mas as diferenças se tornam produtos que provém da nossa identidade, sendo as duas criações sociais e culturais estabelecidas em um processo de produção simbólica e discursiva. Além disso as predefinições de identidade e suas representações são os reflexos de atos linguísticos que criamos em algum momento da história e que continuamos a reproduzir de forma não consciente. De acordo com Stuart Hall (2000), a definição de mulher, por exemplo, é o resultado da criação de variados e complexos atos linguísticos que a “definem” como mulher.

A linguagem é, fundamentalmente, um sistema e (artigo) cadeias de diferenças que traduzem um signo, como os conceitos de identidade e diferença que apenas possuem sentido em uma cadeia de diferenciação e variação linguística que a caracterize - estudo realizado pela autora Heleieth, baseada em na obra de Saussure. Por exemplo: para ser identificado como algo ou alguém é necessário, culturalmente falando, “ser isto” e/ou “não ser isto” e “ser aquilo” e/ou “não ser mais aquilo”, etc. No caso biológico da mulher, é



pensado em complexos linguísticos de relação entre a mulher em si e a reprodução de sentido biológico: seios, cabelos longos, capacidade de gerar filhos, entre outros. Sendo assim, o sentido de signo só tem valor absoluto se não for considerado isoladamente, mas sim numa cadeia infinita de conceitos.

Na cadeia de conceitos e sentidos, antigamente as mulheres eram consideradas seres poderosos, mágicos, quase divinos. Biologicamente capazes de engendrar uma nova vida, de produzir todos os nutrientes necessários ao desenvolvimento dos fetos e, ainda, de fabricar internamente leite para alimentar os bebês. No entanto, caíram do “pedestal” quando se tomou conhecimento da imprescindível, mesmo que efêmera, colaboração masculina no engendramento de uma nova vida.

Na obra de Freud, a inveja do pênis – que na obra é alimentada por mulheres – porque este órgão representa poder, assim como a inveja da maternidade são conceitos que gozam do mesmo estatuto teórico. Mas fala-se muito mais sobre o primeiro do que sobre o segundo que quase não se apresenta em livros e em artigos, vive na obscuridade. No fundo, os homens sabem que o organismo feminino é mais diferenciado que o masculino, mais forte, embora tendo menor força física, capaz de suportar até mesmo as violências por eles perpetradas. Talvez por estas razões tenham necessidade de mostrar sua “superioridade”, denotando, assim, sua inferioridade (SAFFIOTI, 2004, p. 24).

A propósito de uma ideologia sexista perpetuada nesse processo de construção de representação na sociedade que esconde uma desvantagem masculina, transformando-a em vantagem, mostra que em toda ideologia machista, étnico-racial, ou ainda de classe social, está sempre presente a inversão do fenômeno. Isto não é apenas um detalhe, mas o núcleo duro da ideologia. (SAFFIOTI, 2004, p.25).



Também é importante entender que a identidade estabelecida culturalmente é sujeita a vetores de força e relações de poder, sendo que elas não são simplesmente definidas, são impostas e disputadas. A afirmação da identidade e a marca da diferença são processos de inclusão e exclusão: quando dizemos o que somos, implicamos indiretamente em dizer o que não somos, pois a afirmação da identidade também é uma forma de categorizar e classificar o que está dentro e o que está fora dos parâmetros.

Obviamente, os homens se utilizam diariamente de ideologias machistas sem ter a real dimensão das implicações históricas nesse processo. Mas eles não estão sozinhos: entre as mulheres, socializadas no sistema patriarcal de gênero - que é naturalizado e atribui qualidades positivas aos homens e negativas às mulheres - é ainda pequena a proporção das que não se comportam através de ideologias dominantes de gênero, ou seja, poucas mulheres questionam sua inferioridade social.

Representação da mulher na mídia

Nas mídias e na publicidade, aquilo que dá suporte às afirmações do eu feminino são, sobretudo, as imagens do corpo: reificado, fetichizado, padronizado como ideal a ser atingido, para se ter o cumprimento da promessa de uma felicidade. São tais representações que têm o mais eficaz efeito sobre as experiências do corpo. São elas que levam a imaginar, a diagramar e a fantasiar determinados ideais existenciais corporais, tornando-nos escravas por uma vida inteira.

A mídia, enquanto dispositivo de poder a serviço de uma comunicação baseada nas fórmulas de mercado, atualiza constantemente as práticas coercitivas que atuam explicitamente sobre a materialidade do corpo. As subjetividades disciplinadas, preparadas para servir de modo voluntário, levam os cor-



pos a suplícios de forma tão cruel quanto as da Idade Média. Trata-se de um suplício voluntário. O corpo mensagem, como corpo da comunicação, mutila-se, modifica-se, transforma-se e estetiza-se para servir como aporte de mercadorias/produtos e de conceitos/ideias (HOFF, 2005, p. 32).

Desta forma, o corpo feminino encontra na mídia um espaço onde representações a seu respeito são construídas, afirmadas e reproduzidas. Anúncios publicitários, textos jornalísticos, fotos, histórias em quadrinho, televisão, artigos veiculados na própria internet e na mídia impressa, que discursam e colocam vozes sobre o corpo e como ele é visto, desejado e posteriormente vendido. Na mídia impressa, as capas de revistas são síntese de representações, de imaginários, explorando largamente o corpo feminino.

“As sociedades globalizadas de consumo parecem atribuir aos indivíduos a responsabilidade pela plasticidade de seu corpo” (VIEIRA, 2004, p. 172). Com um esforço que muitas vezes não prioriza a saúde, e sim o estético, homens e mulheres são persuadidos a alcançar a aparência desejável, mesmo que para isso sejam necessários exercícios intensos, cirurgias plásticas e dietas radicais – como pregam os múltiplos *reality shows* da TV aberta e da TV paga.

Rugas, flacidez, estrias, queda de cabelo e outros sintomas que acompanham o amadurecimento devem ser combatidos com manutenção corporal intensa e a ajuda de cosméticos e recursos provenientes da indústria da beleza. O corpo está diretamente ligado à aparência física, e essa aparência tende a ser objeto de consumo que gera ainda mais consumo. Nesta linha de pensamento, o filósofo Félix Guattari faz uma reflexão sobre a definição de corpo atribuído pela indústria cultural: “penso que nos atribuem um corpo, produzem um corpo para nós, um corpo capaz de se desenvolver num espaço social, num espaço produtivo, pelo qual somos responsáveis” (GUATTARI, 2000, p.278).



Os discursos e sistemas de representação delimitam os espaços, espaços estes em que as mulheres deveriam poder assumir seu lugar de fala. Por exemplo, a narrativa das telenovelas e a semiótica da publicidade ajudam a construir certas identidades de gênero. Em momentos particulares, as promoções de marketing podem construir novas identidades. Os meios de comunicação de massa são a grande fonte de difusão e legitimação dos rótulos. Uma propaganda eficaz é aquela que oferece a “sensação” de que o consumidor está escolhendo livremente um modo de ser, sendo que ele está tão ambientalmente naturalizado e acostumado com esses rótulos, que acredita na farsa da “livre escolha” (ROCHA, 2006).

Na publicidade brasileira, a quantidade de imagens disseminadas de mulheres é avassaladora. Mas esse setor de serviços vai muito além de propagar corpos esculturais, a maioria de cor clara, e que exalam uma juventude, por vezes, infantil (BELELI, 2007). Beleza e força são definidores de feminilidades e masculinidades na publicidade desde o século XIX. No começo do século XX, muitas propagandas dirigidas às mulheres tinham como centro o combate à feiura, que era relacionada a uma enfermidade. Como contextualiza Tânia Hoff (2005), quando diz que a beleza é, ainda, associada à saúde. E o que era considerado belo se sustentava no incentivo à maquiagem dos “defeitos naturais” – afinar a cintura, branquear a pele, tirar pelos, escurecer cabelos brancos, sem ultrapassar os limites que pudessem colocar em dúvida sua moral, colocando o natural como um lugar a ser respeitado. Se antes os exageros poderiam ferir os preceitos socialmente estabelecidos pela sociedade da época, atualmente a juventude, pele clara e corpos esbeltos, particularmente para as mulheres, são parte de uma “ditadura da estética”, todo o tempo insinuada pela propaganda. Isso não se dá pelo espelho, mas pelo olhar alheio. A valorização dos corpos claros, jovens e longilíneos na publicidade compõe um padrão de beleza que incentiva feminilidades narcísicas como forma de igualar as relações de poder.



Os corpos femininos são expostos como um “patrimônio”, um capital cultural que ofusca a inteligência e a competência, atributos ainda tidos como masculinos. (BELELI, 2007). No Brasil, a bunda é um alvo preferencial na propaganda, no entanto, é rara a exploração das partes íntimas dos corpos masculinos – exceto em revistas dirigidas ao público gay. A erotização passa pelo corpo da mulher e pelo desejo do homem, informando um modo de organização social no qual as relações entre mulheres e produtos são as mesmas estabelecidas entre homens e mulheres, que parecem tomar o lugar do produto.

BREVE CONTEXTUALIZAÇÃO DA REPRESENTAÇÃO DAS MULHERES NA PRODUÇÃO DE HQ'S

Por muito tempo o suporte impresso foi o principal meio onde se destacavam as publicações de quadrinhos, tirinhas e charges, meios nos quais artistas encontravam uma forma de divulgar e capitalizar seus trabalhos. Enquanto isso, as mulheres ilustradoras tinham seu trabalho posto a descrédito. Além de que eram poucas, justamente porque ser ilustradora era uma profissão pouco estável, com baixa remuneração até para homens. O histórico de mulheres a frente de seus tempos, que tiveram a coragem de transgredir esses padrões, foi extremamente importante para a luta por igualdade de gênero no mercado editorial e na comunicação em si. Mulheres como Nair de Teffé publicaram seus trabalhos em revistas e periódicos por intermédio de pseudônimos, em uma época onde a produção de caricaturas era um ofício predominantemente masculino.¹

1 Nair de Teffé foi uma caricaturista, pintora, atriz e escritora. Nos anos de 1913 e 1914, foi primeira-dama do Brasil, como esposa do marechal Hermes da Fonseca. Mas com certeza, esse não foi o seu “maior feito”. Publicou seu primeiro trabalho na revista “Fon-Fon”, sob o pseudônimo de Rian (Nair de trás para frente e com som semelhante a ‘nada’, em francês, que é “rien”). Também publicaram suas caricaturas, os periódicos O Binóculo,



Diante do desafio que era entrar nessa imprensa, quase que exclusiva de homens, as mulheres encontravam nos meios alternativos a possibilidade de divulgar seus projetos. Em um contexto de ditadura, a imprensa alternativa transformou-se em uma ferramenta de luta e combate ao regime de censura a minorias. Nesse mesmo período brasileiro, a imprensa feminista foi um espaço político que possibilitou que ainda mais mulheres cartunistas fossem protagonistas. Esse movimento tinha

um papel além do alternativo, uma vez que tão poucos encontravam espaço na mídia alternativa “comum”. Brechas na produção tradicional, popularização de autopublicações e temáticas de contracultura deram origem aos quadrinhos *undergrounds*. Essas Características tornaram-se célebres inclusive na imprensa feminista, por influência de artistas como Trina Robbins, produtora do primeiro quadrinho feito exclusivamente por mulheres – *It Ain't Me, Babe*.² Em entrevista, Robbins fala sobre os principais obstáculos que surgiram durante a sua carreira: “O maior obstáculo que eu enfrentei foram os homens que trabalham com quadrinhos, tanto os profissionais mais convencionais quanto os alternativos. Eu não era convidada aos seus grupos e também não me sentia bem-vinda. Tinha que fazer tudo sozinha, sem nenhuma ajuda, enquanto os rapazes estavam se convidando para participar dos seus trabalhos e oferecendo, uns aos outros, dicas em como desenhar e colorir”.³

A Careta, O Ken, bem como os jornais Gazeta de Notícias e da Gazeta de Petrópolis. Nair de Tefé é apresentada por alguns estudiosos como a primeira caricaturista mulher do mundo. Referência disponível no link: <http://historiahoje.com/nair-de-teffe-as-mulheres-e-a-caricatura-no-brasil/>

2 Trina Robbins não permeou somente pelo universo *underground*, também criando ilustrações para o mercado de quadrinhos de super-heróis e linhas editoriais infanto-juvenis. Trina também foi ativa na produção de conteúdo teórico e publicações que inserem as problemáticas de gênero no mercado editorial, assim como a fomentação da produção feminina nos quadrinhos. Referências disponíveis no link: <http://ladyscomics.com.br/trina-robbins>

3 Trecho da entrevista realizada pela pesquisadora brasileira Natania Nogueira com a quadrinista Trina Robbins, em vinda ao Brasil em 2014. Entrevista disponível na íntegra no link: <http://historiadoensino.blogspot.com.br/2015/04/entrevista-com-trina-robbins.html>

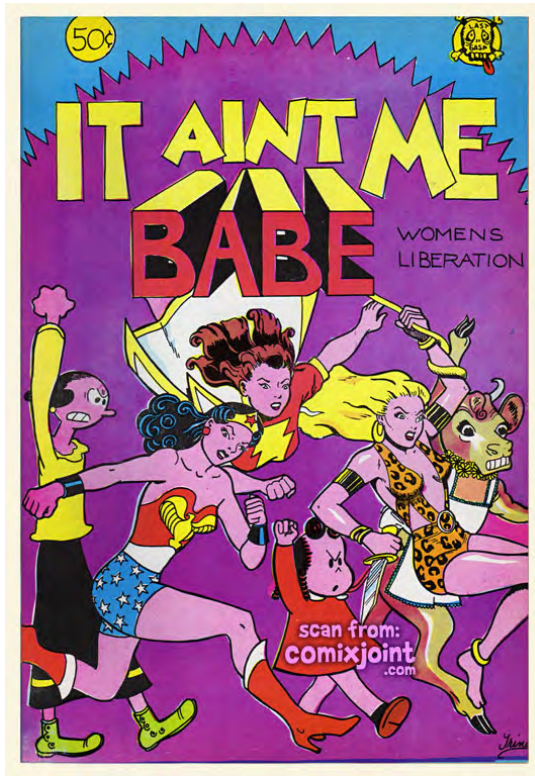


Figura 01: Capa da primeira *It Ain't me, Babe* onde as personagens estão com os punhos erguidos junto às palavras “Libertação das mulheres”. | Fonte: Undergroud Comixjoint

Contextualizar os principais passos da mulher ilustradora como profissional se faz necessário para compreender por qual olhar fomos e somos interpretadas na maioria das vezes - o olhar masculino. Nesse olhar, que é natural e reconhecido pelas estruturas patriarcais de sociedade, as representações do corpo feminino tornam-se produtos da cultura de massa. Ainda são muito fortes as imagens da mulher submissa – essa representação é bem nítida nas HQ's de super-heróis. Editoras como a Marvel e a DC Comics ambientam cidades violentas onde, não raramente, a “mocinha indefesa” e sensualizada, até mesmo nos momentos de perigo, precisa ser salva pelo herói.



Na ilustração a personagem de Mary Jane, namorada do homem-aranha, é mostrada em pose super erotizada e nada natural. Ela parece preocupar-se enquanto olha pela janela o super-herói que, mais uma vez, vai salvar o dia.

Os meios de comunicação reproduzem e reforçam representações da sociedade. As HQ's não fogem a este modelo e baseiam suas narrativas com representações que são formas de determinada sociedade compreender o mundo. É possível observar que, também nos quadrinhos, a reconstrução de mitos e sua contextualização de épocas reafirma tradições para as novas gerações. Os heróis, tanto nos quadrinhos como em outros campos da arte, servem também para “disciplinar” e instruir os mais novos aos velhos costumes.



Figura 02: Representação ilustrada da namorada do homem-aranha. | Fonte: Pinterest



Tomando-se como exemplo, em primeiro lugar, a influência dos quadrinhos norte-americanos, verifica-se que, até há alguns anos, a maioria de suas personagens femininas eram ingênuas, possuíam uma inteligência limitada e estavam submissas aos homens. Eram as noivas eternas dos heróis, e a todo instante caíam prisioneiras de cruéis e inescrupulosos vilões – o que obrigava seus namorados a enfrentarem grandes perigos para salvá-las; ou donas de casa comuns (LUCCHETTI, 2005 apud SIQUEIRA, 2008, p. 189).

Com a ascensão das mulheres nos quadrinhos e a intensificação da sua participação nos diversos âmbitos sociais, o posto de donzelas em perigo ou donas de casa acomodadas já não é tão bem aceito. Ainda assim, é difícil libertar-se da sua sombra, representada pelo olhar masculino. Por mais que a discussão e uma nova representação esteja sendo pautada, até certo ponto, as personagens de quadrinhos foram idealizadas por homens e para homens. Essa idealização foi construída segundo o que eles veem e entendem do sexo feminino, e atuou como veículo da expressão sexual de seus criadores.

MULHERES NO MERCADO EDITORIAL

Após muitos anos de invisibilidade feminina em vários aspectos da sociedade e do mercado, parece que o empoderamento tem se mostrado mais forte no universo HQ, espaço que, até então, mostrava-se essencialmente masculino. Não à toa, as mulheres ilustradoras ainda se apoiam na produção cultural independente, muitas vezes desvinculadas de projetos do mercado formal. No meio independente, as mulheres são muito presentes em páginas da internet, blogs, no Facebook, e em feiras dedicadas a fanzines.

Desencorajadas pela estrutura machista de produção e entendendo essa estrutura como parte do problema, as mulheres estão



retratando em seus projetos o cotidiano feminino, passando por situações rotineiras da casa, escritório, maternidade (ou a escolha da não-maternidade) e apontando debates mais profundos, como problemáticas político-sociais e o próprio patriarcado. As representações honestas de mulheres atuais, que não seguem padrões e lidam com dilemas e inseguranças comuns, dão a tônica das heroínas contemporâneas.

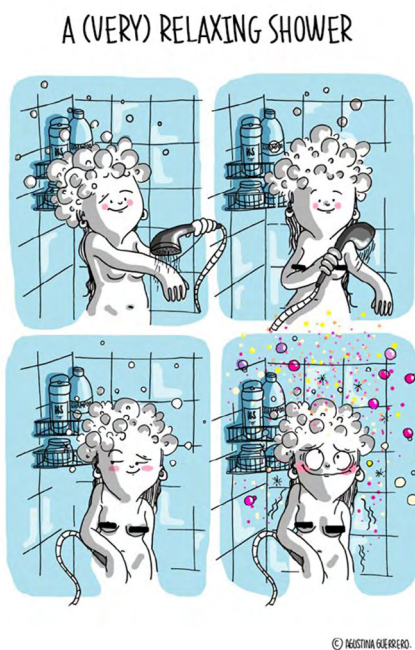


Figura 03: Exemplo de representação das novas construções de heroínas contemporâneas. Ilustração da série *Diario de una Volatil* por Agustina Guerrero.⁴ | Fonte: Mundiario

4 Agustina Guerrero é uma ilustradora argentina que publica periodicamente tirinhas curtas para a série de autoria própria *Diario de una Volatil*. A série é divulgada nas suas redes sociais e é tão popular que foi transformada em produtos editoriais impressos, como agendas, cadernos e livro ilustrado. Link da página oficial da ilustradora: <https://agustinaguerrero.com/>



Até pouco tempo, a compreensão do universo das HQ's baseava-se em produções feitas pelos homens e para os homens, excluindo o possível interesse de mulheres nessas histórias que, quase sempre, tratam de aventuras de homens másculos e honrados salvando o universo e mocinhas desamparadas. Só que não são poucas as mulheres fãs de quadrinhos. Em uma pesquisa do blog Papo de Quadrinho⁵, especializado em HQ's, descobriu-se que 31% dos leitores são do sexo feminino. A mundialmente reconhecida Marvel apurou um número semelhante: 40% dos leitores são mulheres⁶. Desta forma, finalmente algumas das grandes editoras se dobraram às evidências e entenderam que precisavam criar identificação com esse público, através de personagens reais e uma produção feminina.

CONSIDERAÇÕES

Este artigo foi adaptado a partir de pesquisas norteadoras que serviram para a produção de um projeto experimental e autoral em HQ com temática feminista. Para que o produto fosse concretizado, fez-se necessário uma série de abordagens que, neste artigo, estão condensadas e que poderão contribuir para outros projetos acadêmicos e reflexões – visto que não há uma vasta quantidade de produção científica voltada para histórias em quadrinho e protagonismo feminino no mercado editorial.

Nele foi destacado uma breve contextualização teórica sobre alguns conceitos, entendendo que nem sempre nos damos conta da abrangência da discussão e distintas perspectivas autorais. O objetivo deste artigo é instigar a necessidade de uma pesquisa também

5 Blog disponível no link: <<http://papodequadrinho.blogspot.com.br/>>. Acesso em: 18 jun. 2017

6 Disponível em: <http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/revista/2016/08/28/interna_revista_correio,546063/mulheres-se-destacam-como-leitoras-autoras-e-desenhistas-de-quadrinho.shtml>. Acesso em: 18 jun. 2017



histórica, fazendo com que o leitor entenda que a formação de conceitos, paradigmas e estruturas socialmente aceitas estão totalmente interligadas a esta.

REFERÊNCIAS

BELELI, Iara. Corpo e identidade na propaganda. In: **Núcleo de Estudos de Gênero** – UNICAMP. Florianópolis: Pagu, 2007.

GUATTARI, Félix. ROLNIK, Suely. **Micropolíticas**: cartografias do desejo. Petrópolis: Vozes, 2000.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10 ed. Rio de Janeiro: DP & A, 2005.

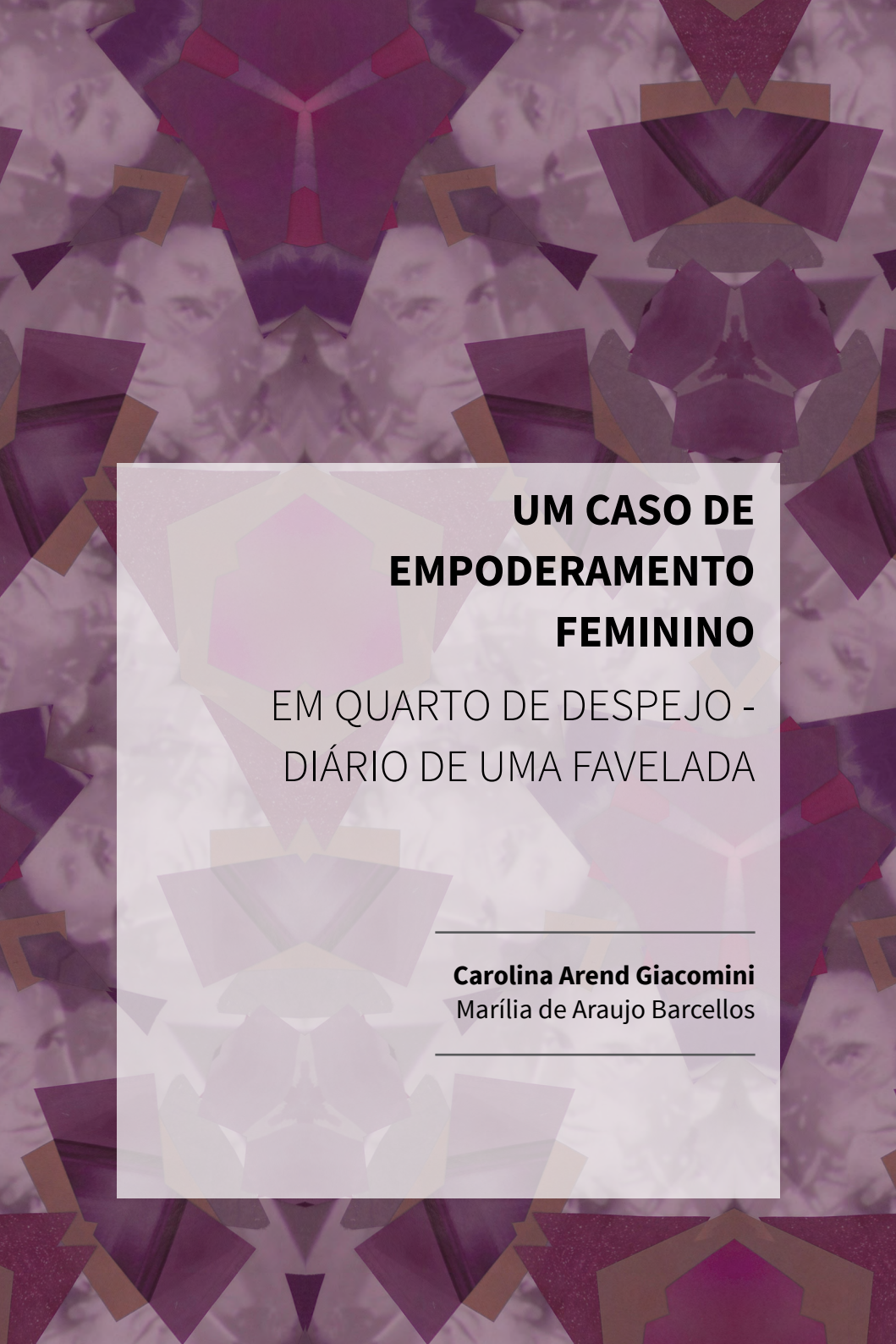
HOFF, Tânia Márcia Cesar et al. O corpo imaginado na publicidade. **Cadernos de pesquisa (ESPM)**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 09-64, 2005.

ROCHA, Everardo. **Representações do consumo**: estudos sobre a narrativa publicitária. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

SAFFIOTI, Heleieth. **Gênero, patriarcado, violência**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2004.

SIQUEIRA, Denise; VIEIRA, Marcos. De comportadas a sedutoras: representações da mulher nos quadrinhos. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 5, n. 13, p. 179-197, 2008. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/viewFile/132/133>>. Acesso em: 23 maio 2017.

VIEIRA, Roberto Fonseca. **Comunicação Organizacional**: gestão de relações públicas. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.



**UM CASO DE
EMPODERAMENTO
FEMININO**

EM QUARTO DE DESPEJO -
DIÁRIO DE UMA FAVELADA

Carolina Arend Giacomini
Marília de Araujo Barcellos

O BRASILIANISTA Laurence Hallewell, em sua obra, *O livro no Brasil*, percorre a história especificando épocas e editoras que fizeram marco na evolução editorial de nosso país. Tal abordagem nos diz muito quando percebemos a relevância da produção editorial como registro da cultura de uma nação. O pesquisador salienta que conhecer uma nação por meio de sua edição pode ser muito revelador, uma vez que somos como nos expressamos. E complementa: “Na verdade, é difícil imaginar uma atividade que envolve tantos aspectos da vida nacional quanto a publicação de livros. O livro existe para dar expressão literária aos valores culturais e ideológicos” (HALLEWELL, 2005, p. 42). E é, portanto, partindo do postulado da expressão de valores ideológicos que este estudo se desenvolve, ao considerar o olhar sobre a temática feminista, a partir da abordagem de uma obra literária: *Quarto de despejo - diário de uma favelada*, de Carolina Maria de Jesus.

Na literatura, o papel da mulher muitas vezes, foi construído a partir de uma figura frágil, doméstica e dependente financeiramente do marido. Foram obras produzidas principalmente pelo homem, da alta sociedade, no qual a mulher sempre permaneceu como personagem e nunca como autora da própria obra literária.



Devido a isso, à mulher foi atribuído o estereótipo de ser inferior ao homem, particularmente quando é apresentada como autora dos próprios textos literários. Dessa forma, a importância do movimento feminista que se manifestou mais forte na segunda metade do século XIX, para causas como essa, a inserção da mulher na escrita, foi fundamental para avançar num sistema completamente patriarcal e capitalista.

A primeira onda do feminismo basicamente foi a inserção da mulher no mercado de trabalho, enfrentando péssimas condições, sem direitos políticos e sociais. A segunda onda foi a ampliação da primeira onda, as mulheres passaram a reivindicar a liberdade sexual, lutar contra opressão, questionar o poder entre os homens e as mulheres e a enfrentar a dominação masculina. É necessário destacar aqui, a luta de outros movimentos, como o movimento negro que questionava as principais características do sistema capitalista. Dessa forma é possível entender como o feminismo, juntamente de outros movimentos lutam pelos seus direitos democráticos e libertários e são fundamentais para construir uma sociedade mais igualitária.

A escolha por analisar essa obra foi especificamente por se tratar de um livro literário que poucos estudam e conhecem. O livro sendo uma das ferramentas mais antigas que existe, nos possibilita investigar através de pesquisas e avaliações, culturas e valores ideológicos diferentes, ainda que a autora da obra fosse uma mulher negra e favelada, conseguiu suspender dos estereótipos alavancados pela literatura brasileira. É exatamente como foi citada anteriormente, a produção editorial tem por objetivo fixar essa ideia de cultura como uma nação.



MOVIMENTO FEMINISTA

O movimento feminista ao longo dos últimos séculos vem lutando para ampliar os direitos das mulheres que, há muito tempo, ficaram submetidas às vontades masculinas e inferiorizadas pelo que a sociedade conhecia como “sexo frágil”. Com o tempo, as mulheres começaram a se unir na defesa de um interesse em comum: a igualdade entre os gêneros. Atualmente, o movimento feminista abrange uma série de grupos diversificados, com sistemas próprios, mas que compartilham de um mesmo princípio, o de obter maior espaço nas decisões políticas, sociais e etc, de todo o mundo.

De acordo com Mirian Goldenberg e Moema Toscano (1992) o movimento teve seu início na Europa Ocidental a partir do século XVII no período da Revolução Francesa. Durante o século XIX, a luta das trabalhadoras fabris, ganha maior consistência, principalmente na sociedade norte-americana. O dia 08 de março de 1857 é lembrado como o dia em que as operárias da indústria têxtil de Nova Iorque se mobilizaram contra os baixos salários e exigiram a redução da jornada de trabalho para 12 horas diárias. No mesmo período acontece o Sufrágio feminino, na França, que ficou conhecido como “primeira onda” do movimento feminista. Tanto nos Estados Unidos, quanto na Europa, as mulheres lutavam pelos seus direitos às participações nas discussões políticas.

No Brasil, segundo Cynthia Sarti (2004), o feminismo começou na década de 1970, embora a história registre significativas experiências anteriores, com características distintas, destacando-se a mobilização feminina em torno do sufrágio. Já no século XX a bióloga brasileira Bertha Luz, que estudou em Paris, criou a *Liga da Emancipação Feminina*, que em 1922 se tornou a *Federação Brasileira para o Progresso Feminino*, como descreve Céli Regina Jardim Pinto (2010). A partir dos anos 1930 já existiam grupos feministas



em ação no Brasil, embora a movimentação feminista pelo mundo até a década de 1960 tenha sido muito discreta. Com o fim da ditadura dos anos 1980, o feminismo no Brasil entra em uma fase de grande evolução na luta pelos direitos das mulheres, há inúmeros grupos e coletivos em todas as regiões tratando de uma série de temas, como, violência, sexualidade, direito ao trabalho, igualdade no casamento, direito à terra, direito à saúde materno-infantil, luta contra o racismo, orientação sexual. Estes grupos organizavam-se, algumas vezes, muito próximos dos movimentos populares de mulheres, que estavam nos bairros pobres e favelas, lutando por educação, saneamento, habitação e saúde, fortemente influenciados pelas Comunidades da Igreja Católica. Este encontro foi muito importante para os dois lados: o movimento feminista brasileiro, apesar de ter origens na classe média intelectualizada teve uma interface com as classes populares, o que provocou novas percepções, discursos e ações em ambos os lados (PINTO, 2010).

Sabe-se que até certo ponto, o movimento feminista garantiu a luta pelos direitos e igualdade de gêneros, somente entre mulheres privilegiadas, ou seja, distintas àquelas que faziam parte da classe mais baixa, e também da classe racial. Então nota-se que a busca por igualdade foi basicamente com homens privilegiados, e sendo assim se beneficiam as identidades brancas, classe média e heterossexuais (CHANTER, 2011). Assim, “o feminismo deveria não ser uma luta de igualdade entre homens e mulheres e sim uma luta contra a opressão, uma luta que reconhece que a opressão não está confinada ao sexismo, mas que também se expressa no classismo, no racismo e no heterossexismo”. (CHANTER, apud HOOKS, 2011)

No início do século XXI, a luta estende-se como a denúncia de violência contra a mulher e a defesa do aborto. Em 2006, obtiveram uma grande conquista que foi a criação da Lei “Maria da Penha”, que defende a mulher vítima de agressões físicas e ameaças.



Atualmente, no mundo todo existe um importante marco no movimento feminista chamado “marchas das vadias” que começou em 2011, no Canadá. Portanto para as mulheres negras a palavra “vadia” não tem a mesma repercussão positiva. Trata-se de uma questão historicamente negativa para as mulheres negras, pois segundo a historiadora Ana Flávia Magalhães Pinto, as mulheres negras não querem reivindicar o direito de serem vadias, e nem que elas possuam a “cor do pecado”, mas sim de serem médicas, advogadas, doutoras (PINTO, 2013).

A MULHER NEGRA E O FEMINISMO

O silêncio das mulheres negras não era uma reação contra as mulheres brancas ou um gesto de solidariedade com os homens negros patriarcas, mas sim o silêncio das oprimidas. As mulheres negras não tinham a possibilidade de lutar pelos direitos das mulheres, pois não enxergavam a “natureza feminina” como um ponto de vista importante na identidade. A autora bell hooks¹ (1981), afirma que a socialização racista e sexista tiveram consequências ao se condicionarem a desvalorizar a própria feminilidade e a olhar a raça como o único rótulo importante de identidade. Dito isso, quando o movimento de mulheres sugeriu a discussão da questão da opressão sexista, as mulheres negras argumentaram que o sexismo era insignificante em relação à realidade do racismo. Assim, as mulheres negras recorreram à esperança de que a libertação racial seria absolutamente necessária para viverem livres. Segundo bell hooks (1981), elas, “eram a nova geração de mulheres negras que foram ensinadas a submeterem-se, a aceitarem a inferioridade sexual e a serem silenciosas”.

1 Por uma questão ideológica esta intelectual negra escreve seu nome com letras minúsculas. bell hooks afirma: “o mais importante em meus livros é a substância e não quem sou eu”.



De acordo com Angela Davis (1982), as mulheres negras usufruíram de poucos benefícios da condição das mulheres, é talvez revelar que a mulher escrava era serva de casa, sendo cozinheira, criada ou mãe das crianças da Casa Grande. Assim como os homens, as mulheres escravas também eram trabalhadoras do campo. A história da escravidão no Brasil teve início em meados do século XVII, quando portugueses traziam os negros africanos de suas colônias na África para utilizar de mão-de-obra escrava nos engenhos de cana de açúcar, café e extração de minas. As mulheres negras também sofreram com a escravidão no Brasil, os senhores do engenho utilizavam dessa mão-de-obra para trabalho doméstico. Algumas mulheres se alojavam no espaço junto aos homens e outras permaneciam na casa grande onde prestavam os serviços de arrumadeira, ama de leite, cozinheira e objeto sexual de seus senhores.

Lélia Gonzalez (1984) argumenta que a negra da periferia, é quem sofreu mais tragicamente os efeitos da terrível culpabilidade branca. Justamente porque é ela que sobreviveu no suporte de prestações de serviços, segurando o pilar da família quase que sozinha. Tudo isso, em razão de que seu marido, irmãos ou filhos foram motivo de perseguição policial. A empregada doméstica no Brasil, só faz cutucar a culpabilidade branca, pois ela continua sendo a mucama do tempo da escravatura. Com isso, ela se torna completamente reprimida.

A partir dos anos 1980 aconteceu o 3º Encontro Feminista da América Latina e do Caribe, que ocorreu em Bertioga, São Paulo, em 1985, e isso foi resultado para a mobilização do feminismo negro. O movimento foi se estabilizando diante da aparição de organizações não governamentais, as chamadas ONGs. Algumas delas se destacam: Nzinga-Coletivo de Mulheres Negras (RJ), Criola (RJ), Geledés (SP), Fala Preta (SP), com o objetivo ao combate à violência doméstica e a discriminação racial e para as precauções diante da saúde reprodutiva.



EMPODERAMENTO POR MEIO DA LITERATURA

No começo do século XIX, as mulheres brasileiras, em sua grande maioria, viviam oprimidas em preconceitos solidificados e imersas em um estado que Constância Lima Duarte (2003) chama de “rígida indigência cultural”. Naquele período histórico, a bandeira mais urgente a ser levantada pelas feministas não poderia ser outra senão o direito básico de ler e escrever, um privilégio do sexo masculino à época. A primeira legislação que autorizava a abertura de escolas públicas destinadas às mulheres data do ano de 1827, consistindo em instituições que destoavam das demais vias educacionais femininas da época, uma vez que até então, eram conventos que tinham a função de guardar as meninas para o casamento, e raras escolas particulares nas casas das professoras, ou o ensino individualizado, todos se ocupando apenas com as tarefas domésticas.

Nas palavras de Constância Lima Duarte (2003), foram aquelas primeiras (e poucas) mulheres que tiveram uma educação diferenciada, que tomaram para si a tarefa de estender as benesses do conhecimento às demais companheiras, e abriram escolas, publicaram livros, enfrentaram a opinião corrente que dizia que mulher não necessitava saber ler nem escrever.

No que diz respeito à presença feminina negra na literatura, ao longo da história, sua representação foi consequência da idealização de escritores brancos, que caracterizaram estereótipos sexistas como o da mulata sensual e da negra submissa. No entanto, apesar de a sociedade ter retratado a mulher negra como ser periférico e ter ignorado sua voz, a escrita da afrodescendente veio à tona com ousadia, com o objetivo de reunir as linhas da história. Longe ser vista como heroína romântica, a mulher negra é apresentada na literatura como objeto de prazer, não possuindo os atributos da mulher branca, da



mãe devotada ou da esposa carinhosa. Mesmo a feminilidade lhe é negada, posto que tal conceito esteja relacionado à brancura e à pureza, qualidades não encontradas na negra que também exerceu tarefas “não femininas” durante e depois da escravidão.

A representação da mulher negra no espaço literário foi executada com base em estereótipos que a definem como objeto sexual e também como criada submissa. Tais modulações não deixam dúvidas quanto ao lugar reservado para a mulher negra na literatura. Dignamara Pereira de Almeida Sousa e Daise Lilian Fonseca Dias (2013) afirmam que uma das consequências das lutas feministas é o surgimento da profissão de escritora, mais precisamente nos séculos XVII e XVIII, embora com maior força no século XIX, sobretudo no contexto anglo-americano.

Na literatura brasileira, uma das primeiras mulheres que rompeu os limites do âmbito doméstico e alcançou as páginas dos grandes jornais foi Nísia Floresta Brasileira Augusta (1810-1885), nascida no Rio Grande do Norte, tendo residido em Recife, Porto Alegre e Rio de Janeiro, antes de se mudar para a Europa (DUARTE, 2003). Nísia Floresta acusava os homens de egoísmo por considerarem suas mulheres apenas como “crianças mimadas”, ou “sua propriedade”, ou “bonecas” disponíveis ao prazer masculino (DUARTE, 2003).

A importância do livro no empoderamento da mulher fica visível a partir da percepção das conquistas obtidas em diversos segmentos da vida em sociedade. Estas conquistas permeiam, simultaneamente, aspectos sociais, econômicos, culturais e jurídicos, na medida em que, é possível afirmar, que a autoria feminina representou papel crucial na construção dos direitos das mulheres, sendo caracterizado como importante instrumento reivindicatório e de emancipação coletiva. A autoria feminina revela sua importância no momento em que as mulheres passam a ser vistas pela sociedade



como partes responsáveis pela produção de cultura, ao mesmo tempo em que, contrariando as discriminações sedimentadas por uma sociedade patriarcal, demonstram suas capacidades intelectuais, seja através da escrita artística, científica ou jornalística.

A literatura de autoria feminina representou avanços na conquista da liberdade de expressão e manifestação do pensamento da mulher, um dos direitos que era negado até certo período da história, junto de outros tantos outros que eram condicionados a vontade do sexo masculino. As leitoras, nas primeiras publicações feministas, colaboravam, através de cartas, de forma tímida e anônima, mas que representam, ainda assim, um passo importante na histórica trajetória emancipatória das mulheres.

CAROLINA MARIA DE JESUS, UMA FEMINISTA?

No dia 14 de março de 1914 nasce Carolina Maria de Jesus em Sacramento, Minas Gerais, onde foi criada pela mãe e seu avô até seus quatorze anos de idade. Foi matriculada na primeira escola espírita do Brasil, o Colégio Allan Kardec, onde estudou até o segundo ano escolar, logo em seguida partiu junto de sua família para a cidade de Franca, interior de São Paulo, na qual trabalhou como empregada doméstica no decorrer de muitos anos, segundo Sergio da Silva Barcellos (2015). Sem opções de como iria se sustentar e sobreviver sem auxílio pelo motivo da morte de sua mãe, Carolina mudou-se para a favela do Canindé, às margens do rio Tietê, onde esperava seu primeiro filho, João José de Jesus, no ano de 1948, primogênito de uma rápida relação com um marinheiro português que em seguida a abandonou. Em meados dos anos 1950, nasceu seu segundo filho, José Carlos de Jesus, fruto de uma breve relação com um espanhol (BARCELLOS, 2015), e mais tarde já esperava sua terceira cria Vera Eunice, filha do dono de uma



fábrica e comerciante, porém como já havia acontecido outras vezes, foi desamparada por ele.

Carolina sempre procurou garantir a sobrevivência de seus três filhos, conforme o trecho que segue: “(...) Eu enfrento qualquer espécie de trabalho para mantê-los” (JESUS, 1960, p. 17), porém nunca abriu mão de ser escritora. Retirava do lixo o calçado, as roupas que vestia e até a comida, mas também recolhia do lixo, folhas de papel, caderno que colecionava, onde escrevia poemas contos, peças de teatros, provérbios, diários e as letras de música que compunha (BARCELLOS apud OLIVEIRA, 2015, p. 289).

Morar na favela era doloroso e com seu hábito de escrever, Carolina imaginava o dia em que escreveria seu próprio livro. Com isso, executou seu sonho quando começou a escrever seu diário, narrando seus dias de sobrevivência, de luta e não se deixou abater pelo cansaço, fome e solidão, apesar disso buscou forças para relatar sua jornada durante a vida na favela. Outro modo no qual Carolina se mostrava diferente dos demais moradores da favela, era em relação ao álcool. A autora não bebia, pois sabia das consequências que isso lhe causaria, portanto criticava quem fazia uso dessa bebida nociva:

...Tem pessoas aqui na favela que diz que eu quero ser muita coisa porque não bebo pinga. Eu sou sozinha. Tenho três filhos. Se eu viciar no álcool os meus filhos não irá respeitar-me. Escrevendo isto estou cometendo uma tolice. Eu não tenho que dar satisfações a ninguém. Para concluir, eu não bebo porque não gosto, e acabou-se. Eu prefiro empregar meu dinheiro em livros do que no álcool. Se você achar que eu estou agindo acertadamente, peço-te para dizer:

— Muito bem, Carolina! (JESUS, 1960, p. 73).

Dessa forma, Carolina fazia de sua escrita o seu lugar de resistência e de existência. Ela executava sua própria sociologia, sistematizando,



“a realidade de modo a torná-la inteligível e de maneira a tornar compreensíveis as ações realizadas”. (BARCELLOS apud FORTUNA apud CHAUÍ, 1993, p. 310). Escrever lhe possibilitava captar os problemas sociais, políticos, a fome, e especialmente a resistir e a ser.

Já que não posso dar aos meus filhos uma casa decente para residir, procuro lhe dar uma refeição condigna. [...] O meu sonho era andar bem limpinha, usar roupas de alto preço, residir numa casa confortável, mas não é possível. [...] Já habituei-me a andar suja. Já faz oito anos que cato papel. O desgosto que tenho é residir em favela (JESUS, 1960, p. 23).

Embora Carolina apreciasse a leitura e a escrita, era visível o desprezo que ela tinha aos atos alheios com quem divide o espaço na favela: bebedeiras, brigas entre casais, péssimas condições de higiene, prostituição, mulheres exploradas, crítica aos políticos em época de eleição e suas visitas interesseiras. Classificava o Canindé como “sucursal do inferno, ou o próprio inferno” (JESUS, 1960, p. 158). Em muitas passagens de seu diário relatava as discussões que ocorriam durante o dia, a exemplo desses,

[...] A Silvia e o espôso já iniciaram o espetáculo ao ar livre. Ele está lhe espancando. E eu estou revoltada com o que as crianças presenciam. Ouvem palavras de baixo calão. Oh! se eu pudesse mudar daqui para um nucleo mais decente⁷ (JESUS, 1960, p. 15).²

Em 1958, na favela do Canindé, ocorria a inauguração de um brinquedo para meninos em que a Prefeitura determinou que colocasse na favela, e durante a abertura, um grupo de rapazes fazia uso de forma inapropriada do brinquedo enquanto Carolina assistia a cena de maneira indignada com a atitude dos homens, intimou:

² Foi optado permanecer a ortografia que está na obra, pois assim possibilita enxergar a realidade do livro.



“Deixe estar que eu vou botar vocês no meu livro!” (JESUS, 1960, Prefácio). Foi quando um jovem repórter, Audálio Dantas, em início de carreira, cobria um evento na favela e ouviu a ameaça da favelada e se interessou em saber que livro era aquele. Carolina mostrou a ele seus 35 cadernos que mantinha em seu barraco, e as anotações encantaram tanto o jornalista que logo saíram notícias em relação à favelada no *Jornal da Noite* e na *Revista O Cruzeiro*.

Carolina tinha o conhecimento da sua condição como uma mulher que “não pode ficar sem ler e que levanta para escrever”, não representava o modelo de mulher na sociedade, por ser catadora de lixo, mãe solteira, negra, moradora da favela nos anos de 1958. Em muitas passagens do seu diário, Carolina menciona o fato de não ter se casado como algo positivo em sua vida, porém em algumas citações de seu diário, dizia sentir falta da presença masculina para apoiá-la. Enxergava as mulheres da favela como escravas de seus maridos, muitas vezes por elas terem que trabalhar para sustentar seus filhos, embora tivesse seus homens em casa. A escritora, portanto, contraria o sistema familiar pré-estabelecido como “normal”, segundo o qual os homens deveriam ocupar o lugar de provedores financeiros e chefes de família e as mulheres se encarregariam das atividades domésticas, como cuidar dos filhos, da casa, da comida, entre outros afazeres. A própria escritora lembra que recebeu uma educação voltada às “atividades de mulher”: “Eu nada tenho que dizer da minha saudosa mãe. Ela era muito boa. Queria que eu estudasse para professora. Foi as contingências da vida que lhe impossibilitou concretizar o seu sonho” (JESUS, 1960, p. 49). No entanto, o seu projeto de futuro era outro:

Quando eu era menina o meu sonho era ser homem para defender o Brasil porque eu lia a história do Brasil e ficava sabendo que existia guerra. Só li os nomes masculinos como defensor da pátria. Então eu dizia para a minha mãe:



— Porque a senhora não faz eu virar homem?

Ela dizia:

— Se você passar por debaixo do aro-iris você vira homem. Quando o aro-iris surgia eu ia correndo na sua direção. Mas o arco-iris estava sempre distanciando (JESUS, 1960, p. 54-55).

Na realidade, o diferencial em Carolina era que o contexto social no qual ela se encontrava, não apresentava intelectuais, muito menos intelectual mulher e negra. Os favelados não tinham acesso à cultura, eram poucos que possuíam televisão, rádio, livros e revistas em seus barracos. O costume na favela eram as festividades e datas comemorativas, as procissões religiosas. Até aquele momento, o mundo da favela era representado e escrito apenas por quem estava fora dela. Carolina, embora soubesse de sua condição como mulher negra, não deixava de indagar seu lugar no mundo,

[...] O branco é que diz que é superior. Mas que superioridade apresenta o branco? Se o negro bebe pinga, o branco bebe. A enfermidade que atinge o preto, atinge o branco. Se o branco sente fome, o negro também. A natureza não seleciona ninguém (JESUS, 1960, p. 65).

A partir da sua escrita levantou algumas bandeiras em prol das minorias, e isso se fez muito presente em seu texto,

[...] Quem deve dirigir é quem tem capacidade. Quem tem dó e amizade ao povo. Quem governa o nosso país é quem tem dinheiro, quem não sabe o que é fome, a dor, e a aflição do pobre. Se a maioria revoltar-se, o que pode fazer a minoria? Eu estou ao lado do pobre, que é o braço. Braço desnutrido. Precisamos livrar o país dos políticos açambarcadores (JESUS, 1960, p. 40).

A postura de mulher autossuficiente sempre foi reprimida em diversas sociedades, classes e culturas, atrapalhando o discurso até



mesmo de outras escritoras mais ilustres da nossa literatura. Carolina não teve medo de se expor e sustentar sua fala desvalorizada. Sabia a razão de sua escrita e deixou evidente, no excerto abaixo, aonde pretendia chegar:

10 de junho [...] Fui no parque buscar a Vera. E mostrei-lhe a revista.

Eu fui comprar meio quilo de carne. Quando voltei para a favela passei no Emporio do senhor Eduardo. Mostrei a revista para os perários do Frigorífico. O João disse-me que o Orlando Lopes, o atual encarregado da luz, havia me chingado. Disse que eu fiquei devendo 4 meses. Fui falar com o Orlando. Ele disse-me que eu puis na revista que ele não trabalha.

— Que história é esta que eu fiquei devendo 4 meses de luz e água?

— Ficou sim, sua nojenta! Sua vagabunda!

— Eu escrevo porque preciso mostrar aos meus políticos as péssimas qualidades de vocês. E eu vou contar ao repórter (JESUS, 1960, p. 164).

Carolina denominava-se mulher independente, deixava claro em seu texto que não queria se casar, “(...) Não invejo as mulheres casadas da favela que levam a vida de escravas indianas” (JESUS, 1960, p. 18). As moradoras da favela discriminavam a lixeira por não possuir marido. O que Carolina de fato fazia era se dedicar aos seus filhos tentando dar uma vida digna a eles. “Não casei e não estou descontente. O que preferiu eram soezes e as condições que êles me impunham eram horríveis” (JESUS, 1960, p. 18). Ser solteira era visto como algo positivo, visto que, possibilitava maior independência e poderia permanecer até tarde da noite escrevendo seu livro.

Ao longo do diário, percebemos que a tarefa da escrita é associada a atividades domésticas: “enquanto as panelas fervia eu escrevi



um pouco” (JESUS, 1960, p. 20). A autora também declara que gosta de manusear um livro e que “há de existir alguém que lendo o que eu escrevo dirá: isto é mentira! Mas, as misérias são reais” (JESUS, 1960, p. 47). A partir desta afirmação, é possível problematizar não só o lugar da mulher escritora como também as relações entre escrita e realidade, uma vez que Carolina parece ter consciência de tal relação.

Além disso, a própria Carolina parece se identificar como escritora, pois envia seus escritos para a revista norte-americana *Seleções* e cita seu desagrado quando eles são recusados: “Cheguei na favela. Triste como se tivessem mutilado meus membros (...) A pior bofetada para quem escreve é a devolução de sua obra” (JESUS, 1960, p. 147).

Carolina de Jesus ouve, lê, lembra e escreve outras vozes reportando em seu diário. A escritora torna-se sujeito de sua história narrando todas suas atividades do dia, inclusive outros sujeitos. E, traçando com sua narrativa a inscrição de si mesma, mostra como é a vida na comunidade e quais as dificuldades, por exemplo, que uma mulher marginalizada pela condição social é obrigada a enfrentar.

Na época, a profissão de professora era o que poderia garantir um mínimo de emancipação à mulher em termos de ocupar o mercado de trabalho. Porém, a escritora queria mais: como só os homens tinham cargos importantes e ocupavam a esfera do poder, fazendo-a constatar que não poderia exercer nenhum deles sendo mulher, logo procurava, em uma fantasia literária, o final do arco-íris e o lugar onde, segundo as histórias de sua mãe, poderia se transformar em homem e, assumir a condição, se caso fosse, de defensor da pátria.

A obra de Carolina sempre esteve conivente com a marginalidade. Independente do gênero literário que destinava a escrever,



a escritora utilizava como fonte sustentável a sua experiência e as situações às quais estava acostumada a presenciar. Em algumas observações, não se sabe até que momento tem autora, narradora e personagem; todas falam em conjunto de um lugar denominado baixa sociedade, na qual a mulher é submissa ao homem ou ao meio social. Essa realidade exposta na obra da favelada denunciou a forma como era vista e tratada, no Canindé, por seus vizinhos que não concordavam com sua condição de mulher sem ter a sustentação matrimonial. A autora do diário lutou pela sua aprovação enquanto escritora, mulher e pela sua situação independente, tendo sido despercebido e indesejável nas demais regiões da cidade, sendo útil apenas para catar papel e limpar o espaço ao qual não pertencia: “a cidade jardim” (JESUS, 1960, p. 33). Sem auxílio do povo em que dividia o mesmo ambiente, a escritora não se situava naquele local para se abrigar com seus filhos sem abrir mão da sua independência.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Primeiramente a pesquisa relacionada ao movimento feminista nos trouxe diversas reflexões, principalmente meu lugar enquanto estudante mulher na sociedade, e como foi importante a luta dessas mulheres para que hoje, na atual sociedade em que vivemos, possamos usufruir de direitos, tais como: votar, participação na política, na educação e também na inserção na literatura como mulheres escritoras, como é o caso de Carolina de Jesus.

Embora as mulheres negras por muitos anos e até nos dias modernos, sofreram e sofrem racismo e são exploradas sexualmente, existiram mulheres no movimento negro que resistiram e lutaram para



que essas pudessem garantir seus direitos e serem respeitadas. As condições são extremamente diferentes das mulheres brancas de classe média alta, porém elas não deixaram de acreditar que poderiam abrir espaços para outras mulheres de outros movimentos, sempre respeitando os limites e as vertentes de cada uma.

Carolina Maria de Jesus foi a escritora que surgiu com seu letramento autodidata para romper os estigmas associados às classes desfavorecidas em relação ao acesso à leitura e escrita. A autora usou de sua miséria para relatar os males que enfrentou durante sua estadia na favela do Canindé. Nas temáticas, destaque principal para a fome, que procurava alimento até no lixo para dar aos seus filhos. A catadora escreveu *Quarto de despejo* pensando em denunciar com seu olhar crítico tudo o que acontecia naquele inferno, em que ela mesma denominava a favela.

A autora foi vítima de preconceito por admirar as artes e a escrita, especialmente pelos moradores da favela, e muitas vezes pelas mulheres, que acreditavam que Carolina queria ser muito mais que aquelas mulheres que lá moravam. No entanto não se deixou abater pelas críticas mal feitas sobre ela e continuou sua escrita até conseguir publicar sua obra no ano de 1960, prefaciada por Audálio Dantas, repórter no qual descobriu Carolina, e lançada pela editora Francisco Alves. Com as pesquisas feitas foram constatadas que Carolina foi importante para o movimento negro, na qual rompeu barreiras e não ficou calada diante de fatos ocorridos na situação calamitosa em que se encontrava.

No período dos *anos dourados* a autora não teve medo de confessar as péssimas condições em que vivia naquela época, publicou nomes de políticos em épocas de eleições e criticou a maneira com



que eles tratavam os favelados, deixando-os completamente sem condições humanas dignas.

Portanto, Carolina e sua obra foram importantes no viés da literatura e empoderamento³ da mulher negra, por abordar questões que outros pesquisadores foram incapazes de captar, foi a mulher marginalizada, dentro da favela, contando sua própria história. Foi capaz de transmitir através de sua escrita, um valor social e político na luta das classes desfavorecidas em uma sociedade capitalista. Carolina, no entanto, foi uma feminista, com características do feminismo negro, e também intelectual negra transgressora que desenvolveu pensamentos de mulher negra, pelo simples fato de se desprender dessas amarras em que mulher não poderia ser escritora, e principalmente uma mulher negra e pobre.

REFERÊNCIAS

BARCELLOS, Sergio da Silva. **Vida por escrito**: guia do acervo de Carolina Maria de Jesus. Sacramento, MG: Editora Bertolucci, 2015.

CHANTER, Tina. **Gênero: Conceitos-chave em Filosofia**. Porto Alegre: Artmed, 2011.

DAMASCO, Mariana Santos; MAIO Marcos Chor; MONTEIRO, Simone. Feminismo negro: raça, identidade e saúde reprodutiva identidade e saúde reprodutiva no Brasil (1975-1993). **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 20, n. 1, p. 133-151, janeiro/abril 2012.

DAVIS, Angela. **Mulher, raça e classe**. Plataforma Gueto, 2013.

3 O grupo de estudos de mulheres negras “Atinuké” de Porto Alegre – RS, após reflexões feitas por uma das coordenadoras, Nina Fola, definiu por não mais utilizar a palavra empoderamento, pois significa atribuir poder a alguém, e este grupo pondera que as mulheres negras não devem ter um poder delegado por outro e sim representar o poder que está dentro de cada mulher negra, por essa razão, o termo mais adequado diante dos pensamentos do grupo, seria “apoderamento”, que significa apossar-se, assenhorar-se, tomar posse de, invadir. Mais informações sobre o grupo no Facebook: <https://www.facebook.com/atinukemulheresnegras/?fref=ts>



DUARTE, Constância Lima. Feminismo e literatura no Brasil. **Estudos Avançados**. São Paulo, v. 17, n. 49, p. 151-172, Setembro/Dezembro 2003.

GONZALEZ, Lélia. Racismo e sexismo na cultura brasileira. **Revista Ciências Sociais Hoje**, Anpocs, p. 223-244, 1984.

HALLEWELL, Laurence. **O livro no Brasil**: sua história. 2a. edição. São Paulo: EDUSP, 2005.

HOOKS, Bell. Não sou eu uma mulher. **Mulheres negras e feminismo**. Plataforma Gueto, janeiro 2014.

JESUS, Carolina Maria. **Quarto de despejo** - diário de uma favelada. 6ªed. São Paulo: Francisco Alves, 1960.

OLIVEIRA, Fátima Maria de. Do lixo das ruas à escrita “cor de ouro” no quarto: o diário de Carolina. In: BARCELLOS, Sergio da Silva (Org.). **Vida por escrito**: guia do acervo de Carolina Maria de Jesus. 1a. edição. Sacramento, MG: Editora Bertolucci, 2015, p. 285-299.

PINTO, Céli Regina Jardim. Feminismo, história e poder. **Sociologia Política**, Curitiba, v. 18, n. 36, p. 15-23, junho 2010.

SARTI, Cynthia. O Feminismo brasileiro desde os anos 1970: Revisitando uma trajetória. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 12, n. 2, p. 35-50, maio/agosto 2004.

SOUSA, Dignamara Pereira de Almeida, DIAS, Daise Lilian Fonseca. Quando a Mulher Começou a Falar: **literatura e crítica feminista na Inglaterra e no Brasil**. Gênero na Amazônia. Belém: n.3, janeiro/junho 2013.

TOSCANO, Moema; GOLDENBERG, Miriam. **A Revolução das Mulheres**: Um balanço do Feminismo no Brasil. Rio de Janeiro: Revan, 1992.



**#GAMERGATE
CONTROVERSY**

O DISCURSO DE ÓDIO
BIOPOLÍTICO NO UNIVERSO
GAMER

Leandra Cohen
Aline Roes Dalmolin

ANALISAR como o ódio biopolítico se expressa no Universo Gamer através dos discursos na rede é o objetivo deste trabalho. O termo biopolítica será usado como foi concebido nas obras de Michel Foucault e Giorgio Agamben, indicando a aplicação e o impacto do poder político sobre todos os aspectos da vida humana, através do controle e normalização dos corpos, não de forma institucional, nem repressiva, mas de modo difuso, não hierarquizado, que se torne inerente ao ser humano.

A pesquisa toma por objeto os discursos de ódio biopolíticos proferidos contra minorias no Twitter através da *hashtag* #gamergate, criada em alusão ao caso Watergate para discutir a ética no jornalismo gamer, mas que acabou sendo redirecionada com o propósito de propagar o ódio biopolítico principalmente contra mulheres.

O objetivo desse capítulo é analisar o discurso de ódio biopolítico, que reduz os indivíduos aos seus aspectos biológicos – como o caráter de gênero, a cor da pele ou a orientação sexual – e considera os mesmos como inferiores aos de uma raça que se julga dominante e exclui o que acredita ser diferente.

O estudo verificou que o uso, por usuários intolerantes, da *hashtag* #gamergate, acabou por evidenciar que o Universo Gamer não se



distingue do resto da sociedade ao propagar seu ódio biopolítico, onde os que detêm o discurso dominante excluem aqueles que eles não enxergam como parte de seu padrão.

BIOPODER, BIOPOLÍTICA E RACISMO

Por muito tempo acreditou-se que o poder era um fenômeno de dominação homogêneo e estático, que estaria centrado ou localizado apenas no Estado ou em uma instituição específica. O pensador francês Michel Foucault rompeu com essas concepções clássicas afirmando que não se trata de minimizar o impacto do papel do Estado nas relações de poder, mas contrapor-se à ideia do Estado como órgão único e central do poder.

Para melhor verificar o funcionamento das relações de poder, Foucault propõe uma análise histórica a partir do deslocamento das formas e domínios do poder. Desse modo, ele constata que ao longo dos séculos XVII e XVIII o poder soberano é substituído gradativamente pelo poder disciplinar, sendo que, a partir da segunda metade do século XVIII, esse poder disciplinar passa a ser complementado pela biopolítica.

O poder da biopolítica agrega e complementa o poder disciplinar, visto que a disciplina não daria conta da emergência das grandes massas populacionais. Para abarcar essa nova dimensão coletiva, surge o conceito de população, esse “novo corpo: corpo múltiplo, corpo com inúmeras cabeças, se não infinito pelo menos necessariamente numerável” (FOUCAULT, 2002, p. 292). Sendo assim, da mesma forma que o poder disciplinar agia sobre os corpos dos indivíduos com o intuito de torná-los o mais útil e dócil possível, o poder biopolítico passa a agir sobre a vida da espécie, permitindo que qualquer atrocidade seja feita em nome da salvação da mesma. Não é mais o monarca que protege a si mesmo, mas os indivíduos que defendem a coletividade.



As guerras já não se travam em nome do soberano a ser defendido; travam-se em nome da existência de todos; populações inteiras são levadas à destruição mútua em nome da necessidade de viver. Os massacres se tornam vitais. [...] O princípio ‘poder matar para poder viver’, que sustentava a tática dos combates, tornou-se princípio de estratégia entre Estados; mas a existência em questão já não é aquela – jurídica – da soberania, é outra – biológica –, de uma população. Se o genocídio é, de fato, o sonho dos poderes modernos, não é por uma volta, atualmente, ao velho direito de matar, mas é porque o poder se situa e exerce ao nível da vida, da espécie, da raça e dos fenômenos maciços de população (FOUCAULT, 1988, p. 129).

O poder biopolítico funciona como uma extensão da política, que se apoia em um discurso biológico muitas vezes sustentado pela ciência e/ou religião para definir o que é bom ou ruim para uma população, o que pode gerar também violência simbólica e/física¹. Dessa forma, Foucault passa a questionar como um poder que preza tanto pela vida faria valer “seu direito de matar”, considerando que o poder soberano estaria recuando para que o biopoder pudesse avançar. Segundo crê o autor, a resposta estaria no racismo², que para ele é “o corte entre o que deve viver e o que deve morrer” (FOUCAULT, 2002, p. 304).

1 Pierre Bourdieu (2011) afirmava que a violência seria um dispositivo do poder, um mecanismo que faz com que os indivíduos vejam como “natural” as representações ou ideias sociais dominantes. Para ele, não só a violência física e a força, mas também a coerção seria usada para manter uma suposta ordem, reproduzindo culturalmente a estrutura das classes sociais, para que a dominação simbólica seja sempre considerada legítima. Esse poder simbólico só poderia ser exercido com a cumplicidade daqueles que não se preocupam em saber que estão sujeitos a ele e daqueles que o exercem. Dessa forma, a violência simbólica poderia vir a acarretar em violência física.

2 O racismo, para Foucault, não se resume ao ódio de uma raça pela outra, trata-se da utilização do discurso da purificação para que haja eliminação da própria raça. Ou seja, embora o povo judeu não consista em uma raça, a atitude dos alemães em relação ao povo judeu é considerada racista nesse sentido. Esse racismo não é apenas étnico, é biológico.



O que inseriu o racismo nos mecanismos do Estado foi mesmo a emergência desse biopoder. Foi nesse momento que o racismo se inseriu como mecanismo fundamental do poder, tal como se exerce nos Estados modernos, e que faz com que quase não haja funcionamento moderno do Estado que, em certo momento, em certo limite e em certas condições, não passe pelo racismo (FOUCAULT, 2002, p. 304).

O racismo não é apenas consequência do biopoder, mas uma estratégia indispensável desse poder para que vidas possam ser tiradas em nome da eliminação de um perigo biológico e da ascensão de uma raça, o que pode ser analisado se levarmos em conta que os nazistas proclamavam a superioridade biológica da raça ariana alemã, o que, conseqüentemente, tornava outro grupo em uma raça inferior. A aniquilação desse grupo era considerada um mal necessário para assegurar a perpetuação de uma raça considerada pura. Esse discurso acabou culminando na Segunda Guerra Mundial, que levou a óbito milhões de pessoas, tendo como alvo principalmente o povo judeu, mas também negros, homossexuais e deficientes físicos. Vidas essas que, segundo o discurso dominante, não mereciam serem vividas.

Giorgio Agamben, distintivamente de Foucault, identifica a biopolítica não apenas como fruto da modernidade, mas uma relação com a vida existente desde o início da política e intimamente ligada ao poder soberano. Agamben afirma que a soberania “é a esfera na qual se pode matar sem cometer homicídio e sem celebrar um sacrifício” (AGAMBEN, 2002, p.91), ou seja, essa violência é aceita pelo coletivo, é legalizada. Isso porque, segundo o autor, a vítima do poder soberano seria sempre o *homo sacer*³, um indivíduo matável e insacrificável.

3 Expressão do direito romano arcaico que designava um indivíduo julgado e condenado por um delito e que, por conta dessa condenação, era banido da sociedade. Uma vez banido da lei humana ele poderia ser morto por qualquer um sem que isso fosse considerado crime e, da mesma forma, tendo sido excluído da lei divina, ele não podia ser sacrificado ritualisticamente. Por conta disso, essa vida passava a existir fora de qualquer jurisdição humana e não era mais reconhecida pela comunidade.



Nos dois limites extremos do ordenamento, soberano e *homo sacer* apresentam duas figuras simétricas, que têm a mesma estrutura e são correlatas, no sentido de que soberano é aquele em relação ao qual todos os homens são potencialmente *homines sacri*, e *homo sacer* é aquele em relação ao qual todos os homens agem como soberanos (AGAMBEN, 2002, p. 92).

Durante a Segunda Guerra, por exemplo, qualquer alemão podia matar um judeu em um campo de concentração. Não era necessária a existência de um monarca que dissesse a eles o que fazer, ou de uma instituição que se fizesse presente. Isso porque o discurso dominante que se tinha na Alemanha nazista era o de que a vida de um judeu não tinha qualquer valor ou sentido político. Sendo assim, essa vida podia ser eliminada sem que houvesse qualquer punibilidade, tratando-se do que Agamben designa como uma vida nua.

O conceito de vida nua é desenvolvido por Agamben (2002) a partir da visão de Aristóteles e de dois termos gregos usados para exprimir o significado da palavra vida: *bios* e *zoé*. A *bios* seria a vida racional, politizada, onde se expressa o juízo, e a *zoé* a vida animalizada, não política, a mera existência. A vida do *homo sacer* é considerada uma vida nua, isto é, o homem sacro é um morto vivente, uma espécie de zumbi que ninguém se importa em matar, visto que por mais que pareça humano, não é aceito na sociedade como um.

Esse recorte social é feito pelo poder soberano do Estado, que coloca de um lado aqueles que interessam para o mantimento do seu poder (os corpos dóceis, disciplinados) e de outro todos aqueles que são dissociados de qualquer valor ou importância perante a sociedade (a vida nua, o *homo sacer*). Essa cristalização do poder no Estado é resultado dos constantes usos que esse faz das estratégias de poder. O poder que nos mata, o poder que nos disciplina e o poder que regula a nossa vida se unem em nome de torturar,



humilhar e matar todos aqueles que transgridem a ordem e fogem do que é considerado normal, prejudicando as minorias sociais⁴, como as mulheres, os negros, os estrangeiros e a população LGBT⁵.

Para Agamben, Foucault acerta ao dizer que vida do homem e os processos biológicos inerentes ao ser humano passaram a fazer parte do cálculo do poder na entrada da Idade Moderna. Porém, ele acredita que, ao continuar investigando “os processos de subjetivação” que levavam ao indivíduo constituir-se como sujeito, Foucault acaba por não direcionar suas análises para o que poderia ser considerado o local por excelência de desenvolvimento da biopolítica moderna: os Estados totalitários do século XX⁶.

Nesse sentido, enquanto Foucault nos atenta sobre os deslocamentos do poder evidenciados pelo “fazer morrer e deixar viver” (poder soberano) e “fazer viver e deixar viver” (biopoder), Agamben salienta a existência de uma terceira fórmula, o “sobreviver”. Para exemplificar seu conceito, Agamben descreve o “muçulmano”⁷, em seu livro “O que resta de Auschwitz: o arquivo e o testemunho” (2008), como um “morto-vivo”, “o não-homem”, por tratar-se daquele que foi

4 “Ora, a noção contemporânea de minoria - isto que aqui se constitui em questão - refere-se à possibilidade de terem voz ativa ou intervirem nas instâncias decisórias do Poder aqueles setores sociais ou frações de classe comprometidas com as diversas modalidades de luta assumidas pela questão social. Por isso, são considerados minorias os negros, os homossexuais, as mulheres, os povos indígenas, os ambientalistas, os antineoliberalistas, etc”. (SODRÉ, 2005, p. 1).

5 LGBT é a sigla para Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros.

6 Agamben faz uma crítica à obra de Foucault por ele não ter trabalhado com a questão do nazismo. Porém, trata-se de um equívoco, pois o livro “Em defesa da Sociedade” (resultado de uma compilação de aulas expositivas ministradas durante um curso no Collège de France nos anos de 1975-1976), em que Foucault discorre sobre o nazismo, foi lançado após a publicação de Agamben e era até então desconhecida pelo mesmo.

7 Agamben acredita que a explicação mais provável para o uso do termo “muçulmano” seria o significado literal do termo árabe “muslim”, que significa “quem se submete incondicionalmente à vontade de Deus”. Os muçulmanos seriam aqueles que não sobreviveram para testemunhar o ocorrido em Aushwitz; é preciso que os sobreviventes falem por eles. (AGAMBEN, 2008, p. 52).



completamente dessubjetivado pelo dispositivo de Auschwitz, perdendo sua capacidade de se comunicar e sua língua, sendo despolitizado e, assim, limitado à *zoé* e à vida nua.

Dessa forma, para Agamben, mais do que “deixar morrer”, a biopolítica do século XX “faz sobreviver”, qualificando certas vidas como orgânicas ou animalizadas. A vida vegetativa do muçulmano torna-se a substância biopolítica absoluta. Portanto, Agamben identifica os campos de concentração nazistas como instituições biopolíticas totais, com o poder soberano estando cada vez mais descentralizado.

CONTROLE, AFETOS E SUBJETIVIDADE

Além de Agamben, Gilles Deleuze (1992) também revisitou a obra de Foucault e ampliou o conceito de disciplina, afirmando que as sociedades disciplinares deram lugar às sociedades de controle na segunda metade do século XX, após a Segunda Guerra Mundial. Para o teórico, as inovações tecnológicas e a mutação do capitalismo teriam sido os principais fatores para essa mudança, visto que desencadearam em um aprimoramento dos mecanismos de vigilância, propiciando uma passagem de um caráter institucional para o de uma vigilância geral.

Já não é um capitalismo dirigido para a produção, mas para o produto, isto é, para venda ou para o mercado. Por isso ele é essencialmente dispersivo, e a fábrica cedeu lugar à empresa. [...] O homem não é mais o homem confinado, mas o homem endividado. É verdade que o capitalismo manteve como constante a extrema miséria de três quartos da humanidade, pobres demais para a dívida, numerosos demais para o confinamento (DELEUZE, 1992, p. 223 e 224).



A formação da sociedade disciplinar se dava nesse processo de produção de individualidade onde cada um era vigia de si e dos outros, porque a norma devia ser mantida e a capacidade de diferir devia ser regulada. Ela funcionava pelo confinamento massivo e encarceramento dos corpos, mas não era capaz de encarcerar ideias. A sociedade de controle foge do privado e engloba aquilo que acontece dentro e fora das instituições. O trabalho, por exemplo, não acontece somente quando o indivíduo está dentro da empresa, mas em qualquer lugar, contanto que ele esteja conectado.

Nesse sentido, pode-se dizer que a proliferação de câmeras de vídeo em muitos espaços sociais, o uso de aparelhos celulares, cartões de crédito e da comunicação pela Internet facilitaram o exercício de mecanismos de vigilância e controle. O poder finalmente pode se fazer presente em todos os lugares. O controle acaba sendo interiorizado pelos indivíduos e o princípio da docilidade se mantém, visto que toda a informação sobre nossas vidas consta na Internet em bancos de dados que alimentamos voluntariamente.

No Universo Gamer não é diferente. Através de consoles, computadores, canais no Youtube e redes sociais, passamos nossos dias controlando e sendo controlados, por meio dos perfis que criamos, com informações sobre nossas vidas que nos divertimos em compartilhar e por meio de nossas reações a vídeos e postagens na Internet. Dessa forma, assumimos o perfil de gamers mesmo quando não estamos de fato jogando.

“Para produzir, precisa-se cada vez menos de razão e sempre mais de afeto.” (NEGRI, 2001 apud SODRÉ, 2006, p. 55). Muniz Sodré cita Negri em seu livro “As estratégias Sensíveis” para discorrer sobre as novas razões da produção. O autor afirma que a imaterialidade da mercadoria prevalece sobre sua materialidade em “uma espécie de nova economia” (SODRÉ, 2006, p. 56). Nessa passagem em



que o Império se define como forma política do mercado mundial a produção passa a ser principalmente “a produção de si”.

Quando fazemos comentários nas redes sociais ou postamos fotos e vídeos a respeito de um jogo, de um console ou sobre outros jogadores, estamos produzindo trabalho imaterial e subjetividade. As redes sociais em si dificilmente produzem conteúdo, elas dependem de nossas produções para lucrar. A Internet potencializa o encontro de grupos com gosto em comum, fazendo com que os usuários sejam motivados a produzir conteúdo para disseminar seus interesses, fazer amigos e sentirem-se incluídos. Muitas pessoas são pagas para trabalhar produzindo conteúdos para a Internet, porém, a maioria de nós faz o trabalho gratuitamente.

Todos são convidados a dar sua opinião e compartilhar suas percepções na rede, ainda que não tenham um saber técnico ou especializado sobre o assunto em questão. Dessa forma, até o lazer do cidadão comum é monetizado pelo capitalismo, pois seu tempo livre na Internet também gera “valor-afeto”. As redes, portanto, moldam-se de acordo com o uso que fazemos delas e do tipo de afeto que almejamos produzir. O ódio parece ser um dos afetos mais produzidos nas redes sociais do século XXI. Por conta disso, muitas vezes surgem os discursos de ódio na rede.

DISCURSO: AQUILO PELO QUE SE LUTA

A análise do discurso é um campo de pesquisa que, segundo Gregolin (2007), compreende “a produção social de sentidos, realizada por sujeitos históricos, por meio da materialidade das linguagens”. Sendo assim, a análise do discurso é uma das formas de compreender não só “o que se diz”, mas “por que se diz” e “de que forma se diz”.



O discurso muda conforme a linguagem e as apropriações do discurso mudam. Ele está sempre em movimento, pois é realizado por sujeitos que estão em constante transformação. Prova disso é a reapropriação de palavras no nosso idioma. A palavra “Veado”, por exemplo, foi usada por muitos anos para ofender homossexuais. Hoje em dia ela é usada por esse grupo como forma de empoderamento e emancipação de sua identidade, o que acaba por subtrair seu caráter pejorativo.

Para Foucault, não devemos nos prender às coisas e às palavras para analisar os discursos, como se eles pudessem ser reduzidos a um conjunto de signos, mas é necessário compreendê-los como práticas discursivas, que sempre dizem algo a mais do que aparentam.

[...] O discurso não é uma estreita superfície de contato, ou de confronto, entre uma realidade e uma língua, o intrincamento entre um léxico e uma experiência; gostaria de mostrar, por meio de exemplos precisos, que, analisando os próprios discursos, vemos se desfazerem os laços aparentemente tão fortes entre as palavras e as coisas, e destacar-se um conjunto de regras, próprias da prática discursiva. [...] não mais tratar os discursos como conjunto de signos (elementos significantes que remetem a conteúdos ou a representações), mas como práticas que formam sistematicamente os objetos de que falam. Certamente os discursos são feitos de signos; mas o que fazem é mais que utilizar esses signos para designar coisas. É esse mais que os torna irredutíveis à língua e ao ato da fala. É esse mais que é preciso fazer aparecer e que é preciso descrever (FOUCAULT, 2008, p.56).

Neste capítulo o discurso funciona como um operador teórico-metodológico, uma vez que se tenta compreender o discurso enquanto estratégia de poder, a partir da perspectiva de Foucault, ao mesmo tempo em que ele estrutura nossa construção metodológica. Dessa forma, neste capítulo iremos explicar o que é o discurso



para Foucault e de que forma ele funciona como estratégia do poder para a regulação dos corpos, que fundamenta nossa concepção de discurso do ódio biopolítico.

Em seu livro “A Ordem do Discurso”, Foucault (1996) apontou que o discurso não é um elemento neutro e nem somente “aquilo que manifesta (ou oculta) o desejo”, mas é “o objeto do desejo”, aquilo “pelo que se luta”. O autor supõe que em todas as sociedades “a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos”. (FOUCAULT, 1996, p.8 e 9). Esses procedimentos de exclusão definem quem é sujeito e quem é objeto na ordem do discurso.

Em suma, pode-se dizer que as tecnologias de poder elaboram e reproduzem verdades de acordo com as suas necessidades. Os sujeitos são construídos discursivamente de acordo com os períodos históricos e as sociedades das quais fazem parte. Para Foucault, o poder é um instrumento capaz de produzir saberes.

Temos antes que admitir que o poder produz saber (e não simplesmente favorecendo-o porque o serve ou aplicando-o porque é útil); que poder e saber estão completamente implicados; que não há relação de poder sem constituição correlata de um campo de saber, nem saber que não suponha e não constitua ao mesmo tempo relações de poder (FOUCAULT, 2010, p. 30).

Com isso, é possível concluir que o discurso produz saberes e que esses discursos de diversas áreas do conhecimento, articuladas com o senso comum, são capazes de regular e disciplinar os corpos. Adiante vamos entender o conceito de ódio biopolítico como um poder regulamentador da sociedade.



DISCURSO DE ÓDIO BIOPOLÍTICO

Para Samanta Ribeiro Meyer-Pflug (2009) o discurso de ódio é a manifestação de “ideias que incitem a discriminação racial, social ou religiosa em determinados grupos, na maioria das vezes, as minorias”. De uma forma geral, o discurso de ódio é interpretado como a expressão usada para insultar, perseguir e/ou justificar a privação de direitos a um determinado grupo. Embora haja essa compreensão acadêmica de que os discursos de ódio se referem ao discurso contra minorias, a percepção da palavra “ódio” na sociedade em geral é de um sentimento/afeto negativo contra um indivíduo ou um objeto.

Durante minha trajetória como bolsista do grupo de pesquisa “Moralidades contemporâneas, fundamentalismos pós-modernos: a circulação dos discursos de ódio na mídia”, desenvolvido no âmbito do Departamento de Ciências da Comunicação da UFSM e coordenado pela professora Aline Dalmolin, encontramos dificuldades para definir certas expressões como discursos de ódio, levando em conta que algumas vezes essa classificação pode depender de interpretação.

Considerando essas dificuldades, optamos por utilizar o termo “ódio biopolítico”, pensado a partir do legado de Foucault. Não só por facilitar a classificação em relação à coleta de dados para a pesquisa, mas também por acreditar que mais importante do que definir um discurso enquanto carregado ou não de ódio, é demonstrar como minori as sociais podem ser humilhadas, excluídas e violentadas por causa desses discursos.

O discurso de ódio biopolítico reduz os indivíduos aos seus aspectos biológicos, como a cor da pele, a etnia, o caráter de gênero ou a orientação sexual e considera esses aspectos como inferiores.



Ele é proferido por um grupo que se julga dominante e exclui o que considera diferente em nome da sua perpetuação e da conservação de seus valores.

#GAMERGATE E O DISCURSO DE ÓDIO NAS REDES

Em 2013, foi lançado o jogo independente intitulado “Depression Quest”, onde o jogador era desafiado a assumir o ponto de vista de um personagem com depressão e a escolher entre opções como sair para ver amigos ou ficar em casa. A intenção do jogo era mostrar a depressão de sua desenvolvedora, Zoe Quinn. “Depression Quest”, uma obra de ficção interativa de interface bastante simples, foi premiado e recebeu elogios de críticos, mas só teve verdadeiro espaço na mídia quando o ex-namorado de Quinn decidiu acusá-la de tê-lo traído com vários homens da indústria cultural em troca de boas críticas, o que muitos gamers consideraram como corrupção. Por causa disso, Quinn passou a ser perseguida. Seus dados pessoais foram divulgados, sua vida e endereço foram expostos e logo surgiram várias ameaças de estupro e assassinato nas redes sociais.

Levando em conta os acontecimentos envolvendo Zoe Quinn, um ator de Hollywood com mais de 200 mil seguidores do Twitter⁸, Adam Baldwin, decidiu criar a *hashtag* “Gamergate” (também grafada com variações de letras maiúsculas e minúsculas entre seus usuários), em alusão ao caso Watergate⁹, aparentemente para discutir sobre a ética no jornalismo e a identidade gamer. Porém,

8 Twitter de Adam Baldwin. Disponível em: < <https://twitter.com/adambaldwin>>. Acesso em 20 de nov de 2017.

9 Caso de corrupção envolvendo o presidente Richard Nixon, que precisou renunciar após descobrirem, no início dos anos 1970, que o partido republicano tentara grampear o escritório do partido Democrata, no Complexo de Watergate.



embora algumas pessoas realmente acreditassem nesse viés, a *hashtag* acabou sendo usada para agredir mulheres como Quinn na Internet, de forma violenta e sexista, o que nos leva a outras duas mulheres, Anita Sarkeesian e Brianna Wu.

Criadora do canal “Feminist Frequency”, que discute a representação feminina na cultura POP, Anita Sarkeesian ficou conhecida no mundo gamer em 2012, quando conseguiu apoio para um projeto lançado no Kickstarter, o maior site de financiamento coletivo do mundo. Apesar de ter pedido por 6 mil dólares, Anita acabou arrecadando quase 160 mil dólares¹⁰ e dando início à série de vídeos “Tropes vs Women in Video Games”¹¹, que aponta os estereótipos nos quais as personagens femininas foram inseridas ao longo da história da indústria de jogos.

Por conta de seus posicionamentos, Anita passou a receber ameaças de morte e estupro de *haters* na Internet¹². Até mesmo um jogo violento foi criado para que Anita pudesse apanhar digitalmente. Em outubro de 2014 ela precisou cancelar uma palestra, que daria na Universidade Estadual de Utah, após um internauta ter ameaçado tornar o auditório palco de um massacre, caso a palestra acontecesse¹³. O linchamento virtual chegou a um ponto tão drástico que Anita precisou sair da própria casa para sua segurança¹⁴.

10 Projeto de Anita no kickstarter. Disponível em: <<https://www.kickstarter.com/projects/566429325/tropes-vs-women-in-video-games>. Acesso em 15 de set de 2017>.

11 Projeto de Anita no Youtube. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=X6p5AZp7r_Q&list=PLn4ob_5_ttEaA_vc8F3fjzE62esf9yP61>. Acesso em 15 de set de 2017.

12 Anita Sarkeesian compartilha a quantidade de ódio direcionado a ela em apenas uma semana. Disponível em: <<http://overloadr.com.br/noticias/2015/01/anita-sarkeesian-compartilha-quantidade-de-odio-direcionado-ela-em-apenas-uma-semana/>>. Acesso em 20 de nov de 2017.

13 Fãs de games, mulheres relatam ameaças de morte e estupro em universo dominado por homens. Disponível em: <<http://revistamarieclaire.globo.com/Mulheres-do-Mundo/noticia/2015/05/fas-de-games-mulheres-relatam-ameacas-de-morte-e-estupro-em-universo-dominado-por-homens.html>>. Acesso em 14 de nov de 2017.

14 Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/video-game-e-jogos/61536-milhares-desenvolvedores-games-manifestam-favor-de-feminista.htm>>.



Muitas das ameaças recebidas por Anita foram associadas ao movimento “GamerGate”.

Em 2010, a desenvolvedora de videogames Brianna Wu e sua amiga Amanda Warner fundaram a empresa de jogos Giant Spacemat, com o objetivo de criar games em que as mulheres fossem protagonistas. A dupla acabou lançando o jogo “Revolution 60” (2014), uma aventura espacial na qual todas as personagens são mulheres, o que deixou alguns gamers incomodados. Em 2014, Brianna tweetou um meme que ironizava o movimento GamerGate. No mesmo ano, ela recebeu uma mensagem em seu celular dizendo “Espero que você aproveite bem seus últimos momentos de vida.”, que provinha de uma conta do Twitter chamada “Death to Brianna”¹⁵. Segundo Brianna, ela recebia mensagens desse tipo todos os dias, muitas acompanhadas da *hashtag* “GamerGate”¹⁶.

O caso GamerGate ficou conhecido em vários países como “GamerGate Controversy”, levando em conta as controvérsias que de fato fazem parte desse acontecimento. Muitos usuários afirmam veementemente que esse não é um movimento misógeno e que nem há provas suficientes para isso, visto que muitas das mensagens de ódio recebidas por mulheres, embora associadas ao movimento, não faziam uso específico da *hashtag* e, portanto, não haveria evidência suficiente para determinar que as ameaças teriam verdadeiramente surgido desse grupo.

Quando a *hashtag* foi criada, seu propósito era de delatar casos de corrupção e pedir por mais transparência e integridade no jornalismo crítico de jogos eletrônicos. Porém, com o passar do tempo, fontes jornalísticas acabaram tendo dificuldade para compreender os reais objetivos do movimento, considerando a grande parte de

15 A tradução literal seria: “morte à Brianna”.

16 **GamerGate e a guerra contra mulheres nos videogames.** Disponível em: <<http://epoca.globo.com/vida/noticia/2014/11/bgamerGateb-e-guerra-contra-mulheres-nos-videogames.html>>. Acesso em 20 de nov de 2017.



comentários ofensivos de usuários, que muitas vezes abafavam o real sentido dessa manifestação.

Em agosto de 2014, dez sites jornalísticos publicaram artigos de opinião declarando o que eles chamaram de “a morte dos gamers”. Os artigos repudiavam o cyberbullying e o sexismo provocados pelos jogadores e afirmavam que “a figura do jogador como conhecíamos não existia mais”¹⁷. Esses jornalistas acreditavam que a identidade gamer estereotipada por homens brancos e nerds estava se extinguindo e que o escândalo de Quinn era apenas uma desculpa para acobertar um movimento misógino, que temia pelo fim dessa extinção¹⁸.

Esses jornalistas foram criticados pelo Movimento GamerGate, que considerou a atitude como uma prova da conspiração no jornalismo. Uma nova *hashtag* chamada #NotYourShield (não sou seu escudo) foi criada em resposta, referindo-se às acusações de misoginia e racismo realizadas por aqueles que se opunham ao GamerGate. Os usuários da nova *hashtag* eram principalmente minorias sociais que acreditavam que os opositores se aproveitavam das denúncias para silenciar as preocupações legítimas dos usuários – como a integridade da ética jornalística – e afirmavam que seu movimento estava sendo acusado pelo mau uso que poucas pessoas faziam da *hashtag*.

Embora houvesse um grande esforço de alguns usuários da *hashtag* em tentar legitimar seu movimento enquanto ético e

17 Co-Op Ed: #GamerGate, Game Journalism, and Ethics. Disponível em: <<https://kambyero.wordpress.com/2014/09/09/co-op-ed-gamergate-game-journalism-ethics/>>. Acesso em 22 de nov de 2017.

18 GamerGate: A Closer Look At The Controversy Sweeping Video Games. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/erikkain/2014/09/04/gamergate-a-closer-look-at-the-controversy-sweeping-video-games/#1c074eb434f8>>. Acesso em 22 de nov de 2017.



inclusivo, por outro lado também havia outros usuários que pareciam simplesmente não se importar com esse viés social. Exemplo disso é o jornalista britânico Milo Yiannopoulos, considerado um ícone do GamerGate. Ele fez várias matérias em seu site apoiando a *hashtag* e acusando mulheres feministas de estarem destruindo a indústria dos games¹⁹. No entanto, o jornalista é mais conhecido por um episódio envolvendo a atriz e comedianta Leslie Jones, que interpretou uma das caçadoras de fantasmas no recente remake do filme “Ghostbusters” (2016).

Milo acabou banido do Twitter após atacar publicamente Leslie com postagens e comentários racistas, que incentivaram outras pessoas a fazerem o mesmo. O jornalista considerou a atitude da rede social como covarde e declarou que esse tipo de postura reforçava a posição do Twitter como um espaço seguro para extremistas em que “as vidas negras importavam, mas as conservadoras não”²⁰.

Todas essas mulheres foram vítimas da #GamerGate de forma muito semelhante, sendo humilhadas e tendo suas vidas ameaçadas por conta de discursos de ódio de teor violento, racista e sexista. Infelizmente as ofensas às mulheres já estão tão naturalizadas que não chocam mais. De uma forma geral, parece que um caso de corrupção na indústria de games gera muito mais comoção e engajamento que a luta por respeito e segurança de minorias sociais na Internet e em qualquer lugar. Dessa forma, a cultura gamer replica os mesmos sistemas de opressão presentes na sociedade, sem levar em conta que quem clama por justiça e ética não deveria fugir das mesmas regras.

19 **Feminist Bullies Tearing the Video Game Industry Apart.** Disponível em: <<http://www.breitbart.com/london/2014/09/01/lying-greedy-promiscuous-feminist-bullies-are-tearing-the-video-game-industry-apart/>>. Acesso em 23 de nov de 2017.

20 **Conheça Milo Yiannopoulos, o homem que foi banido para sempre do Twitter.** Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/twitter/107477-milo-yiannopoulos-homem-banido-para-sempre-twitter.htm>>. Acesso em 23 de nov de 2017.



A reclamação dos usuários da *hashtag* contra a corrupção é legítima. Porém, não podemos esquecer que o motim para a criação do Movimento partiu de um julgamento da sociedade gamer sobre a vida sexual de Zoe Quinn. Em nome “da moral”, “dos bons costumes” e da “luta contra a corrupção”, os usuários consideraram que o fato de Quinn fazer sexo com um jornalista da indústria do entretenimento que escreveu uma boa crítica sobre seu jogo era um ato que fazia com que ela merecesse ser estuprada. Ao que parece, o Movimento GamerGate não era capaz de acreditar que Zoe tivesse sido elogiada porque de fato a mídia reconheceu a importância do trabalho social de seu jogo, mas sim porque ela era uma “vadia”, que traía o namorado para se dar bem na indústria de games.

Existem muitos casos em que jogos recebem boas críticas midiáticas e notas altas em sites especializados de games, ainda que criticados pelos jogadores. Assim como acontece em toda a indústria do entretenimento, as empresas muitas vezes pagam para que sua marca apareça mais e melhor no mercado. Embora essa prática seja comum ela não pareceu ser entendida como corrupção pelos gamers até que o caso de Quinn acontecesse.

Além disso, o fato de outras mulheres terem sido atacadas apenas por serem mulheres tentando ocupar um espaço na cultura nerd ou no Universo Gamer demonstra essa falta de compromisso com o real problema que a *hashtag* pretendia combater. Homens da indústria gamer que defenderam as mulheres ofendidas também foram punidos, mas nenhum deles recebeu a ameaça de ser estuprado, por exemplo, porque mulheres são enxergadas normalmente como estupráveis pela sociedade.

A criação de um jogo que permitia o espancamento de uma mulher e uma conta no Twitter criada para promover a morte de outra, demonstra a intolerância com o diferente e o desejo de eliminação de um grupo dominante que luta a qualquer custo pela preservação de suas tradições e costumes. A manifestação de Milo



Yiannopoulos em relação a sua exclusão do Twitter evidencia bastante isso. Após ofender uma mulher negra por não concordar com sua participação em um filme por conta da sua cor, ele preferiu esconder seu discurso de ódio com o véu da liberdade de expressão. Ao que tudo indica, para Milo, a vida dos negros parece não ter tanta importância quanto sua publicidade preconceituosa no Twitter, que ele chama de opinião. Infelizmente, respaldado por seguidores que o apoiam, Milo, assim como tantos outros, dissemina seu ódio biopolítico provocando a humilhação e exclusão dos grupos e pessoas que divergem do padrão que eles consideram correto.

Como já foi explicado, o discurso de ódio biopolítico visa atacar as diferenças biológicas de um indivíduo e impedir a pluralidade, tentando excluir aquilo que julga diferente do que ele acredita ser bom. Zoe, Anita e Brianna são mulheres ligadas ao universo gamer que tentam fazer a diferença, criticando e produzindo material com conteúdo político e social, que muitas vezes visa empoderar mulheres e mudar a realidade de um universo que sempre foi majoritariamente dedicado aos homens. Por conta disso, suas vidas acabaram sendo reduzidas à vida nua, biológica, e elas passaram a ser enxergadas não como seres humanos políticos, mas na sua qualidade de mulher, inferiorizadas dentro do Universo Gamer por aqueles que acham que esse não é o lugar delas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O exercício das tecnologias de poder não se exerce somente pela dominação física, mas também de forma simbólica, por conta de crenças sociais e valores culturais construídos ao longo da história. Foucault afirmava que os poderes estavam também atrelados aos saberes. Por trás da violência contra as mulheres, está o saber de que a mulher precisa ser submissa ao homem; por trás da pouca presença das mulheres na política, está o saber de que a mulher pertence ao espaço privado; por trás da negação de uma mulher



como gamer está o saber de que “elas não nasceram pra isso”, “elas não se interessam por tecnologia” e, assim, as relações de poder se mantêm com a reprodução dos mesmos discursos.

Apesar disso, a questão não é tão simples, afinal, segundo Foucault, nenhum grupo pode deter totalmente o poder. Portanto, não é como se existisse um “exército maléfico” e organizado de homens no mundo, dispostos a formar “grupos de assassinato em massa” contra minorias indefesas e mal representadas nos games. A partir das leituras das obras de Foucault, Agamben, Deleuze e tantas outras, pude perceber que o que existe é muito mais sutil e difícil de definir, pois está impregnado na sociedade há tanto tempo que já é naturalizado. Tratam-se dos saberes produzidos pelas relações de poder, enraizados em nossas mentes ano após ano, tão bem embasados pelas instituições que chegam a nós como um conhecimento legitimado, difícil de combater. O poder é uma rede da qual ninguém pode escapar.

No entanto, como já foi explicitado, o poder não é estático, nem homogêneo. Assim como o discurso ele se baseia em relações, em trocas, em mudanças. Sabemos que nadar contra a corrente nunca é fácil e é triste presenciar a atitude intolerante de alguns gamers em relação às minorias sociais. Felizmente a realidade não se resume a esse quadro, e o que motiva é conhecer todos os dias tantas pessoas lutando e ocupando esses espaços que dizem não ser para nós. Afinal, também dizia Foucault, “onde há poder há resistência”. Por isso, resistimos.

REFERÊNCIAS

AGAMBEN, Giorgio. **Homo Sacer**: o poder soberano e a vida nua. Tradução de Henrique Burigo - Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2002.

_____. **O que resta de Auschwitz**: o arquivo e a testemunha (*Homo sacer* III). Tradução de Selvino J. Assmann, São Paulo: Boitempo, 2008.



BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. 15. ed. Rio de Janeiro, RJ: Bertrand Brasil, 2011.

DELEUZE, Gilles. *Post-scriptum* sobre as sociedades de controle. In: **Conversações**, 1972-1990. São Paulo: Ed. 34, 1992.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. 5 ed. São Paulo: Loyola, 1996.

_____. **A arqueologia do saber**. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

_____. **História da sexualidade I**: a vontade de saber. Trad. Maria Thereza da Costa Albuquerque e J. A. Guilhon de Albuquerque. Rio de Janeiro: Graal, 1988.

_____. **Em defesa da sociedade**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

_____. **Microfísica do poder**. 4. ed. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 2016.

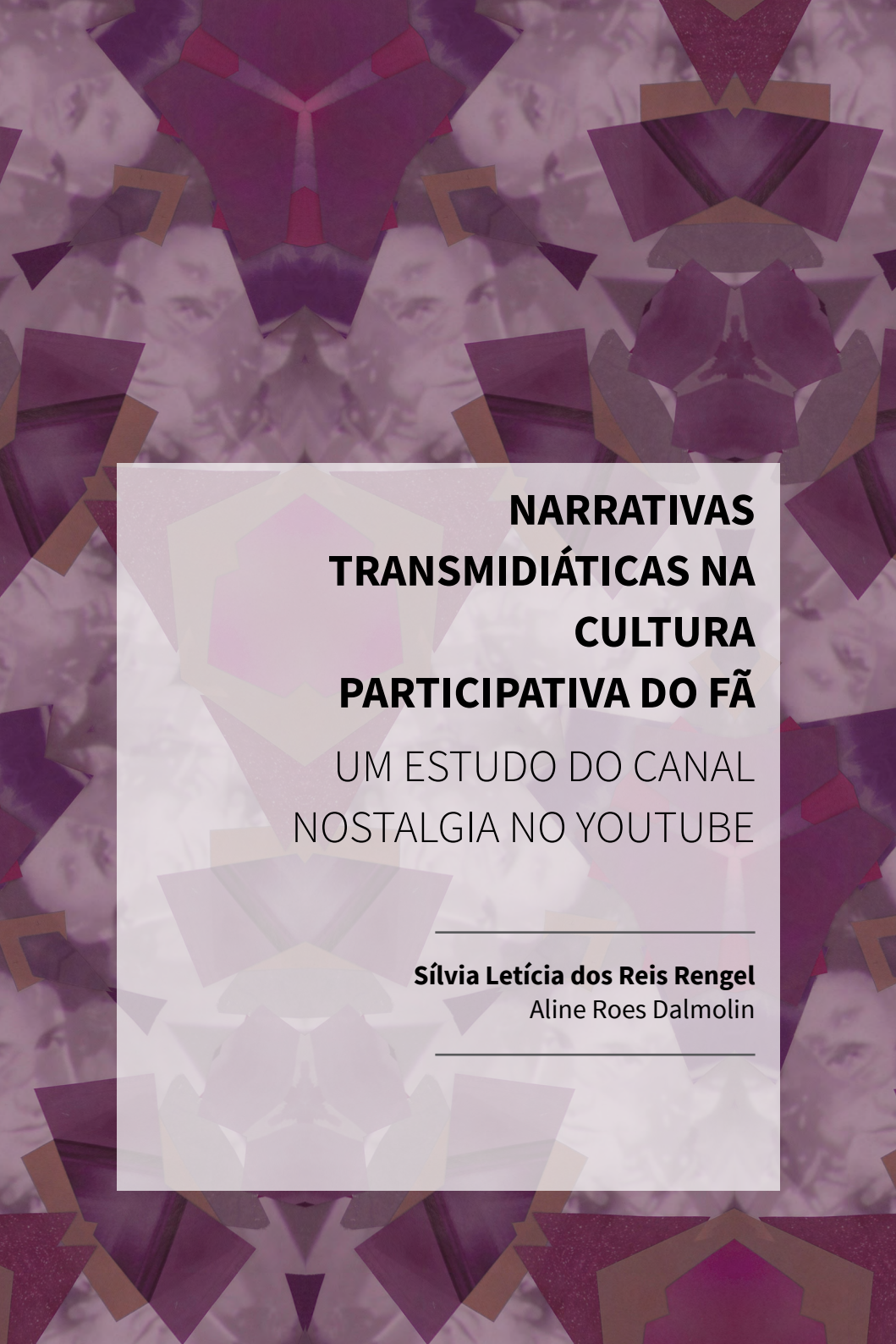
_____. **Vigiar e punir**: Nascimento da prisão; tradução de Raquel Ramalhete. 38. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

GREGOLIN, Maria do Rosário. **Análise do discurso e mídia**: a (re) produção de identidades. Comunicação, Mídia e Consumo. São Paulo, vol. 4, n.11, p.11 – 25. nov. 2007. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/105/106>>. Acesso em 19 de abr de 2017.

MEYER-PFLUG, Samantha Ribeiro. **Liberdade de expressão e discurso do ódio**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2009.

SODRÉ, Muniz. Por um conceito de minoria, In: PAIVA, Raquel; BARBALHO, Alexandre (Org.) **Comunicação e cultura das minorias**. São Paulo: Paulus, 2005.

_____. **As estratégias sensíveis**: afeto, mídia e política. Petrópolis: Vozes, 2006.



**NARRATIVAS
TRANSMIDIÁTICAS NA
CULTURA
PARTICIPATIVA DO FÃ**

UM ESTUDO DO CANAL
NOSTALGIA NO YOUTUBE

Sílvia Letícia dos Reis Rengel

Aline Roes Dalmolin

O CANAL Nostalgia é um dos dez maiores canais do *YouTube* no Brasil, que possui mais de sete milhões e meio de inscritos¹ e foi criado pelo *youtuber* Felipe Castanhari. Trata, principalmente, de produtos da cultura de massa consumidos pelo seu criador durante sua infância e adolescência, vivenciadas por ele entre os anos 1990 e 2010. Configura-se como um produto da cultura participativa do fã, conceito aludido por Henry Jenkins (2009), ao se apropriar desses conteúdos da cultura massiva, que por ele eram admirados, para criar os seus próprios conteúdos.

A partir da análise do canal é possível perceber vários conceitos: além da cultura participativa do fã, temos a cultura da convergência de Jenkins (2009), os interagentes de Alex Primo (2000), a *ciber-cultura-remix* de André Lemos (2005) e também a inteligência coletiva de Lévy (2003 apud LEMOS, 2005, p. 2). Os conceitos de Jenkins são os mais presentes, uma vez que o canal, por se propor a tratar de produtos da cultura de massa, como programas de televisão, cinema e games, se utiliza de trechos desses para explicá-los. Além de utilizar esses materiais, ele produz vários conteúdos *remix*, utilizando também de seu conhecimento sobre os produtos, frisando sua postura de fã.

1 Em 27 de outubro de 2016 eram 7.876.502, conforme informado pelo *YouTube*.



Seus interagentes, termo cunhado por Primo (2000) para denominar aqueles que não são apenas espectadores, mas que também interagem com o conteúdo que estão consumindo, assim como Felipe, provavelmente cresceram assistindo aos produtos da cultura massiva referenciados nos vídeos, situação que gera empatia desses com o canal. Outro ponto perceptível no discurso do apresentador é a interação com quem o está assistindo, falando de forma mais coloquial, como se estivesse conversando pessoalmente com seus interagentes, o que reforçado pelo fato de denominar esses como sua “*Nose Gang*”², também serve para confirmar o vínculo criado entre o apresentador e quem o assiste. Durante as falas dos vídeos, Castanhari acrescenta um pouco de suas opiniões pessoais, fato que ajuda a marcar a sua posição de fã da obra tratada, além de fazer diversas referências mais específicas sobre o que está falando, o que também o confirma como fã.

A inteligência coletiva pode ser entendida pelo fato de Castanhari, buscar, não apenas em pesquisas mais individualizadas, como também pessoas, por vezes *youtubers*, que possam ajudar a formular o conhecimento que almeja transmitir, dando crédito a esses. Outra via dessa forma de inteligência é o fato base do canal de falar, e desse modo compartilhar com seus interagentes os saberes sobre os assuntos tratados nos vídeos.

O canal nostalgia, por meio de uma hierarquização interna própria, elabora através dos seus produtores a aba playlist. No total, são vinte e três playlists já definidas pelos encarregados: O que aconteceu?; Fábrica Feliz; Castanhari Indica; Animatoons; Músicas; Programa Nostalgia; Histórias Nostálgicas; Nostalgia História; Nostalgia Expresso; Curiosidades Nostálgicas; Animabits - Transformando Bits em Animação; Retrospectiva Nostalgia; Desenhos; Bandas e Artistas; Variados; Filmes; Animes; Games; Virais

2 Algo como “Gangue do nariz”, fazendo referência ao fato de Felipe Castanhari ser elencado, de maneira humorística, como o narigudo.



Semanais; Séries; Programas De Tv; Teorias e Personagens Cantam. Conforme podemos observar na figura abaixo que ilustra a página do canal no *YouTube*.

| Categoria | Subdivisão | Nº vídeos | Conteúdo |
|-------------------|--------------|-----------|--|
| Nostálgicos | Saudosos | 80 | São os vídeos que mais remetem a temática do canal. Os Saudosos versam sobre desenhos animados, animes, filmes, séries, programas de televisão, games, bandas e artistas. As curiosidades trazem informações de artistas, programas, desenhos, etc. Os Históricos possui um viés mais didáticos procurando transmitir, de maneira mais lúdica, fatos históricos. |
| | Curiosidades | 59 | |
| | Históricos | 3 | |
| Virais | - | 14 | Apresenta os vídeos que havia viralizado na semana |
| Remix | - | 55 | Vídeos em que personagens de produtos midiáticos são colocados em outras histórias e por vezes misturados formando novas animações em formato de paródia criadas por Castanhari. |
| Criações Próprias | - | 9 | Vídeos totalmente criados por Felipe Castanhari. |
| Musicais | - | 4 | Vídeos que possuem como base produções musicais, também possui um lado mais autoral, principalmente nas retrospectivas feitas no final do ano a fim de relembrar os acontecimentos do ano que passou. |
| TAG´S | - | 25 | Desafios e vídeos de comemoração do canal, presença de convidados, em sua maioria, youtubers. |

Tabela 01: Resumo da categorização. | Fonte: Elaboração da autora.



Buscando entender como o *youtuber* Felipe Castanhari apresenta cada tipo de conteúdo do seu canal, classifiquei, primeiramente, usando como base a divisão já existente das *playlists*, e concluí observando a aba vídeos do canal, para chegar a minha divisão final. Desse modo, observei que existem vídeos que foram colocados em mais de uma *playlist* e outros que não haviam sido colocados em nenhuma. O canal conta com um total de duzentos e quarenta e nove vídeos disponibilizados online até o final de junho de 2016, esses foram classificados por mim em: Nostálgicos, Virais, Remix, Criações Próprias, Musicais e TAG's³.

| Categoria | Vídeo | Disponível em |
|-------------------|---|---|
| Nostálgicos | Harry Potter | https://youtu.be/622eqAEoJqo |
| Virais | Roubo da Hornet | https://youtu.be/Z4BFjUL4yZ0 |
| Remix | Caiu a internet | https://youtu.be/7myU2VJHVTY |
| Criações Próprias | Animatoons#7 - Julio Cocielo vs Bebida | https://youtu.be/8urpBAdyoYs |
| Musicais | Sou fã de Star Wars ft Mussoumano | https://youtu.be/FFb797mychA |
| TAG's | Imitando Youtubers 3 - Cocielo e Nakada | https://youtu.be/1l-t-WPpAHY |

Tabela 02: Seleção dos vídeos, pelas categorias, com seus links.

Fonte: Elaboração da autora.

Para fins de demonstrar como o Canal Nostalgia pode ser considerado um exemplo de cultura participativa do fã, analisarei um vídeo de cada uma das categorias definidas por mim e apresentadas no capítulo anterior. O critério de seleção em alguns dos vídeos analisados se deu pelo meu conhecimento empírico enquanto cultura do fã, visando compreender também os conteúdos tratados nos vídeos e, assim, melhor explicá-los.

3 O termo "TAG" refere-se às correntes de perguntas, desafios ou brincadeiras, que são sugeridas pelos interagentes ou acontecem entre os próprios *youtubers*.



NOSTÁLGICOS: “HARRY POTTER”

Essa é a categoria que apresenta o maior número de vídeos, mesmo assim, a maneira como os conteúdos são apresentados são semelhantes, o caso analisado acima é pertencente a subcategoria “Saudosos”, mas tanto a subcategoria “Curiosidades” quanto a “Histórico” seguem a mesma lógica para a apresentação de seus conteúdos, com pequenas diferenças. Em Curiosidades, são elencadas algumas particularidades sobre determinado produto midiático, com um viés mais investigativo, lembrando um documentário. Já os vídeos classificados como Históricos, devido a seus temas acabam ganhando um rumo mais didático. O vídeo inicia com a abertura, a mesma para todos os vídeos desse tipo, que sofreu algumas modificações durante os anos de canal. A abertura atual conta com os personagens “Link” (do jogo de videogames “Zelda”), “Goku” (do *anime* “Dragon Ball”) e o “Chapolin Colorado” (personagem criado por Roberto Gómez Bolaños).

Outra coisa presente nos vídeos é a apresentação do tema, geralmente através de uma pergunta feita por Castanhari, no caso “Você já leu ou assistiu Harry Potter?”. Na imagem abaixo, vemos também uma marca de que realmente Felipe é fã da saga, ele está usando um colar com um vira-tempo.

Logo em seguida vemos o primeiro *insert* com uma espécie de trailer⁴ compilado de todos os filmes da saga, envolto em uma moldura referente ao canal e semelhante à abertura, essa está presente em todos os *inserts* dos vídeos, juntamente com uma assinatura do canal, um ‘N’ como se fosse uma marca d’água no canto inferior direito. Na sequência, Castanhari mostra os comentários dos interagentes do canal nas redes sociais, que é a forma que os temas para os vídeos são escolhidos.

4 Segundo site Vírgula: “Trailer: também conhecidos como previews, são propagandas de longas-metragens que serão exibidos no futuro no cinema e devem ter no máximo 2 minutos e 30 segundos”.



Figura 01: Trecho onde é possível observar que Felipe utiliza uma réplica de um objeto mágico que faz parte da saga, o colar vira-tempo. | Fonte: Canal Nostalgia

Para a elaboração do roteiro, Felipe contou com a colaboração do *youtuber* Thiago Novais, do canal “Observatório Potter”, canal esse voltado exclusivamente para assuntos do universo de Harry Potter. A partir daí, Felipe começa a explicar sobre o tema, contando como surgiu a história, para isso utiliza trechos de entrevistas dadas pela autora dos livros de Harry Potter, J.K. Rowling. Ele também marca algumas curiosidades da obra, como o fato da autora se utilizar de eventos pessoais na história, embora não de forma direta e também da sugestão do primeiro editor para que a autora não utilizasse seu nome completo, visando que o público masculino jovem poderia se intimidar por um livro escrito por uma mulher. Um ponto que ajuda a marcar a posição de Castanhari como fã, é o uso de trechos de um dos filmes da saga como uma sátira, como por exemplo, no momento em que explica o motivo do título do primeiro livro ser diferente na Inglaterra e nos Estados Unidos (EUA).

Além do uso de imagens, Felipe faz metáforas com elementos da franquia. Quando Castanhari anuncia que irá começar a falar do



universo da história, fala comparando essa entrada no assunto com a entrada na plataforma 9 $\frac{3}{4}$, que na história está localizada entre as plataformas 9 e 10 da estação King's Cross, em Londres e leva a plataforma onde o trem que transporta os jovens bruxos para a Escola de Magia e Bruxaria de Hogwarts. Para ilustrar essas metáforas, são apresentados *inserts* dos filmes, neste é apresentada a cena de quando Harry Potter se depara com a plataforma pela primeira vez no primeiro filme da saga “Harry Potter e a Pedra Filosofal”.

Felipe então começa a contar a história de cada um dos livros “Harry Potter e a Pedra Filosofal”, “Harry Potter e a Câmara Secreta”, “Harry Potter e o Prisioneiro de Azkaban”, “Harry Potter e o Cálice de Fogo”, “Harry Potter e a Ordem da Fênix”, “Harry Potter e o Enigma do Príncipe” e “Harry Potter e as Relíquias da Morte”. No início da fala sobre cada livro e filme, são apresentados as capas dos mesmos, e o ano de seus lançamentos, utilizando cenas dos filmes para exemplificar. Enquanto relata a trama, são apresentados vários trechos dos filmes correspondentes além da história em si, vários pontos importantes da narrativa também são expostos. Após apresentada a história dos sete livros e oito filmes, Felipe faz um resumo das criaturas mágicas e dos feitiços que vão aparecendo no decorrer da saga. Nessa parte, ele utiliza um trecho de uma paródia provavelmente criada por outros fãs da saga e disponibilizada na internet, cuja fonte não é referenciada por Castanhari.

Além dos produtos derivados da saga como *games* e um parque de diversões temático de Harry Potter no Japão e outro em Orlando (EUA), o *Wizarding World of Harry Potter*, também nos são apresentadas informações sobre a autora e os atores de maior destaque da saga, como outros filmes e outras atividades realizadas por esses e que merecem destaque. Ao final, Castanhari faz um breve comentário sobre o tema, onde é facilmente perceptível que ele é



um fã da saga, através da entonação da sua voz. Em seguida, ele pede para quem assistiu ao vídeo e gostou dele para clicar em “gostei”, se inscrever no canal, e segui-lo em suas redes sociais, assistir ao último vídeo e agradece a sua “#NoseGang”, que é como ele chama seus interagentes.

VIRAIS: “ROUBO DA HORNET”

Muito embora o apresentador tenha mudado a maneira como o conteúdo é apresentado nos vídeos dessa categoria, essa ainda permanece semelhante. O principal produto dessa categoria são os vídeos correspondentes ao extinto quadro “Virais Semanais”, por tanto, optei por analisar um desses vídeos. O vídeo começa com uma abertura própria para o quadro. Além do logotipo, essa abertura conta com pequenos trechos de alguns vídeos que viralizaram na *web*.

Após uma introdução bem breve, Felipe começa a apresentar os vídeos virais, fazendo um rápido resumo do que acontece no vídeo e depois faz alguns comentários sobre o mesmo. Assim como o vídeo analisado anteriormente, os *inserts* também são expostos em uma moldura que remete a abertura, ela é composta por uma imagem de um celular na horizontal, e envolve um fundo vermelho, aludindo à cor do *YouTube*. Seguido ao vídeo, Felipe apresenta algumas paródias derivadas do vídeo viral. Depois de Castanhari apresentar os vídeos que viralizaram no *YouTube*, Fabio de Almeida (sócio fundador do canal), assume para mostrar os virais do aplicativo de compartilhamento de vídeos, *Vine*⁵. Também seguem a mesma lógica de uma moldura, ela é composta por uma imagem de um celular, nesse caso, na vertical e envolve um fundo verde, remetendo à cor do *Vine*.

5 Segundo *site* TechTudo: o *Vine* é um aplicativo que “(...) permite que seus usuários compartilhem vídeos de até seis segundos de maneira simples e prática, como se fossem arquivos de imagem no formato .gif, que já se reproduzem automaticamente, sem precisar clicar em nada (...)”.



Ao final dos vídeos, o apresentador volta a ser Castanhari que encerra os vídeos do mesmo modo dos demais, pedindo para que curtam e compartilhem o vídeo, o sigam em suas redes sociais, se inscrevam no canal e assistam aos outros vídeos.



Figura 02: Trecho da abertura dos vídeos “Virais Semanais”. | Fonte: Canal Nostalgia

REMIX: “CAIU A INTERNET”

Nos vídeos dessa categoria, percebemos várias formas de convergência de conteúdos, envolvendo os desenhos animados e problemas do nosso cotidiano, também encontramos convergência entre os próprios conteúdos da cultura de massa, uma vez que Castanhari acaba juntando, em alguns vídeos, personagens de diferentes produtos midiáticos. Essa convergência, na maioria das vezes, é utilizada na forma de sátira, outro ponto de convergência é o fato das ilustrações serem inspiradas nos jogos de videogames mais antigos, hoje chamadas de *pixel art*⁶.

6 Segundo o site TechTudo “O Pixel Art é um formato de arte que integra pontos digitais em sua construção, baseada em pixels.



Figura 03: Trecho do início do vídeo onde já visualizamos uma convergência entre os conteúdos da narrativa. | Fonte: Canal Nostalgia

O vídeo começa com uma imagem das silhuetas dos membros da Liga da Justiça e uma tarja remetendo ao carregamento de arquivos em computadores com a inscrição “Atualizando banco de dados”, o que ajuda a reforçar a ideia de algo relacionado à informática. Nesse trecho inicial, já percebemos a convergência entre os conteúdos dos desenhos animados e a internet.

Logo em seguida, aparece uma caixa de diálogo sobrepondo a tarja informando que “A operação não foi completada. Sem conexão com a internet.”. Ao fundo escutamos uma voz descontente com o fato dizendo “Ah! Não acredito!”, em que logo em seguida ficamos sabendo que foi dita pelo personagem Batman, quando o mesmo aparece no vídeo. Em seguida, vemos os personagens Batman e Flash discutindo sobre o assunto e optaram por ligar para a central de atendimento da empresa responsável a fim de resolver o problema, o que não ocorre.



CRIAÇÕES PRÓPRIAS: “ANIMATOONS#7 - JULIO COCIELO VS BEBIDA”

Nessa categoria, também encontramos vídeos em animação, em que os desenhos possuem traços diferentes, onde Castanhari relata fatos da sua vida, como o vídeo onde conta a história do canal. Essa categoria é onde Felipe mostra seu trabalho como animador, no vídeo em questão, ele mesmo é um dos personagens da história. Um dos quadros que compõem essa categoria é o “Animatoons”, esse é composto por várias pequenas histórias em desenho animado.



Figura 04: Trecho da abertura do quadro Animatoons. | Fonte: Canal Nostalgia

As animações contam com personagens que são tanto animais quanto humanos. Outro ponto presente nesse tipo de quadro do canal é a presença de personagens que retratam alguns *youtubers*. Os vídeos “Animatoons” são produzidos pelo estúdio de animação e ilustração Combo Estúdios, desde o segundo vídeo dessa série. Em outros vídeos dessa mesma categoria encontramos outras marcas da cultura participativa do fã, como em outro vídeo onde é possível identificar duas bonecas, em que uma é a boneca da personagem



Angélica do desenho animado “Os Anjinhos”, e a outra é uma boneca da *youtuber* Any Malu, essa última também aparece em outros vídeos da série

MUSICAIS: “SOU FÃ DE STAR WARS FT MUSSOUMANO”

Nessa categoria também encontramos as retrospectivas, vídeos criados por Castanhari na forma de um clipe musical de uma retrospectiva do ano que estava findando. Outro tipo de vídeo encontrado nessa categoria é o intitulado “Nostalgia Musical”, onde várias aberturas de desenhos animados, jogos e filmes são cantados à capela e com alguns instrumentos, por Castanhari e mais três *youtubers* sendo eles Nick Vila, os Gui Toledo e Fabio Lima. Juntamente com o *youtuber* Mussoumano, Castanhari criou um Rap falando sobre a saga *Star Wars*. Para ilustrar o vídeo, além de criarem imagens com *actions figures* baseados na saga, como na imagem acima, usaram trechos dos filmes, também representando uma convergência de um produto criado inicialmente para os cinemas.

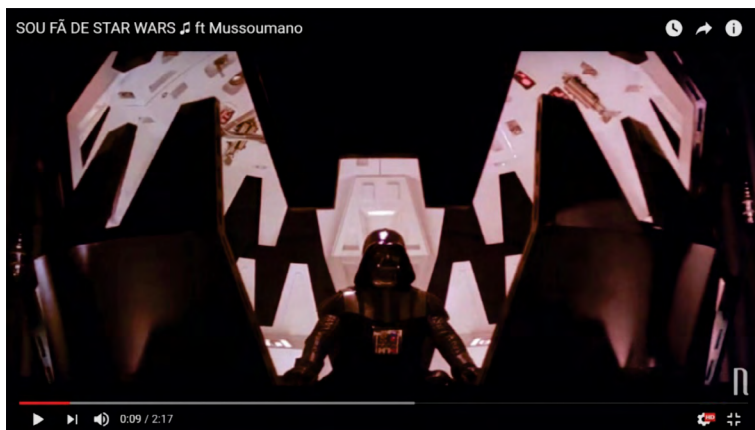


Figura 05: Trecho do início do vídeo. Onde aparece uma representação de uma cena com o mesmo contexto do conteúdo original. |Fonte: Canal Nostalgia



O nome do vídeo já demonstra uma marca da cultura participativa do fã, e, na letra da música, é identificável várias informações presentes nos filmes, o que reforça que ambos, Felipe e Mussoumano, são conhecedores e admiradores da saga.

TAG'S: “IMITANDO YOUTUBERS 3 - COCIELO E NAKADA”

Alguns dos vídeos desse tipo começam com alguma dança a partir de sugestões de seus interagentes. Uma característica dos vídeos dessa categoria é a presença de convidados, geralmente outros *youtubers*. Nesse vídeo, ele são Julio Cocielo e Mauro Nakada. Outra é o fato de os desafios realizados nesses vídeos, serem sugeridos também por seus interagentes.

Nos vídeos denominados “imitando *youtuber*”, Castanhari e seus convidados se caracterizam de outros *youtubers*, que são sugeridos pelos interagentes do canal, e fazem paródias do que esses fazem em seus canais. Nesse vídeo vemos uma convergência, de certo modo, do *YouTube* dentro do próprio *YouTube*, uma vez que os próprios canais são parodiados dentro de outro canal.



Figura 06: Trecho onde Cocielo está caracterizado do *youtuber* Moussoumano
Fonte: Canal Nostalgia



Em outros vídeos dessa mesma categoria encontramos outro tipo de convergência, não de um conteúdo utilizado em outros espaços, mas sim de atores sociais que ganharam fama inicialmente na TV e agora ingressam em novas mídias. Como por exemplo, no vídeo “IMITANDO YOUTUBERS 5 - Celso Portioli e Lucas Inutilismo”, em que o apresentador do SBT, Celso Portioli, que recentemente se tornou um *youtuber*, participa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O principal conceito aparente no conteúdo do canal é a cultura da convergência de Jenkins (2009), uma vez que de diferentes maneiras Castanhari utiliza de produtos que não foram criados por ele para construir suas narrativas o que está presente em todas as categorias, como por exemplo na categoria Nostálgicos quando apresenta sobre a saga cinematográfica Harry Potter e se utiliza de trechos dos filmes, informações dos livros, entrevistas da autora, referências de programas que versam sobre o tema; e na categoria Musicais em que informações de outra saga cinematográfica, Star Wars, é utilizada como enredo para a criação da música e clipe.

O conceito de Lévy trazidos por Jenkins (2009), de inteligência coletiva, se faz presente uma vez que as narrativas dos vídeos acabam por construir um conhecimento mais completo sobre o assunto abordado em cada vídeo, além que essa construção, muitas vezes conta com a participação de outras pessoas que colaboram na produção do conteúdo, como no caso do vídeo Harry Potter em que Castanhari contou com a ajuda do *youtuber* Thiego Novais, para elaborar o seu roteiro; e nos vídeos da categoria Criações Próprias em que conta com a parceria do Combo Estúdios.

Nesse mesmo sentido, se dá a cultura participativa do fã, já que os produtos da cultura massiva retratados nos vídeos são objetos de



admiração de seu criador, sejam esses apresentados de forma mais fiel de seus conteúdos, como nos vídeos apresentados na Categoria Nostálgicos e Virais Semanais; através de paródias como na categoria musicais; ou em detalhes apresentados, como no vídeo analisado da categoria Criações Próprias. As marcas no próprio discurso de Castanhari apresentam uma relação com os fãs, ao citar que certo conteúdo foi pedido por esses, e também pelo fato de sua comunidade de fãs possuir um apelido próprio, a “*Nose Gang*”.

As leis da *ciber-cultura-remix* apresentadas por Lemos (2005) também são encontradas, em especial a primeira e a terceira. A primeira, “liberação do pólo de emissão”, vai ao encontro com a divulgação de conteúdos criados por terceiros e reutilizados, o que pode vir a acarretar em problemas de direitos autorais.

A Terceira, a lei de “reconfiguração”, é a que mais pode ser observada a partir dos vídeos, que se assemelha com o que é tratado como cultura da convergência, onde os conteúdos que foram criados para uma determinada mídia, acabam ganhando releituras e tem sua forma de apresentação modificadas a fim de possuírem um novo sentido. Ou seja, o fato de Castanhari trabalhar com conteúdos oriundos das mídias tradicionais, não se restringe a ideia de remediação que deriva de se transitar de um meio ao outro, mas de uma releitura dos mesmos. No caso do vídeo analisado da categoria Remix, os personagens da Liga da Justiça e o lugar em que esses se situam permanecem com suas características gerais como no desenho animado original, no entanto os personagens são redesenhados, reanimados e redublados em um roteiro novo, com uma história que foge do que seria o esperado para esses, se configurado como uma narrativa transmidiáticas do desenho animado. Na categoria TAG’s também encontramos um exemplo do conceito de cultura *remix*, uma vez que os vídeos dessa categoria se assemelham a *game-shows* televisivos, como no vídeo



analisado em que os *youtubers* que são parodiados, provêm de indicações dos interagentes.

O canal também apresenta diversas estratégias comunicacionais, como por exemplo o uso de paródias como forma de conexão com o público, uma vez que, principalmente nos vídeos categorizados como TAG's, são os interagentes que sugerem os temas que serão abordados. Outra estratégia é a presença de outros *youtubers*, que acaba servindo como uma via de mão dupla, tanto para que esses sejam divulgados para os interagentes do canal como também para que o canal seja divulgado para outros usuários da plataforma. Uma das estratégias mais utilizadas se faz presente na própria linguagem dos vídeos, a diversidade de formas de apresentação e dos conteúdos, agrega diferentes tipos de interagentes, que chegam ao canal não somente pelos vídeos que tratam da temática central do canal, mas também pelas animações, pelas paródias, etc.

Os produtos da cultura massiva, em suas diferentes formas, servem como uma base para que Felipe Castanhari construa o seu próprio produto. E que, por apresentá-lo - principalmente para quem assim como ele, vivenciou a época em que esses conteúdos massivos eram transmitidos em seus respectivos meios-, acaba por conceber uma identificação, inicialmente pelo tema que está sendo tratado e posteriormente pela forma com que os mesmos são apresentados, estabelecendo novas interações.

REFERÊNCIAS

ACECELERATED IDEAS. **O que são TAGs no YouTube?**. Disponível em: <<http://www.accelerated-ideas.com/perguntas-e-respostas/youtube/tags-youtube-495365-spaga.aspx>>.Data de acesso:14set.2016.

BASTOS, Macus. **Samplertropofagia** - A Cultura da Reciclagem. INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da



Comunicação, Belo Horizonte – MG, set. 2003. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_NP15_bastos.pdf>. Data de acesso: 20 ago. 2016.

BURGUESS, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a Revolução Digital**: como o maior fenômeno da cultura participativa está transformando a mídia e a sociedade. São Paulo: Editora Aleph, 2009.

COMBO ESTÚDIO. Disponível em: <<http://www.comboestudio.com.br/site/#ocomeco>>. Data de acesso: 01 nov. 2016.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2. ed. São Paulo: Editora Aleph, 2009. 432 p.

LEMOS, André. **Ciber-Cultura-Remix**. Trabalho apresentado no Seminário Sentidos e Processos, Cinético Digital. Centro Itaú Cultural, São Paulo, ago. 2005. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/remix.pdf>>.Data de acesso:20ago.2016.

LUCAS, Adriano. **Top 20 maiores canais brasileiros do Youtube**. Disponível em: <<http://top10mais.org/top-10-maiores-canais-brasileiros-do-youtube/>>. Data de acesso: 05 nov. 2015.

MATA, María Cristina. De la cultura masiva a la cultura mediática. *Diálogos de lacomunicación*, Medellín. n. 56, p. 80-91, out.1999. Data de acesso: <<http://dialogosfelafacs.net/edicion-56/>>. Acesso em: 20 ago. 2016.

PRIMO, Alex. **Interação mútua e reativa**: uma proposta de estudo. Revista da Famecos, n. 12, p. 81-92, jun. 2000.

SOCIAL BLADE. **Canal Nostalgia**. Disponível em: <<http://socialblade.com/youtube/user/fecastanhari..>>. Data de acesso:14 set. 2016.

SOCIAL BLADE. **Top 250 youtubers in Brazil**. Disponível em:<<http://socialblade.com/youtube/top/country/br>>.Data de acesso:06set.2016.

TECHTUDO. **Vine Camera**. Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/tudo-sobre/vine.html>>. Data de acesso: 01 nov. 2016.

VIRGULA. **Teaser ou trailer? SneakPeek ou Featurette?** veja um dicionário de termos.Disponível em: <<http://www.virgula.com.br/home/teaser-ou-trailer-sneak-peek-ou-featurette-veja-um-dicionario-de-termos/>>. Data de acesso: 01 nov. 2016.



YOUTUBE. 8 minutos - Felipe Castanhari. Disponível em: <<https://youtu.be/ZWHzF86C37s>>. Data de acesso: 28 out. 2016.

YOUTUBE. A verdadeira e vergonhosa história do Canal Nostalgia. Disponível em: <<https://youtu.be/i8LlCcu5o0Y>>. Data de acesso: 28 out. 2016.

YOUTUBE. Animatoons#7 - Julio Cocielo vs bebida. Disponível em: <<https://youtu.be/8urpBAdyoYs>>. Data de acesso: 29 out. 2016.

YOUTUBE. Caiu a internet. Disponível em: <<https://youtu.be/7myU2VJHVTY>>. Data de acesso: 29 out. 2016.

YOUTUBE. CanalCanalha. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/canalcanalha>>. Data de acesso: 01 nov. 2016.

YOUTUBE. Canal Nostalgia. Disponível em: <https://www.youtube.com/user/fecastanhari/playlists?flow=grid&view=50&shelf_id=14>. Data de acesso: 05 out. 2016.

YOUTUBE. Canal Nostalgia: Canais. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/fecastanhari/channels>>. Data de acesso: 28 out. 2016.

YOUTUBE. Canal Nostalgia: Discussão. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/fecastanhari/discussion>>. Data de acesso: 28 out. 2016.

YOUTUBE. Canal Nostalgia: Início. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/fecastanhari/featured>>. Data de acesso: 28 out. 2016.

YOUTUBE. Canal Nostalgia: Playlists. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/fecastanhari/playlists>>. Data de acesso: 28 out. 2016.

YOUTUBE. Canal Nostalgia: Sobre. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/fecastanhari/about>>. Data de acesso: 28 out. 2016.

YOUTUBE. Canal Nostalgia: Vídeos. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/fecastanhari/videos>>. Data de acesso: 28 out. 2016.

YOUTUBE. Fabio Lima. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/violaofabiolimahotm>>. Data de acesso: 01 nov. 2016.

YOUTUBE. Gui Toledo. Disponível em: <<https://www.youtube.com/guitoledo>>. Data de acesso: 01 nov. 2016.



YOUTUBE. **Harry Potter** - Nostalgia. Disponível em: <<https://youtu.be/622eqAEoJqo>>. Data de acesso: 29 out. 2016.

YOUTUBE. **Imitando YouTubers 3** - Cocielo e Nakada. Disponível em: <<https://youtu.be/1I-t-WPpAHY>>. Data de acesso: 01 nov. 2016.

YOUTUBE. **Imitando YouTubers 5** - Celso Portioli e Lucas Inutilismo. Disponível em: <<https://youtu.be/Y0tpKa6yT-U>>. Data de acesso: 01 nov. 2016.

YOUTUBE. **Mauro Nakada**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/mauronakada1>>. Data de acesso: 01 nov. 2016.

YOUTUBE. **Mussoumano**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/c/mussoumano>>. Data de acesso: 01 nov. 2016.

YOUTUBE. **Nick Vila Maior**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/nickvm>>. Data de acesso: 01 nov. 2016.

YOUTUBE. **O (sur)real mundo de Any Malu**. Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UCJMR0hV7kUAP_VhUwSi5SoQ>. Data de acesso: 01 nov. 2016.

YOUTUBE. **Observatório Potter**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/observpotter>>. Data de acesso: 01 nov. 2016.

YOUTUBE. **Pinto Plays**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/canalpintoplays>>. Data de acesso: 01 nov. 2016.

YOUTUBE. **Roubo da Hornet** - Virais Semanais S01E02. Disponível em: <<https://youtu.be/Z4BFjUL4yZ0>>. Data de acesso: 29 out. 2016.

YOUTUBE. **Sou fã de Star Wars ft Mussoumano**. Disponível em: <<https://youtu.be/FFb797mychA>>. Data de acesso: 01 nov. 2016.

CAPRICHO WEEK

A RECEPÇÃO DA REVISTA
EM SUAS MÚLTIPLAS
PLATAFORMAS DIGITAIS

Maritcheli de Almeida Vieira

Liliane Dutra Brignol

A RECEPÇÃO das leitoras da revista *Capricho* em suas múltiplas plataformas digitais de publicação e circulação de conteúdo, levando também em consideração como se dá a identificação das leitoras com a revista em um contexto de convergência midiática são estudadas no presente capítulo.

Segundo Scalzo (2014), a revista *Capricho* ou *CH*, como também é chamada, pertence à Editora Abril, e ao longo dos seus anos passou por várias modificações. Quando criada, em 1952, foi dedicada a fotonovelas, mas com o advento da televisão, e conseqüentemente das telenovelas, teve que se reestruturar. Então, começou a ser de variedades, para donas de casa jovens. Depois dessas mudanças, houve muitas outras. A *CH* já foi “a revista da gatinha”, já mudou algumas vezes a idade do seu público alvo, e até mesmo tentou investir em um público masculino, com a revista *Capricho Boys*.

Em 2014, foi lançada a revista digital semanal *Capricho Week*, que tinha conteúdos apenas para iPhones. Nessa época, a revista impressa ainda estava nas bancas, com uma periodicidade mensal. No ano de 2015, para a surpresa das leitoras, a *CH* anuncia o fim da revista impressa, apostando apenas na *Capricho Week*, com a disponibilidades para iPhone, iPads, celulares e *tablets* Androids.



A partir de Dourado (2014), entende-se a *Capricho Week* como uma revista portátil, por ser consumida em celulares a partir de aplicativos, que podem ser baixados na loja *App Store*. Segundo Cunha (2011 apud Dourado, 2014), os *apps* proporcionam que o leitor tenha acesso a informações atualizadas *on-line*, podendo visualizar galeria de fotos e ter acesso a conteúdos exclusivos daquele meio, características que a *CH Week* apresenta.

Além da revista portátil, a *Capricho* aposta em redes sociais, propiciando a aproximação entre a revista e o público leitor. Ela possui um site oficial, páginas no *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* e *Pinterest* e um canal no *Youtube*. Apresenta também a TV *Capricho*, que pode ser acessada através de uma aba disponível no seu site oficial e nas suas demais redes sociais.

Com essa contextualização sobre a *CH* e suas recentes modificações no projeto editorial e nas plataformas de distribuição, buscou-se entender como se dá a recepção da revista por suas leitoras, considerando as múltiplas plataformas em que a publicação é disponibilizada. Como um estudo de recepção, o foco do capítulo se dá na relação das leitoras com a publicação, de que forma elas percebem as modificações, se há uma identificação delas com essas mudanças e quais são as suas possíveis críticas sobre o aplicativo da revista e suas múltiplas plataformas.

NOVO CENÁRIO DAS PUBLICAÇÕES DE REVISTAS

Segundo Ali (2009, p.18), a revista é um meio de comunicação que possui vantagens, em comparação com outros, por ser portátil, fácil de usar e oferecer grande quantidade de informação por um custo pequeno. Já para Scalzo, é um veículo de comunicação, um negócio, uma marca, um objeto, um conjunto de serviços, uma mistura de



jornalismo e entretenimento. A autora também diz que a revista “é feita com confiança, credibilidade, expectativas, idealizações, erros, pedidos de desculpas, acertos, brigas, reconciliações” (SCALZO, 2014, p.11). Assim, a revista constrói com o seu leitor um tipo de relacionamento e amizade, não apenas distribui informações.

Natansohn *et. al* (2013) observam que as revistas em plataformas *on-line* são produtos que se encontram em uma constante transformação e mudança tecnológica, e que fazem parte da convergência cultural, o que, segundo Jenkins (2009, p. 29), refere-se ao “fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação [...]”. Assim, da mesma forma que o mercado editorial ao todo, a revista também vem moldando-se e convergindo para o meio digital. De acordo com Natansohn *et. al*, a convergência tecnológica e cultural permite a produção e distribuição de conteúdos em diversas plataformas e suportes, colabora para vários tipos de formas simultâneas de consumo e agregação social e gera novos protocolos de participação e práticas culturais.

Também é importante destacar os dispositivos de acesso à Capricho Week, os quais são: telefone *smartphone* e *tablet*. Lemos (2007) conceitua o celular como um “dispositivo Híbrido Móvel de Conexão Multirredes”, entendendo que é *dispositivo*, por ser uma tecnologia de comunicação; *híbrido*, por ter funções de telefone, computador, máquina fotográfica e outros; *móvel* por ser portátil e conectado por redes sem fio; e *multirredes*, por ter bluetooth, infravermelho, internet, celular e redes de satélite. Outro dispositivo é o *tablet*, que segundo Paulino (2013), é uma mídia “imersiva e interativa”, por apresentar características que influenciam na forma de apresentação e interação com o conteúdo, sendo elas: a orientação



dupla¹, a profundidade² e a tatilidade³. Apesar de Paulino e Pluvinage e Horie (2012) considerarem essas características exclusivas do *tablet*, os *smartphones* também já estão apresentando essas possibilidades, atuando como dispositivos híbridos de comunicação.

Segundo Pluvinage e Horie as próprias publicações *on-line* também possuem características, que são a hipertextualidade, a multimidialidade e a interatividade. Além disso, as revistas também estão inseridas em um contexto de convergência cultural, em relação aos sites de redes sociais.

Para Bardoel e Deuze (2000), a interatividade propicia que o leitor sinta-se mais próximo da notícia jornalística, por meio da disponibilização de um local para expressar sua opinião. Já a hipertextualidade, para Palacios (2003), oferece a leitura através da disponibilização de diversos *links*. De acordo com Canavilhas (1999), os *links* revelam uma tendência do leitor a ser o proativo da leitura, sendo conduzido – tanto para Canavilhas, quanto para Bardoel e Deuze – para vários tipos de textos complementares. Por fim, a multimidialidade, para Schwingel (2012), refere-se a conteúdos de naturezas diferenciadas, como áudios, vídeos, imagens, dentre outros, que estão combinados em uma narrativa, independentemente do suporte.

Scolari (2008), além das apresentadas acima, também seleciona características da comunicação digital interativa, as quais são tecnologia digital⁴, que se refere à transformação tecnológica do

1 Possibilidade de leitura vertical e na horizontal, apenas mudando a orientação do *tablet* para acontecer a mudança automática (PLUVINAGE; HORIE, 2012).

2 Leitura com páginas apresentadas acima ou abaixo de outras páginas (PLUVINAGE; HORIE, 2012).

3 A partir do *touchscreen* permite o toque na tela para interagir com os recursos disponíveis no conteúdo, como fotos, gráficos, vídeos e dentre outros (PAULINO, 2012).

4 Os conteúdos podem ser ampliados, modulados, arquivados, manipulados, recombinados,



processo de produção de novas formas de comunicação; e a reticularidade⁵, caracterizada pela configuração de “muitos-para-muitos”, em que uma rede usuários interagem entre si, mediados por documentos compartilhados e dispositivos de informação.

Para além dessas características, há questões de convergência jornalística, em relação, principalmente, aos sites de redes sociais das revistas. O acesso rápido à informação por meio das mídias digitais impulsiona a convergência e incentiva a maior participação do público, principalmente dos jovens, pela facilidade de utilizar as novas tecnologias (RASÊRA, 2011 apud QUADROS; RASÊRA; MOSCHETTA, 2013).

Nessa era da convergência, as colaborações nas redes sociais proporcionam que haja mudanças no fazer jornalístico e na produção editorial. Os próprios comunicadores, até mesmo os de mídias impressas, já têm divulgado conteúdos em redes sociais, como *Twitter* e *Facebook*, fazendo com que os jovens, por exemplo, que estão sempre conectados, sejam atraídos pelo entretenimento e informação de fácil e rápido acesso (QUADROS; RASÊRA; MOSCHETTA, 2013). Além disso, segundo Barros (2013), a presença digital de revistas, por exemplo, colabora para que as mídias construam vínculos mais fortes com os seus leitores e estes entre si.

fragmentados, reconvertidos e reproduzidos mantendo-os idênticos aos originais. (SCOLARI, 2008).

5 As informações não ficam apenas nas mãos das grandes mídias massivas, pois os usuários das redes podem produzir e distribuir conteúdos e opiniões para muitas pessoas, através da rede (SCOLARI, 2008).



RECEPÇÃO E PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Segundo Jensen e Rosengren (1990 apud JACKS; ESCOSTEGUY, 2005), a análise de recepção comparte com os estudos culturais a visão de que a mensagem dos meios são formas culturais abertas a diferentes decodificações e a audiência é constituída por sujeitos de produção de sentido. Reforçando, Cogo (2009) ainda apresenta que a premissa fundamental dos estudos de recepção é que:

Embora os processos midiáticos intervenham fundamentalmente na constituição e na conformação das interações, das memórias e imaginários sociais, os indivíduos são sujeitos ativos em todo o processo de comunicação, conferindo usos específicos (e sentidos) oferecidos pelas mídias (COGO, 2009, p. 4).

Então, os sujeitos participantes do processo de recepção são ativos e os sentidos concebidos por eles não são necessariamente os “propostos por produtores dos meios de comunicação, [...] uma vez que são permanentemente negociados com base nas experiências e práticas individuais e coletivas dos receptores” (COGO, 2009, p. 4).

Dentre os autores que discutem a relação entre os receptores e meios estão Martín-Barbero e Orozco. O primeiro pesquisador entende a comunicação como práticas sociais em que o receptor é produtor de sentidos e que o cotidiano é o espaço essencial da comunicação. Já Orozco, segundo Escosteguy e Jacks (2005), tem uma pergunta principal que orienta o esforço teórico-metodológico da recepção, que é: “como se realiza a interação entre televisão e audiência?”. A resposta, de acordo com as autoras, começa a ser buscada pelos estudos culturais britânicos e latino-americanos. Trata-se a recepção como um processo que resulta da interação entre receptor\televisão\mediações, sendo que a última é referente ao ato de ver televisão. A TV, neste caso, também é uma mediação, por ser uma instituição formadora de significados, que são legítimas à sua audiência.



Com base em Martín-Barbero e Orozco, a recepção se dá a partir das condições de vivências e experiências no ato da própria recepção. O indivíduo é inserido em diferentes tipos de mediações e isso contribui para que possa ressignificar os conteúdos de diferentes formas. As novas mídias e o processo de convergência podem ser citados como outras condições de vivências e experiências proporcionadas para o leitor.

Segundo Mariani e Jobim (2016), o leitor virtual pode estabelecer diferentes inter-relações com outros sujeitos e não apenas com o texto. Gruszynski (2016) diz que essas relações podem se dar através de redes sociais e plataformas de compartilhamento, “que mobilizam sua atenção e participação no sentido da produção e circulação de informações de diferentes tipos e propósitos [...]” (GRUSZYNSKI, 2016, p. 178). Assim, o leitor é para além de um receptor, podendo participar da produção e circulação de conteúdos através de plataformas de compartilhamento e redes sociais, que alteram “[...] significativamente o paradigma da comunicação de massa concentrado em poucos emissores que se dirigem a amplos públicos” (GRUSZYNSKI, 2016, p. 178).

Sobre essas novas práticas, Barros (2013) apresenta a ideia de uma leitura coletiva, dizendo que a perspectiva apresentada por um leitor pode influenciar a leitura consecutiva de outro e assim por diante. Então, a leitura coletiva, a partir de redes sociais e plataformas de relacionamento, é uma prática em que diferentes receptores têm a possibilidade de trocas de opiniões e informações, mudando a lógica da comunicação de massa para a de muitos-para-muitos, como conceituada por Scolari (2008).

Para além desses autores, Orozco (2010) também traz a perspectiva de um leitor ativo, mas em uma ideia de trânsito de audiências receptivas. Para ele, a mediação comunicacional é entendida como



um trânsito das audiências, tanto como receptores quanto produtores de conteúdos, e esse trânsito não é um movimento excludente, mas sim uma atividade que configura o leitor tanto como produtor quanto como audiência.

Neste capítulo, os estudos de recepção são compreendidos como perspectiva teórica e metodológica, norteando a construção da pesquisa a partir de uma abordagem qualitativa, combinando diferentes etapas e procedimentos metodológicos. Segundo Neves (1996), a obtenção de dados descritivos, a partir do contato direto e interativo do pesquisador com a situação do objeto de estudo, faz parte da pesquisa qualitativa. Neste tipo de pesquisa é frequente que o pesquisador queira entender os fenômenos a partir da perspectiva dos participantes da situação estudada. Dentre as etapas e procedimentos qualitativos, estão as pesquisas bibliográficas, exploratórias e empíricas.

A pesquisa bibliográfica é o procedimento que objetiva identificar informações bibliográficas, selecionar documentos que são necessários para o estudo e execução de anotações e fichamentos desses materiais para que possam ser utilizados na escrita do trabalho (STUMPF, 2009). Já a pesquisa exploratória refere-se a “investir em planejamento, construção e realização de sucessivas aproximações ao concreto empírico, a partir de várias angulações possíveis – angulações que interessam ao problema/objeto em construção” (BONIN, 2008, p. 125). Neste capítulo, a pesquisa exploratória foi utilizada para o mapeamento e aproximação da CH nas redes sociais e revista portátil, bem como levantamento e análise descritiva das redes sociais construídas pelos leitores utilizando o nome da revista, como páginas e grupos de interesse.



Também foi utilizada a pesquisa empírica de aprofundamento das questões que envolvem a recepção da revista CH pelas leitoras, que foi dividida em um questionário⁶ *on-line* e entrevistas. O questionário teve formato *on-line* para alcançar um número maior de respondentes. Possuía 18 questões, sendo seis abertas e 12 fechadas, e foi distribuído do dia 15 de setembro a sete de outubro de 2017, a partir da pesquisa exploratória que contribuiu na aproximação da pesquisadora com os grupos e páginas criadas pelas próprias leitoras. Foram formuladas questões a fim de conhecer os respondentes, como sexo, idade, estado e escolaridade. Além dessas, estiveram presentes perguntas que nortearam as questões de acesso a Capricho, em relação às redes sociais, revista portátil e por quais dispositivos acontece a leitura. Também foram questionadas sobre onde, quando e como acontece a recepção da revista e quais as práticas após a leitura. Ainda foram trazidas algumas relacionadas aos assuntos e seções da Capricho e recursos da revista portátil que contribuem no momento da prática de leitura. Para finalizar, perguntou-se o porquê de ser uma leitora Capricho, a fim de entender a identificação das leitoras com a revista.

Após a aplicação dos questionários as leitoras foram inseridas em três categorias que identificam perfis ou tendências preferenciais de leitura. Estas categorias não são fechadas e foram formuladas pela autora de modo a melhor organizar os dados empíricos.

6 Segundo Gil (2008), questionário é uma técnica de investigação que é composta por questões subordinadas para pessoas a fim de obter informações sobre sentimentos, valores, conhecimentos, e etc.



| | |
|---|---|
| Leitoras de multiplataformas | <ul style="list-style-type: none">*são assinantes da revista Capricho Week*acompanham pelas redes sociais;*podem ou não ler as edições especiais e participar de grupos e páginas não oficiais da CH.*já tiveram algum contato com a antiga revista impressa, antes da migração completa para o digital. |
| Remix Leitoras esporádicas das multiplataformas | <ul style="list-style-type: none">*compram edições avulsas da CH;*acompanham a revista nas redes sociais;*podem ou não participar de grupos e páginas não oficiais da Capricho, e adquirir ou não as edições impressas;*grande parte já tiveram algum contato com a revista impressa, antes da migração total para o digital. |
| Leitoras de redes sociais | <ul style="list-style-type: none">*seguem a CH nas suas redes sociais;*já assinaram a CH impressa, mas agora apenas seguem pelas redes sociais por diversos motivos (acham que os conteúdos não são mais tão válidos em relação às suas idades; ou não tem mais como acessar a revista CH após a sua migração por impossibilidade de compra em banca, por exemplo);*algumas estão presentes em grupos e/ou páginas não oficiais da CH e costumam adquirir as edições especiais impressas. |

Quadro 01: Categorização das leitoras Capricho. Fonte: Autora.

Após a análise dos questionários foi utilizada a técnica de entrevistas⁷ de estrutura semi-aberta⁸. As leitoras selecionadas foram localizadas, por meio dos dados de contato preenchidos em uma questão do questionário. Várias não puderam participar por não terem permissão dos responsáveis. Apesar disso, realizou-se

7 Segundo Duarte (2009), entrevista é um recurso metodológico que tem como objetivo, fundamentado em teorias e pressupostos, recolher propostas a partir da experiência subjetiva do entrevistado, com base nas informações que se deseja saber e conhecer.

8 A entrevista semi-aberta contém um roteiro que dá cobertura ao interesse do pesquisador perante o trabalho (DUARTE, 2009).



entrevistas com uma leitora multiplataforma, uma esporádica de multiplataforma e duas leitoras de redes sociais. Para as entrevistas, que foram realizadas através da ligação de voz do *chat* do *Facebook*, estruturou-se três blocos de perguntas distintos, sendo um para cada categorização de leitora, por cada tipo possuir características específicas.

O primeiro bloco e o segundo bloco, formulados, respectivamente, para leitoras de multiplataformas e leitoras esporádicas das multiplataformas, continham oito questões; e o terceiro, estruturado para as leitoras de redes sociais, tinha nove questões. As entrevistas foram gravadas e depois transcritas para melhor análise.

A REVISTA CAPRICO

A Capricho possui uma revista portátil, que pode ser baixada a partir de um aplicativo⁹ disponível na *Play Store*, do *Android*, ou *Apple App Store*, do IOS. Segundo o *Site PlubAbril*¹⁰, a CH tem como leitoras meninas de 13 a 17 anos, com interesses em assuntos de moda, beleza, música e descobertas. As suas seções são Playlist, Colírio, “Tá rolando”, Trivia, Favoritos, Capa, Moda, Garimpo, Beleza, “Fun fun fun”, Universo, “New Star” e Horóscopo. Em algumas dessas seções se encontram dicas de roupas, comidas, objetos e maquiagens, por exemplo, trazendo preços e fazendo anúncios e propagandas para compras, *on-line* ou não.

Dentre suas características, a revista apresenta a hipertextualidade, com *links*; multimídia, com *slideshow*; profundidade; e interatividade, a partir das suas redes sociais: *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Pinterest* e Canal do *Youtube*.

9 A revista CH Week pode ser comprada a partir de um cartão de crédito, tendo com preço de capa R\$ 2,49.

10 PUBLIABRIL. Disponível em: <http://publiabril.abril.com.br/marcas/capricho>. Acesso em: 17 de dez. de 2017.

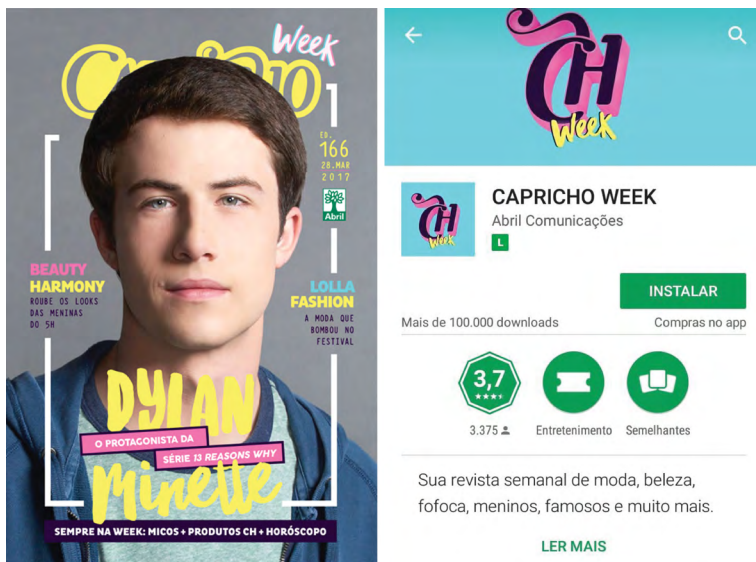


Figura 01 e 02: Capa da Capricho Week, edição 166/março de 2017; e imagem do aplicativo na Play Store. | Fonte: Aplicativo Capricho Week.

RECEPÇÃO DAS LEITORAS CAPRICHOWEEK: UMA ANÁLISE

Como já comentado, a CH é voltada para meninas entre 13 e 17 anos. Apesar disso, a partir dos questionários, percebeu-se uma expansão na idade, sendo a média de respondentes de 15 a 19 anos. Essas meninas alcançadas na pesquisa frequentam/já frequentaram o Ensino Médio ou estão cursando o Ensino Superior, e são residentes, na sua maioria, dos Estados de São Paulo (80 leitoras) e Rio Grande do Sul (46 leitoras).

Das 283 leitoras que responderam os questionários, apenas quatro assinam a revista aplicativo, 33 compram edições avulsas e 278 acompanham pelas redes sociais¹¹. Em relação ao pouco acesso à

11 Por os questionários terem sido divulgados nas redes sociais da revista, seria provável



revista portátil, o Mídia Kit de 2017, disponível no site PubliAbril, apresenta que ela tem como circulação de vendas 7 mil exemplares semanais. Esse dado, em contraste com o engajamento das redes sociais, pode trazer a hipótese de redução de assinantes após a migração total para o ambiente digital.

Além disso, na análise dos questionários, foi indicado que dentre os recursos¹² que contribuem na leitura da revista portátil, em ordem de preferência, estão a galeria de imagens (ou *slideshow*), possibilidade de interagir com a tela, sumário interativo e *links* para redes sociais de famosos e para outros sites e redes sociais da revista. Também se constatou que o telefone celular é o aparelho mais utilizado para o acesso da CH, e que o *Facebook*, seguido pelo *Instagram*, são as principais redes de acompanhamento da revista pelas leitoras. Além disso, as receptoras têm como práticas posteriores à leitura, tanto das redes quanto da revista portátil, comentar sobre os conteúdos com amigos e conhecidos, comentar e interagir nas redes sociais da CH e compartilhar ideias e debates sobre os assuntos na sua *timeline* das redes sociais. Dentre os momentos e lugares de leitura, têm-se: em casa, nos finais de semana e outros momentos livres e até mesmo quando estão em deslocamento. Outro lugar significativo para leitura é a escola, onde se pode ler junto com as amigas, por exemplo. Já os assuntos ou seções que tiveram destaque foram Horóscopo, Moda e Beleza e Playlist¹³. Sobre as edições

que todas respondessem que acompanham a CH nas redes, não apenas 278. Com uma análise minuciosa, percebeu-se que realmente essas leitoras acompanham a CH nas redes sociais, havendo apenas uma confusão durante o ato de responder a questão.

12 206 leitoras responderam, sendo que apenas 37 disseram ler a portátil. Como hipótese se tem que algumas tiveram algum acesso à revista, por meio de amigas, ou uma possível confusão ao responder.

13 Apenas 276 leitoras responderam sobre os assuntos, por talvez acharem que era voltada apenas para quem é leitora da portátil, uma vez que as temáticas foram baseadas nas seções da mesma. Mas os sites e redes sociais também têm as mesmas temáticas, com a mesma abordagem.



especiais impressas¹⁴, apenas 61 respondentes dizem ter acesso a esses materiais.

A última questão de caráter aberto teve como objetivo saber o porquê de ser leitora Capricho e acompanhar as redes sociais. As respostas foram agrupadas em seis categorias, com sentidos comuns, as quais são: atualização de assuntos¹⁵; entretenimento¹⁶; leitura através de *feeds* de notícia¹⁷; revista como uma amiga¹⁸; qualidade da CH¹⁹; e Capricho como fonte de autoestima²⁰. De todas que responderam a questão, 12 disseram que não sabiam o porquê de ser leitora Capricho.

Para a realização das entrevistas foram selecionadas leitoras a partir dos questionários, como já foi explicado anteriormente nos procedimentos metodológicos. Usaram-se pseudônimos para as entrevistadas, de modo a não identificá-las.

14 Com a migração completa da CH para o digital, a marca vem apostando em edições especiais impressas, que podem ser adquiridas através da assinatura ou até mesmo ser compradas nas bancas.

15 Atualização de assuntos de diversos temas: horóscopos, vida de famosos, fãs, jovens, moda e etc (160 respondentes).

16 Leitura de algo divertido e interessante, que serve para se entreter em horários vagos. Há leitoras aqui que também veem a CH como *hobby*, por terem contato com a publicação desde a adolescência (109 respondentes).

17 Composto por leitoras que, por seguirem a CH nas redes sociais, leem apenas as postagens que lhes interessam a partir do *feed* de notícias (quatro respondentes).

18 Leem a Capricho pela aproximação entre revista e leitora como um relacionamento de amizade (sete respondentes).

19 Consideram como uma publicação de matérias de qualidade e importância para si (sete respondentes).

20 Consideram que a CH contribui no aumento da autoestima pessoal, deixando de lado os estereótipos que incomodam e assombram as adolescentes (três respondentes).

| Pseudônimo | Idade | Escolaridade | Estado | Perfil |
|------------|---------|----------------------------|--------------------|--|
| Maria | 16 anos | Ensino Médio incompleto | Rio de Janeiro | leitora de multiplataformas |
| Ana | 19 anos | Ensino Superior incompleto | Mato Grosso do Sul | leitora esporádica de multiplataformas |
| Laura | 16 anos | Ensino Médio incompleto | Acre | leitora de redes sociais |
| Gabriela | 17 anos | Ensino Médio incompleto | Rio Grande do Sul | leitora de redes sociais |

Quadro 02: Informações sobre as leitoras entrevistadas. Fonte: Autora.

Com a realização das entrevistas, percebeu-se que a leitura da CH pode ser realizada através da estrutura de articulação em rede entre as suas diferentes multiplataformas, em que a integração entre essas multiplataformas é incentivada por elas próprias, por exemplo: as redes sociais da CH são integradas entre elas, uma vez que as matérias divulgadas no *Twitter*, *Facebook* e *Instagram* são direcionadas para o *Site* oficial. Laura indica esta leitura integrada das redes, falando que acessa através da *timeline*.

Basicamente é assim, eu entro no Facebook e sempre aparece postagens na minha timeline mesmo, aí me dá uma curiosidade e eu vou lá e vejo o que tá acontecendo. Ou determinado assunto que eu quero procurar, sobre garotos ou algo do tipo, eu entro no site, aí eu vou lá e busco. (Laura, 16 anos, ensino médio incompleto, Acre)

As leitoras têm a prática de entrar nas redes sociais da CH por meio das notícias da *timeline*, mas também existem assuntos que elas mesmas procuram no *Site*. As matérias são disponibilizadas na *timeline* porque as adolescentes seguem essas páginas e, ao



visualizar ou clicar nos *links* sugeridos, são consideradas relevantes pela lógica das redes sociais. Segundo Camila Fusco, gerente de comunicação do Facebook Brasil, em reportagem para o site Meio & Mensagem em 2013²¹, a distribuição do *feed* de notícias é orientada conforme o comportamento social de cada usuário, não aparecendo todas as mensagens em cada *timeline*. Conforme a explicação de Fusco, pode-se considerar que a lógica das redes colabora como um incentivador à leitura, disponibilizando conteúdos que vão de acordo com o interesse do leitor.

Outras práticas observadas nas entrevistas relacionam-se com articulação de *links*:

[...] Eu acho legal, por exemplo, eles botam uma playlist, aí clica e você já consegue ouvir a música que eles tão indicando. Eu gosto, porque eles indicam um produto, daí você clica e já vai pro site que pode fazer compra do produto. Eu acho mais simples, mais a ver como a gente é hoje em dia. A gente é muito ligada em tecnologia, então é tudo mais rápido pela revista online. (Maria, 16 anos, ensino médio incompleto, Rio de Janeiro)

Percebe-se o quanto essa articulação de *links*, que se refere ao conceito de hipertextualidade de Canavilhas (1999) e Bardoel e Deuze (2000), é um facilitador na hora da leitura e no acesso aos materiais que a CH disponibiliza.

Também foi dada ênfase para as marcações de amigas nos comentários das redes sociais ou até mesmo no ato de tirar *prints* das telas. Antes havia a prática de recortar, guardar e emprestar.

21 MEIO & MENSAGEM. Disponível em: <<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2013/12/06/reducao-do-alcance-e-natural-diz-facebook.html>>. Acesso em: 01 de out. de 2018.



Agora, com o digital, o recorte se refere aos *prints*, que são compartilhados e enviados para amigas:

Por exemplo, eu vejo uma matéria sobre uma receita que fala sobre como diminuir espinhas, digamos, né? Eu tiro print, ou então eu menciono ela no comentário: “olha que legal que dá pra fazer. Super bacana, né!? Vamo tentar?”. Geralmente é, é nessas ocasiões, assim. [...] De looks também quando posta uma foto de alguém e eu gosto da roupa. Sempre menciono ela “ah vamos buscar algo parecido?!”. (Laura, 16 anos, ensino médio incompleto, Acre)

A partir do que foi exposto sobre as práticas após a leitura da CH, tanto nas redes sociais quanto na revista Week, pode-se retomar a leitura coletiva apresentada por Barros (2013), que diz que, no momento do compartilhamento de conteúdos com amigos por meio de plataformas de relacionamento e redes sociais, a perspectiva apresentada pelo leitor que compartilha a matéria pode influenciar na leitura subsequente. Pode-se dizer que a leitura coletiva se dá através da possibilidade de comentar, compartilhar e expor opinião através das mídias.

Além disso, as receptoras também têm costume de realizar leituras presenciais da CH em conjunto com suas amigas:

Geralmente acontece no intervalo da escola, porque eu e a minha amiga estamos em salas diferente, daí a gente se encontra no intervalo. Ai eu estou lá mexendo no celular e aparece algo da CH na minha timeline, digamos. Ai ela diz “vê o horóscopo dessa semana”, daí a gente vai lá e juntas a gente lê. (Laura, 16 anos, ensino médio incompleto, Acre)

Percebe-se que a leitura em conjunto está inclusa nas práticas de leitura da CH, realizando-se no ambiente escolar. Além dessas práticas de leitura, foram citadas estratégias de aproximação e



conservação de receptores da CH. Uma delas é a valorização de vários tipos de meninas e estilos, Gabriela comenta:

[...] é muito importante as pessoas não terem medo, vergonha de ser quem elas são. E a Capricho tá dando um espaço muito legal para isso, que algumas revistas ainda não dão, que alguns até canais, sites não dão e a Capricho tá tipo [...]. As coisas mudaram e a Capricho foi uma das revistas que acompanharam essa evolução e deu abertura para as pessoas para elas serem quem elas são [...]. (Gabriela, 17 anos, ensino médio incompleto, Rio Grande do Sul)

Outra estratégia é o interesse da revista em saber o que as leitoras querem ler e do que gostam, valorizando suas opiniões.

[...] Eles sempre fazem questionários também, sempre perguntando tipo, é... Pras leitoras falarem um pouco, para ajudarem eles. [...] eles sempre, não sei, eles interagem nas redes sociais, principalmente no instagram. E também tem a galera Capricho né? Que são leitoras que escrevem pra revista. (Maria, 16 anos, ensino médio incompleto, Rio de Janeiro)

Esse interesse da revista sobre os gostos das leitoras que Maria trouxe em sua fala retrata o conceito de interatividade que Palacios (2013) traz em sua obra. A CH utiliza, então, estratégias para além da interação nas redes sociais, como também aplicação de questionários para que as receptoras compartilhem as temáticas de interesse. Outra recurso estratégico é a Galera Capricho:

[...] na metade do ano, eles lançam uma inscrição que é mais ou menos para 15 garotas que começam a escrever para o site da CH. Daí elas fazem as matérias que tem lá, no site da CH, que é o Blog da Galera. Então a gente escreve sobre o que a gente quiser pro Blog da Galera. (Maria, 16 anos, ensino médio incompleto, Rio de Janeiro)



Esse episódio, que traz a possibilidade das leitoras serem emissoras de informação, faz lembrar de Orozco (2010), quando este comenta do trânsito dos receptores para criadores, produtores e emissores de conteúdos. A CH proporciona que suas leitoras sejam além de receptoras, sejam criadoras de conteúdos no Blog da revista. Com base no que já foi explanado, percebe-se a proximidade da Capricho com as leitoras, acompanhando o crescimento de diversas meninas, interessando-se nos gostos e estando presente em várias fases das adolescentes, como uma amiga, lembrando a relação da revista com o leitor, que Scalzo (2014) traz em sua obra. Não só isso, mas como também proporciona com que algumas se sintam parte do grupo CH, participando na criação de conteúdos para o Blog da Galera.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Dentre as principais práticas de leitura que marcam esse contexto tem-se a interação com amigos a partir de marcações em redes sociais ou envio de *prints* e a realização de práticas de leitura em conjunto com outras pessoas de forma presencial. Sobre a identificação das leitoras com a CH, percebeu-se que se dá principalmente pela mudança do seu projeto editorial, que valoriza diversos tipos de características e personalidades femininas.

Também, neste capítulo, constatou-se a pouca adesão da leitura a partir do aplicativo e a preferência de páginas e perfis em *sites* de redes sociais. Uma hipótese é a impossibilidade de aquisição por falta de acesso às formas de pagamento, que são mais restritas. A leitora não tem mais a possibilidade de ir comprar a revista em bancas. Também se percebeu o grande número de leitoras que souberam responder sobre os recursos de leitura da CH portátil. Isso leva a pensar na possibilidade de que o acesso da revista pode se dar a partir de leitura em conjunto.



Com esta pesquisa, compreendeu-se como a convergência midiática mudou a atuação tanto dos jornalistas e editores, como dos próprios leitores. As empresas de comunicação estão utilizando de outros meios para a produção midiática e, assim, aproximando-se dos seus leitores, dando voz, aceitando opiniões e construindo uma relação, muitas vezes de amizade, por meio das redes. Os próprios usuários estão inseridos em um cenário de mudanças, tendo um maior contato não só com as empresas jornalísticas, mas também com os outros leitores, podendo constituir laços e comunidades. Também deve-se destacar o quanto o mercado de produção editorial está em evolução, acompanhando costumes e tendências dos jovens leitores. Os produtos editoriais utilizam de estratégias para oferecer uma experiência de recepção mais prática e dinâmica por meio de *links*, imagens e vídeos, assim como estratégias para cativar, manter e satisfazer suas produtoras/receptoras, tanto em relação a produção de conteúdos quanto em características tecnológicas.

REFERÊNCIAS

ALI, Fátima. **A arte de editar revistas**. 1. ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.

BARDOEL, Jo; DEUZE, Mark. **Network journalism: converging competences of old and new media professionals**. In: Australian Journalism Review 23 (2), 2000, p.91-103.

BARROS, Samuel. Interação mediada por sites de redes sociais entre revistas e leitores: um mapeamento de usos e apropriações. In: NATANSON, Graciela (Org.). **Jornalismo de revista em redes digitais**. Salvador: EDUFBA, 2013, p. 59-87.

BONIN, Jiani Adriana. A. Explorações sobre práticas metodológicas na pesquisa em comunicação. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 15, n.37, p.121-127, dez., 2008.

CANAVILHAS, João Messias. Webjornalismo: Considerações gerais sobre o jornalismo na web. Portugal, Universidade da Beira Interior, 1999. Apresentação no I Congresso Ibérico de Comunicação.



COGO, Denise. **Pesquisa em recepção na América Latina: perspectivas teórico-metodológicas portal de la comunicación.**

Instituto de la Comunicación (InCOM) de la UAB (Universidade Autônoma de Barcelona), Barcelona, 2009.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. IN: DUARTE, J.; BARROS, A (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Atlas, 2º ed, 2009.

DOURADO, Tatiana. Modelos de revistas em formatos digitais: novas ideias e um conceito ampliado. **Leituras do jornalismo:** São Paulo, ano 1, n. 1, p.109-124, jan.\jun., 2014.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina; JACKS, Nilda. **Comunicação e recepção.** São Paulo: Hacker Editorias, 2005.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** São Paulo: Editora Atlas, 6º ed., 2008.

GÓMES, Orozco. La investigación de las audiencias “viejas u nuevas”. **Revista Latinoamericana de ciencias de la comunicación.** São Paulo: ALAIC, ano 7, n. 13, p. 12- 30, 2010.

GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. Dispositivos de leitura no cenário de convergência das mídias. In: RÖSING, Tania; ZILBERMAN, Regina (Org.). **Leitura: história e ensino.** Porto Alegre: Edelbra, 2016, p. 169-187.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LEMOS, André. Comunicação e práticas sociais no espaço urbano: as características dos dispositivos híbridos móveis de conexão multirredes (DHMCM). **Comunicação, mídia e consumo:** São Paulo, v. 04, n. 10, p. 23-40, jul., 2007.

MARIANI, Bethania; JOBIM, José Luís. A leitura em perspectiva. In: RÖSING, Tania; ZILBERMAN, Regina (Org.). **Leitura: história e ensino.** Porto Alegre: Edelbra, 2016, p. 35-47.

MIELNICZUK, Luciana et al. A reportagem hiper mídia em revistas digitais móveis. In: CANAVILHAS, João; SATUF, Ivan (Org.). **Jornalismo para dispositivos móveis:** Produção, distribuição e consumo. Covilhã: LabCom, 2015, p. 127-151.



NATANSOHN, Graciela et al. Revistas online: do papel às telinhas. In: NATANSOHN, Graciela (Org.). **Jornalismo de revista em redes digitais**. Salvador: EDUFBA, 2013, p.11-28.

NEVES, José Luis. Pesquisa qualitativa - Características, usos e possibilidades. **Caderno de pesquisas em administração**: São Paulo, v. 1, nº 3, 2º sem. 1996.

PALACIOS, Marcos. Ruptura, continuidade e potencialização do jornalismo online: O lugar da memória. In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos (Org.). **Modelos do jornalismo digital**, Salvador: Editora Calandra, 2003.

PAULINO, Rita de Cássia. Revistas Digitais: uma abordagem sociotecnológica de um sistema hipermídia para tablets. In: 10º ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO: Curitiba, nov, 2012.

PAULINO, Rita de Cássia. Conteúdo digital interativo para *tablets- iPad*: uma forma híbrida de conteúdo digital. In: PAULINO, Rita; RODRIGUES, Vivian (Org.). **Jornalismo para tablets: pesquisa e prática**. Florianópolis: Insular, 2013.

PLUVINAGE, Jean-Frédéric; HORIE, Ricardo. **Revistas digitais para Ipad e outros tablets**: Arte, geração e distribuição. São Paulo: Bytes e Types, 2012.

QUADROS, Claudia; RAZÊRA, Marcella; MOSCHETTA, Andressa. Jornalismo para tecnologias móveis: o consumo entre jovens. In: BARBOSA, Suzana; MIELNICZUK, Luciana (Org.). **Jornalismo e tecnologias móveis**. Covilhã: LabCom, 2013, p. 141- 160.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2014.

SCHWINGEL, Carla. **Mídias digitais**: Produção de Conteúdo para a Web. São Paulo: Paulinas, 2012.

SCOLARI, Carlos. **Hipermediaciones**. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Barcelon: Gedisa Editorial, 2008.

STUMPF, Ida Regina. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.



**MINHA VIAGEM PELA ARTE
MODERNA**

LIVROS DE ARTE PARA
CRIANÇAS

Alana Zavareze Anillo
Marília de Araujo Barcellos

O PRESENTE capítulo aborda a criação da série intitulada *Minha viagem pela Arte Moderna*¹, que trata sobre os principais pintores e movimentos do período: Impressionismo, Pós-Impressionismo, Cubismo, Neoplasticismo e Suprematismo, representados por Claude Monet, Vincent Van Gogh, Pablo Picasso, Piet Mondrian e Kazimir Malevich, respectivamente.

A série surge da importância de incluir a arte na vida das crianças desde cedo, pois, conforme Viktor Lowenfeld e W. Lambert Brittain (1977), ela estimula a interação da criança com o seu meio através dos sentidos, incentivando-a a explorar e investigar o seu ambiente, tendo grande impacto no seu processo de desenvolvimento e aprendizagem. Visto isso, buscou-se o desenvolvimento de um produto que, além de cumprir seu papel formador, envolva o leitor em processos criativos, introduzindo as crianças e pré-adolescentes no mundo das artes de forma lúdica e participativa, transmitindo o conteúdo não apenas de forma escrita, mas também visual, por meio de sua diagramação e projeto gráfico relacionados à estética de cada movimento artístico.

1 Disponível em: <https://www.behance.net/gallery/60781831/Colecao-Minha-Viagem-pela-Arte-Moderna>



Para nortear o desenvolvimento do trabalho, utilizou-se como metodologia a *design thinking* que, de acordo com Gavin Ambrose e Paul Harris (2011), é uma forma de organizar o processo de pensamento criativo o qual permite sistematizar ideias e informações com propósito de gerar um produto coerente com seus objetivos.

Para Ambrose & Harris (2011) o design divide-se em sete etapas principais: definir, pesquisar, gerar ideias, testar protótipos, selecionar, implementar e aprender. A primeira etapa é a de *briefing*, ou definição, que consiste em determinar o produto e a quem ele se destina. A partir daí segue-se para o processo de pesquisa, no qual coletam-se informações que possam alimentar o processo criativo. A partir desses materiais desenvolve-se um mapa geral a respeito do assunto que auxiliará no próximo passo: o processo de geração de ideias.

Na etapa três – gerar ideias – são utilizados os materiais reunidos na etapa de pesquisa para iniciar o desenvolvimento do produto propriamente dito. Neste processo, as soluções encontradas podem requerer testes prévios para avaliar sua viabilidade técnica. Essa avaliação é feita na etapa quatro: testagem de protótipos.

Concluídas estas etapas, passa-se para a seleção, que consiste em decidir qual a solução mais apropriada para resolver o problema do *briefing*. E, a partir disso, realiza-se a implementação, etapa em que o designer repassa as especificações do projeto para os responsáveis por produzir o produto final. Por último ocorre a etapa de aprendizado, a qual o designer avalia se a solução implementada atingiu os objetivos com o intuito de adquirir conhecimentos que possam ser utilizados em produções futuras.

A partir das definições de Ambrose & Harris (2011), foi desenvolvida a metodologia para o desenvolvimento do trabalho, que consistiu nas sete etapas do *design thinking* reorganizadas de maneira a melhor se adequar à proposta: 1) Definição: determinação da proposta do trabalho (pré-projeto); 2) Pesquisa: fundamentação



teórica; 3) Geração de Ideias: desenvolvimento de planos a partir dos dados reunidos na etapa de pesquisa e elaboração de painel de referências visuais; 4) Seleção: definição do conceito da publicação, projeto editorial, conteúdo e projeto gráfico; 5) Implementação: elaboração do produto final; 6) Testagem de protótipos: criação de moldes e bonecos de teste; 7) Aprendizagem: avaliação da adequação do produto final em relação aos objetivos propostos.

LIVROS, ARTE E INFÂNCIA

Para que se pudesse ter subsídio para o desenvolvimento do produto proposto, foi necessário compreender o panorama histórico do livro infantil, principalmente no que tange ao aspecto visual, desde suas origens até os dias atuais. Além disso, considera-se importante estudar a relevância do livro na formação do indivíduo, bem como o estágio de desenvolvimento no qual se encontra. Por fim, foram listadas algumas publicações que compõem o cenário de livros de arte para crianças no Brasil e no mundo, de maneira com que fosse possível perceber características em comum com a presente proposta.

EVOLUÇÃO DO LIVRO INFANTIL

De acordo com Regina Zilberman (1981), os primeiros livros para crianças datam do século XVII e surgem juntamente com a concepção de infância como faixa etária distinta – com interesses e necessidades próprias e que precisava de uma formação específica. A partir daí, contos folclóricos como os colecionados pelos Irmãos Grimm – que antes eram contados por e para adultos – passam a ter um tratamento diferenciado e são publicados visando o público infantil, trazendo temáticas diversas com o objetivo de transmitir valores morais e sociais aos pequenos leitores.



Figura 01: *Juvenile Libraries* | Fonte: Powers (2008)

A proliferação deste tipo de literatura no século XVII, conforme aponta Alan Powers (2008), se dá graças ao aperfeiçoamento da impressão tipográfica, que permitiu a expansão da produção de livros. Além disso, o aperfeiçoamento da tipografia também proporcionou uma diversificação no tratamento dado ao projeto gráfico dos livros para criança.

De acordo com Sophie Van der Linden (2011), as primeiras publicações destinadas aos pequenos leitores comportavam poucas imagens. Até a metade do século XIX, o que dominava o mercado era o livro com ilustração², composto por um texto principal e algumas ilustrações em páginas isoladas. É principalmente a partir do século XIX, conforme aponta Powers (2008), que a preocupação

2 Livros com predomínio do texto, nos quais a ilustração não tem grande importância na produção de sentido. Diferente do livro ilustrado, no qual a ilustração faz total diferença e o texto é intimamente relacionado à mesma (LINDEN, 2011, p. 24).



com a aparência do livro infantil aumenta, pois esse é o momento em que os editores passam a competir na invenção de modos novos e agradáveis de apresentar os livros. Um dos melhores exemplos da época são as *Juvenile Libraries* (Figura 01) – caixas de madeira com uma tampa deslizante, imitando uma estante com duas prateleiras de livros em miniatura.

O aumento da preocupação com a relação entre forma e conteúdo pode ser observada em livros como *The Hole Book* (1908) (Figura 02), de Peter Newell – que possui relação direta entre o conteúdo e a forma física.

Conforme assinala Powers (2008), cada vez mais os editores tomavam consciência de que a aparência externa do livro teria impacto direto nas vendas. Graças à influência do modernismo europeu, o design gráfico se torna mais ousado a partir da década de 1930, enfatizando antes a comunicação visual do que a verbal.

Todos esses fatores auxiliaram na evolução dos livros para crianças, fazendo com que tivessem projetos gráficos cada vez mais audaciosos. Conforme destaca Linden (2011), entre os anos de 1970 e 1980, editoras como a *L'École des Loisirs* (fundada na França, em 1965), lançaram criações inusitadas como livros-fotográficos, livros com imagens abstratas, até livros sem nenhuma palavra escrita. A ludicidade também passa a ser mais trabalhada nesse período, bem como a valorização da criatividade.

A partir de então, surgem iniciativas editoriais inovadoras que ampliam os horizontes do livro infantil contemporâneo. Nos anos 1990, as facilidades na reprodução proporcionadas pelos computadores permitiram com que os designers explorassem muito mais o potencial do livro, culminando numa produção cada vez maior de publicações inovadoras e estimulantes para leitores de todas as idades.



Figura 02 :*The Hole Book*, Peter Newell (1908) – capa e páginas internas
Fonte: Powers (2008)



IMPORTÂNCIA DO LIVRO E DA ARTE NA INFÂNCIA

Tendo como objetivo a criação de uma série de livros de Arte Moderna voltada ao público infantil de faixa etária entre os 9 e 12 anos, é importante descrever a relevância do livro na formação do indivíduo. Bem como explicar o estágio de desenvolvimento em que se encontra tal público e qual a relevância de se trabalhar a arte nessa etapa da vida da criança.

A literatura infantil proporciona às crianças meios para que elas desenvolvam habilidades que facilitam os processos de aprendizagem. Algumas dessas capacidades podem ser percebidas no aumento do vocabulário, na interpretação de textos, na reflexão, criticidade e criatividade. Estas agem como “facilitadores do processo de ensino-aprendizagem não só da língua, mas também das outras disciplinas” (MARTINS, et al. 2004 apud LOURENÇO, 2011, p. 49).

Mesmo que nem todo livro infantil seja de cunho didático/pedagógico, Bamberger (1977) aponta como importante o uso da literatura de não-ficção como suplemento do trabalho de ensino, pois tais livros aumentam o interesse por determinado assunto, encorajando o aprendizado independente. Contudo, para que a função formadora da literatura entre em prática, é necessária adequação dos textos às diversas etapas do desenvolvimento infantil/juvenil. Nelly Coelho (1991) aponta que é decisivo para a literatura infantil conseguir comunicar-se adequadamente com seu público-alvo.

No que diz respeito à literatura voltada para crianças no estágio dos 9 aos 12 anos (público-alvo da série), Bamberger (1977) destaca que é a idade da leitura “factual”, caracterizada por Beinlich (apud BAMBERGER, 1977) como a construção de uma fachada prática e realista diante de um pano de fundo aventureesco. Já em relação à arte, conforme Lowenfeld e Brittain (1970), é nessa fase que a criança tem maior conscientização do espaço à sua volta e



demonstra maior interesse em detalhes, compreendendo diferenças mais sutis de cor, distinguindo, por exemplo, o azul do céu e do mar e o verde da grama e das árvores.

Conforme a teoria do desenvolvimento cognitivo de Jean Piaget (2006), na fase dos 7 aos 12 anos surgem os processos de pensamento lógico e a capacidade de serializar, ordenar e agrupar coisas em classes, com base em características comuns. Isso facilita a aprendizagem das características de movimentos artísticos específicos, por exemplo.

LIVROS DE ARTE PARA CRIANÇAS

Para que fosse possível obter um panorama geral das publicações semelhantes à presente proposta, acreditou-se que seria relevante desenvolver uma breve pesquisa a respeito do que já existe no mercado sobre o assunto. Pesquisando em livrarias e sites de compra na internet³, foram encontrados diversos livros de arte voltados para o público infantil.

Em breve análise, foi possível perceber que a maior parte desses títulos tratam sobre a história da arte de maneira bastante abrangente, além disso, observou-se que poucos são os títulos que dizem respeito à Arte Moderna ou arte do século XX – foco da série aqui proposta.

No contexto brasileiro, destaca-se a obra *A minha primeira coleção: Arte Moderna e Contemporânea* (Figura 03), de autoria de Cristina Gameiro e Emília Ferreira. A publicação, além de trazer 10 volumes que propõem a descoberta dos principais movimentos da Arte Moderna e Contemporânea pelas crianças, também possui seu projeto gráfico baseado nos movimentos que representa, aproximando o conteúdo da composição visual.

3 Pesquisa realizada em novembro de 2016 em livrarias da cidade de Cachoeira do Sul – RS e através de busca por palavras-chave em sites de compra na web.



Figura 03: A minha primeira coleção: Arte Moderna e Contemporânea (2014) – capas
 Fonte: Museu Berardo (<http://pt.museuberardo.pt>)

Já no que diz respeito à temática de viagem pelo mundo da arte, temos, no Brasil, o livro *O trem da história*, de autoria de Katia Canton. Ele propõe ao leitor uma viagem pelos trabalhos de grandes artistas do mundo disponíveis em acervos de museus brasileiros.

MINHA VIAGEM PELA ARTE MODERNA: DO CONCEITO AO CONTEÚDO

Para que se elabore uma publicação consistente, primeiramente se torna necessário definir seu conceito. O conceito, de acordo com Timothy Samara (2011), serve para dar unidade à publicação, é um norte para que todos saibam o que ela é e o que ela não é. A fim de que tal conceito se concretize, é preciso desenvolver o que Fátima Ali (2009) define como “fórmula editorial”, que é a maneira como a publicação estrutura seu conteúdo.

PROJETO EDITORIAL

Com base nos conceitos referenciados, elaborou-se o projeto editorial da série *Minha viagem pela Arte Moderna*, na qual o leitor



poderá passear pelos países natal dos principais pintores desse período, conhecendo um pouco sobre a vida e a obra destes artistas através de livros que lembram diários de viagem.

O primeiro volume (piloto) trata da vida e a obra dos pintores europeus Claude Monet, Vincent Van Gogh, Piet Mondrian, Pablo Picasso e Kazimir Malevich, juntamente com a descrição dos principais movimentos aos quais fizeram parte, que são, respectivamente, Impressionismo, Pós-Impressionismo, Neoplasticismo, Cubismo e Suprematismo. Cada uma das histórias é encadernada separadamente pois, além proporcionar maior conforto no manuseio da publicação, também auxilia com que o leitor aprecie cada movimento individualmente, sem misturar as informações.

O piloto é acondicionado em um box em formato de mala, que comporta o fichário no qual são encaixados os livros da publicação (tanto do piloto, quanto os que seriam lançados posteriormente). Além disso, o box contém alguns outros itens adicionais para a viagem dos pequenos exploradores da arte: uma carta de apresentação sobre a publicação; um passaporte e cartela de adesivos para marcar os locais visitados; cartões postais que servem como lembrancinhas das viagens realizadas; galerias de arte com quadros dos artistas; materiais de pintura para realização das atividades (tintas, pincéis e papéis coloridos).

O objetivo do produto é introduzir as crianças e pré-adolescentes no mundo das artes de forma lúdica e participativa, transmitindo o conteúdo não apenas de forma escrita, mas também visual, por meio de sua diagramação e projeto gráfico diferenciado, relacionado à estética de cada movimento artístico.

O projeto surge da importância de se oferecer oportunidades às crianças de explorarem tanto seu potencial criativo quanto suas habilidades de leitura e escrita de maneira prazerosa. Além disso,



seguindo o pensamento de Barbara Necky (2007) – de que o livro de literatura infantil, mesmo não tendo o objetivo de cumprir o currículo escolar, está, de alguma forma, ligado ao ensino – foram propostas pequenas atividades de fixação, visando que a criança tenha um maior envolvimento com o conteúdo e compreenda melhor as características estético-formais de cada período artístico.

CRIAÇÃO E PREPARAÇÃO DE ORIGINAIS

Com a estrutura dos livros e o projeto editorial definidos, foi necessário decidir qual conteúdo a ser utilizado. Em virtude de a série ter uma proposta editorial bem específica, foi optado criar os originais do início, de maneira que estes fossem condizentes com os objetivos. Para tanto, o projeto foi baseado em verbetes da Enciclopédia Itaú Cultural⁴ e nos livros *História da arte do século XX: ideias e movimentos*⁵, de Lucio Agra e *Arte moderna: do iluminismo aos movimentos contemporâneos*⁶, de Giulio Carlo Argan. Já as atividades foram inspiradas no blog *Artsy Craftsy Mom*⁷ e no livro *Eu que fiz*⁸, das autoras Ellen e Julia Lupton.

Quanto à linguagem utilizada, levou-se em conta apontamentos da autora Regina Zilberman (1981), que salienta que os livros para crianças devem atender a algumas adaptações, como a simplificação do conteúdo conforme a idade do público-alvo e suas vivências, atentando para a supressão de trechos com descrições muito

4 ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras. São Paulo: Itaú Cultural, 2017. Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/>>. Acesso em: 04 jun. 2017.

5 AGRA, Lucio. *História da arte do século XX: ideias e movimentos*. 2ed. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2006.

6 ARGAN, Giulio Carlo. *Arte moderna: do iluminismo aos movimentos contemporâneos*. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

7 Disponível em: <<http://artsycraftsymom.com>>. Acesso em: 1 nov. 2017.

8 LUPTON, Ellen; LUPTON, Julia. *Eu que fiz*. São Paulo: Cosac Naify. 2008.



longas, à adaptação do vocabulário de acordo com a faixa etária e o uso de linguagem mais próxima à oralidade.

Além do texto escrito, nesta etapa também foram selecionadas as imagens que comporiam a publicação. As obras dos artistas foram escolhidas dentre as opções oferecidas pelo *Wikiart.org* – site colaborativo que hospeda obras de arte de todo o mundo.

O conteúdo passou também pelo processo de revisão de originais, momento em que o texto é submetido ao trabalho de normalização literária e, posteriormente, os originais passaram pela revisão técnica da professora de artes Rubia Brum⁹, que fez uma leitura crítica do conteúdo, comentando sobre a exatidão do texto apresentado.

DO ORIGINAL AO LIVRO IMPRESSO

Com a estrutura do livro preparada e o projeto editorial pronto, passou-se à etapa de definição do projeto gráfico. Emanuel Araújo (2008, p. 277) destaca que, além das definições técnicas, o projeto gráfico envolve, cada vez mais, “a criação e aplicação de conceitos visuais associados à identidade de cada livro” transformando a união entre texto e imagem em uma fonte adicional de informação e expressão.

Partindo disso e levando-se em conta a importância do conceito visual de uma publicação, o projeto é baseado em alguns apontamentos do autor Timothy Samara (2011) para que fosse possível viabilizar um conceito gráfico para a série aqui proposta. Com as definições pré-estabelecidas no projeto editorial, foi decidido utilizar o conceito de viagem como norte para o conceito gráfico da publicação, principalmente no que tange à estética dos diários de viagem. Além disso, decidiu-se relacionar esteticamente

9 Professora municipal aposentada. Possui formação em Desenho e Plástica pela Universidade Federal de Santa Maria – RS.



a diagramação da publicação com as características visuais dos movimentos artísticos trabalhados nos livros. Tal relação entre a estética da arte e a diagramação pretende fazer com que o leitor compreenda melhor as diferenças e semelhanças entre os movimentos artísticos, uma vez que, conforme aponta Emanuel Araújo,

a informação visual comunica de modo não verbal, por meio de sinais e convenções que podem motivar, dirigir ou mesmo distrair o olhar do leitor [...]. O projeto visual de um livro é uma ferramenta importante para a comunicação, e não apenas um elemento decorativo. (ARAÚJO, 2008, p. 373)

A autora Barbara Necky (2007) salienta que, para cada tipo de obra criamos expectativas diferentes, geralmente baseados no design que estes materiais apresentam. Nesse sentido, considera-se que os materiais anexos ao livro – passaporte, cartões postais e materiais de pintura – também contribuem nesse processo, convidando o leitor a interagir com a obra e realizar atividades paralelas que contribuam para a compreensão da história.

DEFINIÇÕES FORMAIS: TAMANHO E FORMATO

Timothy Samara aponta que “o formato desempenha um papel muito importante na maneira como a publicação é experimentada” (2011, p. 62). Pensando nisso, iniciaram-se as definições de tamanho e formato pelo conceito gráfico principal: o diário de viagem. Para dar a sensação de que o leitor está realmente segurando um diário, foi optado o formato retangular, em orientação retrato e tamanho 140mm x 185mm (fechado), dado que a grande maioria das referências de diário de viagem encontradas apresentam essa configuração.



TIPOGRAFIA

Para a seleção tipográfica da série considerou-se diversos aspectos importantes apontados, principalmente, pelos autores Timothy Samara (2011), Andrew Haslam (2010) e Emanuel Araújo (2008). Samara destaca que “a escolha da fonte estabelece uma voz para o conteúdo” (2011, p. 30) e que o designer precisa começar o processo de seleção tipográfica através da eleição de fontes que documentem o assunto a ser tratado na publicação.

Considerando-se isso, foram selecionadas tipografias manuscritas e que tivessem aspectos de pinceladas, pois ambas documentam de forma adequada o conteúdo a ser apresentado. Para auxiliar na definição da tipografia, foram levados em conta alguns critérios, como a presença de acentos e cedilhas e a diferenciação entre os caracteres “a”, “g” e “o”, em razão de se tratarem de fontes com caracteres mais infantilizados, que tendem a ter suas letras bastante semelhantes entre si, confundindo o leitor e dificultando a fluidez da leitura, conforme aponta a pesquisadora Sue Walker (2005).

Para o corpo do texto foi selecionada a tipografia *KG June Bug* (por Kimberly Geswein), pois notou-se uma maior diferenciação no desenho das letras “a”, “g” e “o”. Para os títulos foi escolhida a fonte *Appo Paint* (por Grafito Design) pois foi a que mais se assemelhava a pinceladas.

Na etapa de seleção tipográfica também foram ajustados os espaçamentos entre caracteres, entre linhas e entre parágrafos, de maneira a chegar próximo ao que Timothy Samara (2011) chama de “parágrafo ideal”, que seria o texto disposto da melhor maneira possível, proporcionando maior conforto e fluidez na leitura de um texto longo.



A CONSTRUÇÃO DAS PÁGINAS

A construção das páginas de uma publicação leva em conta diversos aspectos, como a definição de um grid e da mancha gráfica. De acordo com Andrew Haslam (2010), o grid define as divisões internas das páginas de uma publicação, estabelecendo a posição a ser ocupada pelos elementos nelas dispostas.

A primeira decisão a ser tomada quanto a construção das páginas foi que ela se dará de forma simétrica – com manchas uniformes e ritmo inalterado – ou assimétrica – com tensões diferentes a cada página. Para os livros da série aqui proposta, foi optado utilizar a composição assimétrica, pois acredita-se que tal composição se encaixa melhor na presente proposta, pois proporciona maior dinamicidade e liberdade na criação de cada livro, deixando livre a disposição da mancha gráfica e demais elementos.

DIAGRAMAÇÃO

Para iniciar esta etapa, foi necessário compreender as características formais dos movimentos artísticos a serem trabalhados nos livros do piloto, de maneira a atingir o objetivo de unir a forma ao conteúdo, transmitindo as peculiaridades dos movimentos através de seus elementos visuais. A análise individual de cada movimento foi baseada na observação das obras de cada artista a ser trabalhado e nos livros supracitados de Giulio Argan e Lucio Agra. Através desta análise foram determinados conceitos-chave que descrevem a forma como foram interpretados cada um dos movimentos, e que servirão de base para o desenvolvimento dos elementos visuais de cada um dos livros.

O movimento impressionista foi caracterizado pela falta de contorno nas figuras e pinceladas “rabiscadas”; o movimento



pós-impressionista por pinceladas “em redemoinho”; o movimento cubista pela planificação e geometrização dos objetos, sobreposição de elementos e pelos múltiplos pontos de vista; o movimento suprematista pela supremacia da forma; e o movimento neoplástico pela linearidade e falta de curvas.

Com base nas definições acima, foram feitos os esboços dos livros, que apresentam a disposição dos elementos visuais nas páginas juntamente com os textos originais. Tais esboços foram elaborados devido à composição assimétrica das páginas, uma vez que precisaria-se combinar vários elementos diferentes entre si. De acordo com Emanuel Araujo,

quando se trata de obra graficamente complexa, em que haja necessidade de combinar na página grande número de elementos, torna-se útil a prévia elaboração de um rafe, uma espécie de rascunho, esboço ou página-modelo. [...] Nesses esquemas de organização da página determinam-se, de fato, não só a proporção da mancha gráfica como a própria normalização visual do conjunto de páginas que compõem o livro, imprimindo a este um tratamento coerente mesmo quando se trata de construção assimétrica. (ARAÚJO, 2008, p. 396)

Visto isso, determinou-se que os elementos visuais das páginas seriam pintados à mão, uma vez que este recurso proporciona maior proximidade com as obras, conferindo maior naturalidade em relação à textura da pincelada, demonstrando a imperfeição, dificilmente proporcionada pelos recursos digitais. Além disso, o desenho à mão se relaciona diretamente com o conceito de diário de viagem, que geralmente carrega consigo figuras desenhadas a mão ao longo de suas páginas.

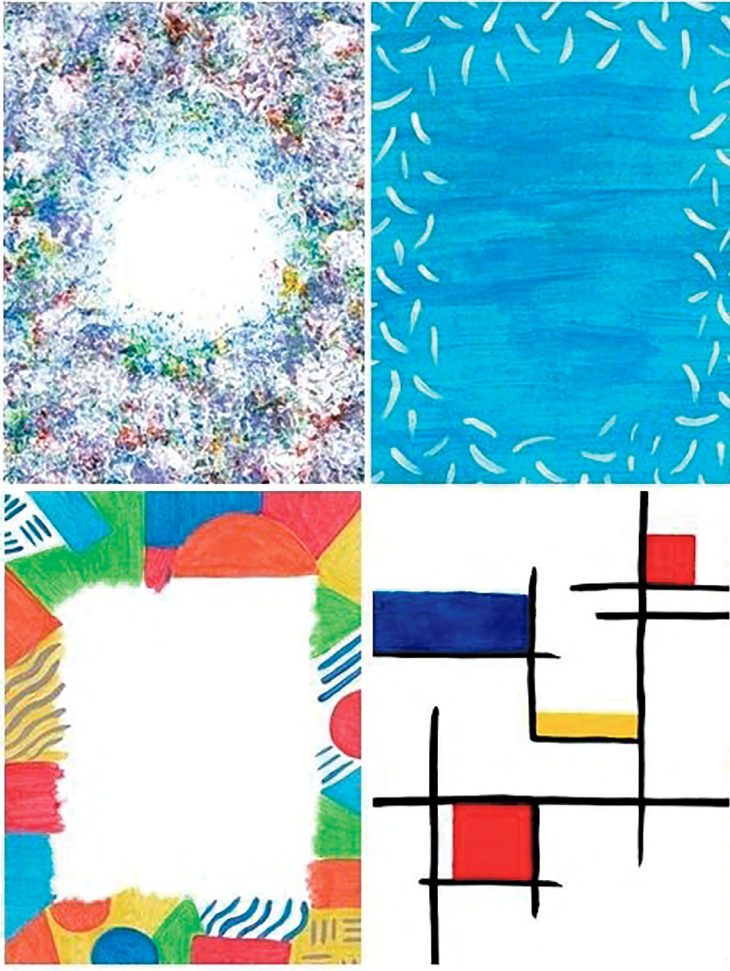


Figura 04: Amostra de alguns planos de fundo pintados para cada livro

Fonte: Autora

As páginas foram desenhadas a lápis e pintadas com tinta guache (Figura 04). Para o Impressionismo, foi utilizada uma bola de papel banhada em tinta para produzir o efeito de pincelada “rabiscada”, proporcionando um efeito parecido com o que é encontrado



nos quadros impressionistas. No livro sobre Pós-Impressionismo foram feitas pinceladas em redemoinho, inspiradas no quadro *Noite Estrelada*, de Vincent Van Gogh. Já para o Cubismo foram desenhadas formas geométricas planificadas e sobrepostas, como sugerido nos conceitos-chave para a elaboração do visual dos livros. No Neoplasticismo explorou-se a composição com linhas pretas e retângulos nas cores primárias, características das pinturas de Piet Mondrian. Por fim, no Suprematismo, utilizou-se apenas quadrados e círculos na composição, tal qual Kazimir Malevich fazia em suas obras.

CAPAS, PASSAPORTE, ADESIVOS, POSTAIS E EMBALAGEM

Finalizada a diagramação, passou-se para a produção dos demais itens que compõem a série, bem como as capas do fichário e de cada um dos livros. Os primeiros itens desenvolvidos foram as capas. O fichário foi baseado nas capas dos diários de viagem, que geralmente possuem mapas e colagens decorativas, além disso, procurou-se incluir imagens de obras de arte apresentadas na série. As capas dos livros apresentam disposição bastante semelhante, diferenciando-se por não conterem o mapa mundi e sim um fundo kraft. A figura 05 mostra as capas produzidas juntamente com as referências visuais que serviram de modelo.

Para a confecção do passaporte (Figura 06) definiu-se o tamanho de 95mm x 135mm (fechado). A capa contém o mesmo fundo kraft e ilustração de mundo apresentados nas capas dos livros, proporcionando unidade à publicação. A parte interna é composta por páginas destinadas a anotações a respeito da viagem e colagem dos adesivos, que foram elaborados com ilustrações vetoriais baseadas em carimbos de viagem.



Figura 05: Capas do livro e fichário com suas respectivas referências visuais

Fonte: Autora e Pinterest (<https://br.pinterest.com/>)

Os cartões postais (Figura 07) seguem o padrão de postais encontrados no mercado, com uma imagem na frente – neste caso uma obra de arte – e espaço para o endereço e dedicatória no verso.

O último item confeccionado foi o revestimento da embalagem (Figura 08), que foi elaborado de forma a se parecer com uma mala, porém mantendo a mesma identidade visual da capa do fichário.



Figura 06: Adesivos e passaporte (capa e páginas internas)
Fonte: Autora



Figura 07: Cartão postal Vincent Van Gogh, frente e verso | Fonte: Autora



Figura 08: Revestimento da embalagem | Fonte: Autora

IMPRESSÃO E MONTAGEM

Uma das últimas etapas da produção de uma publicação é a impressão, que, de acordo com Ambrose & Harris (2009), é responsável por ampliar ou reduzir a qualidade visual do material, logo, escolher o tipo correto de papel e impressão para uma publicação é parte muito importante do processo.

Para a composição da série aqui proposta escolheu-se utilizar três diferentes tipos de papel e dois tipos de impressão, pensando na adequação destes à proposta. Os papéis selecionados foram o papel Pólen Bold 90g/m² para os miolos, carta e ficha de créditos; papel Couchê 170g/m² para as galerias e cartões postais; papel Couchê 120g/m² para



as imagens dos livros e revestimentos do fichário e embalagem; e papel Canson C. A. Grain 140g/m² para as capas dos livros.

Para o miolo dos livros foi escolhida a impressão em jato de tinta, pois, apesar de não garantir muita fidelidade e variedade de cores, possui acabamento fosco, o que foi determinante para a escolha, já que as ilustrações de fundo dos livros foram realizadas com tinta guache, que tem acabamento opaco. Já para as imagens que compõem a publicação foi optado pela impressão à laser em papel Couchê, que garante maior fidelidade de cores e detalhes. Além da impressão, foi necessário realizar a montagem do produto, que foi baseada nos bonecos de teste e em moldes desenvolvidos para o fichário e embalagens.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No decorrer deste projeto experimental foram abordados diversos aspectos teóricos que serviram de base para a elaboração da série aqui proposta, desde questões que envolvem o desenvolvimento infantil e a importância da arte para as crianças, até tópicos referentes ao projeto editorial e gráfico da publicação. A pesquisa bibliográfica permitiu que se compreendesse desde o leitor até o tipo de produto mais adequado para este, proporcionando uma base sólida para a elaboração do produto proposto, permitindo que se chegasse a um resultado coerente com os propósitos definidos no início da pesquisa.

Como trabalho final de graduação, este projeto proporcionou diversos aprendizados e experimentações, uma vez que fez-se necessário buscar fontes bastante diversas para sua elaboração. Foram utilizadas bibliografias de arte, design, editoração, literatura, pedagogia e psicologia, o que permitiu a imersão em mundos



ainda não muito explorados durante o período de graduação, num processo que contribuiu não só para a produção deste trabalho, mas também para a formação profissional em Produção Editorial.

Compreende-se que um dos papéis do produtor editorial é o de gerenciar o processo de produção de um material, avaliando e tomando decisões para que este chegue da maneira mais adequada até seu público de destino. Durante a produção dos livros, tornou-se possível compreender todas essas etapas, de maneira muito próxima já que foi elaborado desde o conteúdo até o produto impresso.

A intenção inicial era a de produzir uma série de livros de arte que possuísse projeto gráfico relacionado aos movimentos artísticos do período da Arte Moderna, mas para isso precisou-se compreender e desenvolver questões que vão além da organização editorial e do projeto gráfico. Foi necessário estudar o desenvolvimento infantil, criar os originais (preocupando-nos com cada palavra e expressão escrita), pintar todos planos de fundo que compõem as páginas dos livros, diagramar, imprimir e montar o produto manualmente. Por todos esses aspectos, considera-se que o objetivo central do trabalho foi alcançado, proporcionando uma série de livros de Arte Moderna voltados ao público infanto-juvenil com diagramação e projeto gráfico alinhados à proposta de cada movimento artístico que representam.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALI, Fatima. **A arte de editar revistas**. São Paulo: Editora Companhia Nacional, 2009.

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Design thinking**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Impressão e acabamento**. Porto Alegre: Bookman, 2009.



ARAÚJO, Emanuel. **A construção do livro**: princípios da técnica de editoração. 2 ed. revisada e atualizada. Rio de Janeiro: Lexikon Editora Digital; São Paulo: Fundação Editora da UNESP, 2008.

BAMBERGER, Richard. **Como incentivar o hábito de leitura**. São Paulo: Cultrix, 1977.

COELHO, Nelly Novaes. **Literatura infantil**: teoria, análise, didática. São Paulo: Editora Ática, 1991.

FENSTERSEIFER, Thais Arnold. **Design editorial**: os livros infantis e a construção de um público-leitor. 210 p. Monografia (Design Visual) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/61843>>. Acesso em: 08 nov. 2017.

HASLAM, Andrew. **O livro e o designer II**: como criar e produzir livros. São Paulo: Edições Rosari, 2007.

LINDEN, Sophie Van der. **Para ler o livro ilustrado**. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

LOURENÇO, Daniel Alvares. **Tipografia para livro de literatura infantil**: desenvolvimento de um guia com recomendações tipográficas para designers. 286 p. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2011. Disponível em: <<http://acervodigital.ufpr.br/handle/1884/26092>>. Acesso em: 08 nov. 2017.

LOWENFELD, Viktor; BRITAIN, W. Lambert. **Desenvolvimento da Capacidade Criadora**. São Paulo: Mestre Jou, 1970.

NECYK, Barbara Jane. **Texto e Imagem**: um olhar sobre o livro infantil contemporâneo. 167p. Dissertação (Mestrado em Design) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007. Disponível em: <<http://doi.org/10.17771/PUCRio.acad.10052>>. Acesso em: 08 nov. 2017

PIAGET, Jean. **Seis estudos de psicologia**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.

POWERS, Alan. **Era uma vez uma capa**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.



SAMARA, Timothy. **Guia de design editorial**: manual prático para o design de publicações. Porto Alegre: Bookman, 2011.

WALKER, Sue. **Typography in Children's Books**. Books for Keeps Magazine, n. 154, set. 2005. Disponível em: <<http://booksforkeeps.co.uk/issue/154/childrens-books/articles/other-articles/typography-in-childrens-books>>. Acesso em: 08 nov. 2017.

ZILBERMAN, Regina. **A literatura infantil na escola**. São Paulo: Global Editora, 1981.



ISTO NÃO É UM LIVRO

UMA PROPOSTA DE
MATERIAL SUPLEMENTAR DE
FÍSICA

Jamille Marin Coletto
Sara Tessele González
Sandra Depexe

O CURSO de Física é um dos dos três cursos com maior percentual de evasão na Universidade Federal do Paraná (UFPR), além de ter uma baixa relação candidato/vaga e baixas notas de corte no vestibular (SIMAS, 2012). Sabemos que esse problema não é exclusivo da UFPR, muito menos do ensino superior, sendo a Física o calo no pé de muitos alunos.

Tivemos como objetivo geral desenvolver um material suplementar de Física para alunos do primeiro ano do ensino médio, trabalhando o conteúdo de lançamentos (horizontal, vertical, queda livre e oblíquo); Além de integrar a mídia impressa e audiovisual (animação) por meio de uma narrativa na qual uma personagem se encontra em uma situação que lhe faz perceber a presença e importância da Física para resolver seus problemas.

Buscamos produzir um material que preze pelo aproveitamento do formato como ponto de captação de atenção e que remeta ao conteúdo, como uma metodologia “mais dinâmica e criativa”, o que ajuda o aluno a absorver com mais clareza conteúdos abstratos como a física (SILVÉRIO, 2001).



Para a elaboração deste projeto experimental, adotamos uma metodologia projectual que se assemelha ao processo criativo. Assim, os passos que seguimos são similares àqueles comentados por Vilas-Boas (2007), como os aspectos formais, funcionais, metodológicos e simbólicos do design gráfico; a proposta de Samara (2011) sobre as funções do conceito, e, também, o que pensamos ser essencial ao trabalho de criação: necessidade de informações, abstração e adequação de uma solução para o problema.

Embora existam diferentes classificações para as etapas do processo criativo, Souza (2001) traça uma arquitetura da criatividade como solução de problemas. Esta arquitetura integra aspectos de: domínio, que trata da relevância do problema; campos de problema, relativo às associações mentais tanto do problema quanto das experiências passadas do indivíduo; universo cognitivo, todas as experiências vividas e os conhecimentos adquiridos e memorizados pelo indivíduo ao longo dos anos; emoções, que estão presente em todas as etapas representa o fator emocional do indivíduo; trânsito entre domínios por meio da troca de espaços de pesquisa. Em nosso caso, todos os aspectos que desenvolvemos pretendem resolver nossa questão principal: como tornar atraente o conteúdo de Física, por meio de um produto editorial mais inovador que o usual livro didático?

Acreditamos que o material desenvolvido contribuirá para o aprendizado dos alunos no ambiente da sala de aula, mas também temos o intuito que esse material extrapole as fronteiras da escola, podendo ser uma temática contemplada pelo aluno nas discussões de seu cotidiano.



PROJETO EDITORIAL

Para dar início ao processo de desenvolvimento do nosso produto analisamos o material didático utilizado no Colégio Estadual Manoel Ribas. Por meio dessa análise, concluímos que o livro preocupa-se em cumprir sua função básica de transmitir conhecimento e procura fazê-lo de forma precisa e econômica para sua produção em alta tiragem. Entre esses objetivos, não é o foco da publicação explorar de forma criativa o conteúdo. Observamos que é essencial a relação da concepção do material gráfico fundamentado no que ele está representando, ou seja, no seu conteúdo. Assim, nossa proposta é de uma abordagem criativa desses conteúdos para cativar o leitor, tanto no suporte quanto no conteúdo em si.

O projeto editorial consiste na construção de um conceito estruturado de forma que faça sentido para um determinado público-alvo. Na nossa construção editorial tivemos como objetivo principal reinventar a forma de apresentar o conteúdo de lançamentos oblíquos e, para a efetividade disso, nos preocupamos em identificar nosso assunto dentro dos níveis de função explicados por Samara:

Mensagens conceituais possuem diversos níveis de função. A função primária é o assunto em si, a ideia intrínseca que vai receber uma forma para que possa ser percebida. [...] A função secundária de uma ideia é ser relevante e acessível a um grupo específico de pessoas de modo que lhes faça sentido.[...] A maioria das ideias possui também uma função terciária: a de transmitir uma interpretação emocional, associativa ou cultural ao público, que a posicione em contraste com outras formas ou veículos da mesma ideia; em outras palavras, que a diferencie. (SAMARA, 2011, p.15-16)

Diante disso, observamos que a função primária do nosso produto é o conteúdo “lançamentos oblíquos”, ideia principal do material. A função secundária é o formato em que apresentamos esse



conteúdo, ou seja, como o suporte em que a ideia está exposta influencia na sua compreensão e relação com o público-alvo. Na função terciária, temos a história de uma personagem que permeia o material como um todo, ou seja, nesta função se encontra a característica principal de nosso produto por meio da qual procuramos atribuir uma identidade própria e inovadora.

A narrativa que conduz o material é protagonizada por uma extraterrestre, em uma jornada pelas galáxias em busca de respostas para a vida, o universo e tudo mais; assim como o público alvo, os jovens, que estão se descobrindo e desbravando o mundo. Passando pela Via Láctea ela intriga-se com um pequeno planeta azul e decide pousar para conhecê-lo. Após alguns dias a extraterrestre decide continuar sua jornada, mas sua nave estraga e a tecnologia desse pequeno planeta é ultrapassada, portanto incompatível com sua. O leitor poderá ajudar a extraterrestre a resolver os problemas com que se depara para poder impulsionar sua nave e voltar ao seu planeta nos exercícios que compõem o material.

A personagem da história é um ser extraterrestre, escolhida por ser uma figura neutra – pois não tem raça, sexualidade, etnia ou padrão de beleza –, para demonstramos que essas características identitárias, e as diferenças nas quais essas identidades se embasam para ter significado, só existem por uma construção social que é reafirmada em discursos interiorizados.

Pretendemos quebrar os estereótipos e as construções sociais que permeiam essas questões de gênero, raça, sexualidade e etnia, principalmente por ser uma disciplina da área das exatas que é vista na sociedade como lugar do homem branco, demonstrando que qualquer um é capaz de aprender Física e viajar pelas galáxias.

Quanto ao aspecto físico da personagem, fizemos uma pesquisa exploratória de produtos midiáticos para analisar como esses



seres são representados. Notamos que há uma grande divergência na representação desses seres extraterrestres, no entanto a cor verde está, quase sempre, associada a essas criaturas, mesmo que não esteja presente nelas.

COR E TIPOGRAFIA

Ao falarmos de cores, não é possível decifrar integralmente qual será o seu efeito sobre o observador. A cor é absorvida de maneira diferente por pessoas diferentes, pois cada indivíduo tem uma vivência e uma percepção diferente da vida e, conseqüentemente, formam significados diferentes para as mesmas (FRASER, 2011).

Escolhemos as três cores principais de nosso produto, que são o azul, o amarelo esverdeado e o laranja. Empregamos o azul como cor base, pois transmite uma sensação geral de sobriedade, reflexão, e incita a concentração (PERUZZOLO, 2010), além de remeter ao “habitat natural” da nossa personagem principal, o espaço.

O azul e o laranja têm uma relação de complementaridade porque se encontram “em lados opostos do círculo cromático” (AMBROSE, HARRIS, 2009, p. 20). Uma das características da complementaridade das cores é o forte contraste entre elas que torna o design mais vibrante. Além disso, também a utilizamos como recurso de captação da atenção do leitor e de hierarquia.

O amarelo esverdeado recebe destaque já que é em tons de verde que os extraterrestres geralmente são representados. Além de intermediar a frieza do azul trazendo leveza para o material didático e funcionando como ponte para a interação do azul com o laranja, pois se encontra no meio da relação de complementaridade dessas duas cores.

Fazendo parte do grupo das cores quentes, o laranja geralmente



está associado a criatividade e energia, formada pela junção do vermelho e amarelo (PERUZZOLO, 2010). Esta foi empregada como cor principal para a representação de movimento/atividade no projeto gráfico.

A tipografia transmite sensações ao leitor, assim como a cor ou qualquer outro elemento gráfico, “[...] a maneira como são compostos [os tipos] afeta o modo como sua mensagem é lida [...]” (AMBROSE, HARRIS, 2009, p. 12).

Desse modo, utilizamos duas fontes distintas como mostramos na Figura 01 dando enfoques diferentes em cada mídia. Como fonte principal no material impresso, que contém uma maior quantidade de texto, selecionamos a fonte ‘Aleo’, serifada; a fim de facilitar a leitura (AMBROSE, HARRIS, 2011). Para a mídia audiovisual, optamos pela “QuickSand”, sem serifa, pois está entre os tipos que são melhor lidos no meio digital (CHRIST, 2012).



Figura 01: Tipos utilizados no produto. | Fonte: autoras.

PROJETO GRÁFICO

Nosso projeto é formado por dois objetos diferentes que entrelaçam-se criando o produto final. Definimos então que ambas as mídias teriam sentido e lógica caso vistos separadamente, mas que se complementaríamos se vistos juntos. Assim, optamos por uní-los com a utilização de QR code no material impresso. Como não podemos distribuir o material completo, não fizemos um caminho



de volta - do audiovisual para o impresso, no qual apenas conterá informações sobre o projeto e suas criadoras.

Decidimos que a unidade gráfica e conceitual aconteceria através do *layout* e pela narrativa. Como se tratam de duas mídias diferentes (audiovisual e impresso) nos preocupamos em ajustar todos os elementos do *layout* às demandas de cada mídia, como por exemplo, o tamanho dos tipos e as cores.

Embasado na já mencionada pesquisa exploratória, criamos a personagem. Inicialmente, ela tinha traços mais orgânicos. Porém, após analisar o estilo de animação e nossas capacidades técnicas, optamos por mudar o estilo da ilustração para traços geométricos, como mostra a Figura 02. Além disso, com o estilo geométrico a aplicação da personagem em outros produtos (caso seja produzido uma coleção) é facilitada.



personagem estilo orgânico



personagem estilo geométrico

Figura 02: Estilo inicial e final da personagem. | Fonte: autoras.



IMPRESSO

Como mencionamos anteriormente, o formato não é aproveitado em livros didáticos tradicionais. Portanto, decidimos que nosso produto seria um arco tridimensional, devido à representação do movimento oblíquo – um dos tópicos abordados no material; além de auxiliar na materialização do conteúdo no próprio material.

Começamos a explorar e testar qual seria a melhor maneira de dispor o arco. Na Figura 03 ilustramos esse processo.

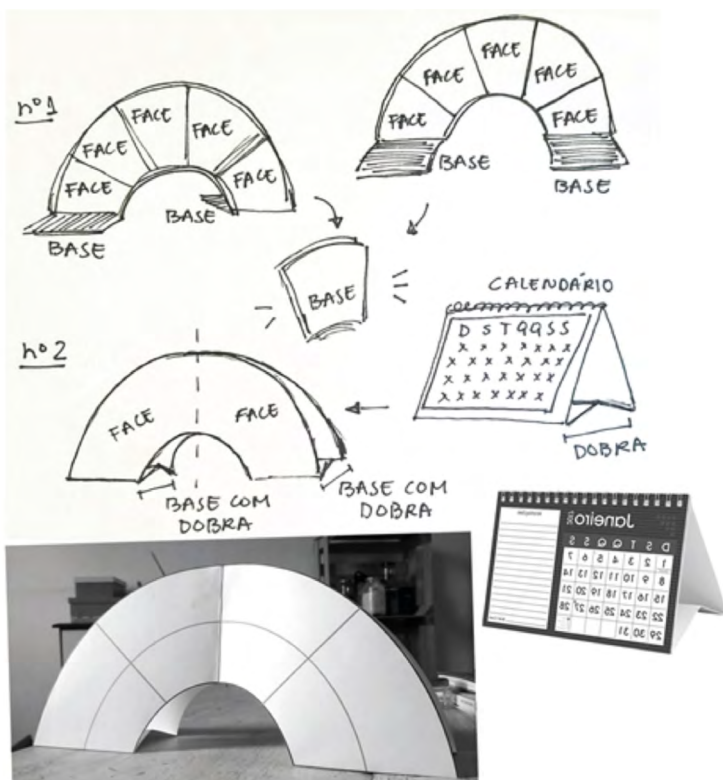


Figura 03: Esboços de como imaginamos o produto e protótipos. | Fonte: autoras.



Após vários testes com diferentes tipos (offset, cartolinas e kraft) e gramaturas de papéis, chegamos a conclusão de que o modelo número 1 não seria viável, pois os protótipos que se sustentavam não ficavam com as faces de mesmo tamanho e, quando fechados, se tornavam irregulares. Enquanto isso, os protótipos com faces iguais não ficavam de pé.

Decidimos trabalhar em um novo modelo, inspirado em calendários de mesa. O novo modelo tem apenas três dobras (uma em cada base e uma na metade do arco) e quando fechado o leitor se depara com um “livreto” em forma de meio arco.

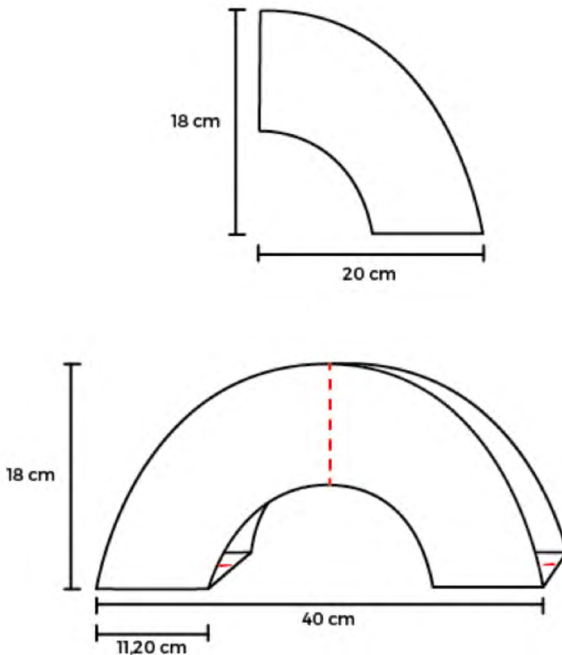


Figura 04: dimensões do material impresso. | Fonte: autoras.



Com esse formato, impresso em papel supremo 250g, o produto tem dimensões de 20 centímetros de largura por 18 centímetros de altura e se sustenta fisicamente e significativamente, no que se refere a sua conexão com o conteúdo, como demonstramos na Figura 04.

Para a disposição eficiente desse *layout*, utilizamos um grid modular. O grid é uma referência que o designer cria para seguir em sua publicação. Este deve ser pensado em conjunto com o projeto editorial da publicação, levando em conta o público-alvo e a mensagem que essa publicação quer passar aos leitores. Segundo Samara, “Um grid é constituído por um conjunto específico de relações de alinhamento, que serve como guia para distribuição de elementos em um formato de página.” (SAMARA, 2011, p. 69). Optamos por utilizar o grid modular, como mostramos na Figura 05, pois se ajusta ao formato do produto de forma mais eficiente e também porque permite uma maior flexibilidade e precisão (SAMARA, 2011).

Além de caracterizar o *layout* para manter a unidade dos produtos, procuramos, com as cores selecionadas, organizar o material de forma que as classes do conteúdo (títulos, parágrafos, quadros e fórmulas) “[...] sejam imediatamente reconhecíveis, o que nos ajuda a processar rapidamente o material que estamos lendo.” (AMBROSE, HARRIS, 2009, p.132).

Como mencionamos anteriormente, o laranja tem uma relação de complementaridade com o azul escuro e transmite dinamicidade, por isso decidimos utilizá-la em traços que indicam movimento. Em elementos visuais, como quadros e gráficos, decidimos aplicar a cor amarela, que contrasta bem com o fundo. Por ser uma cor aberta, que transmite vitalidade e luz (PERUZZOLO, 2010), procuramos também captar a atenção do leitor em elementos essenciais



para a compreensão do conteúdo. Empregamos um tom de azul mais claro, como mediador dessas cores mais intensas, para os elementos que estão sob o destaque, como as fórmulas e os títulos.

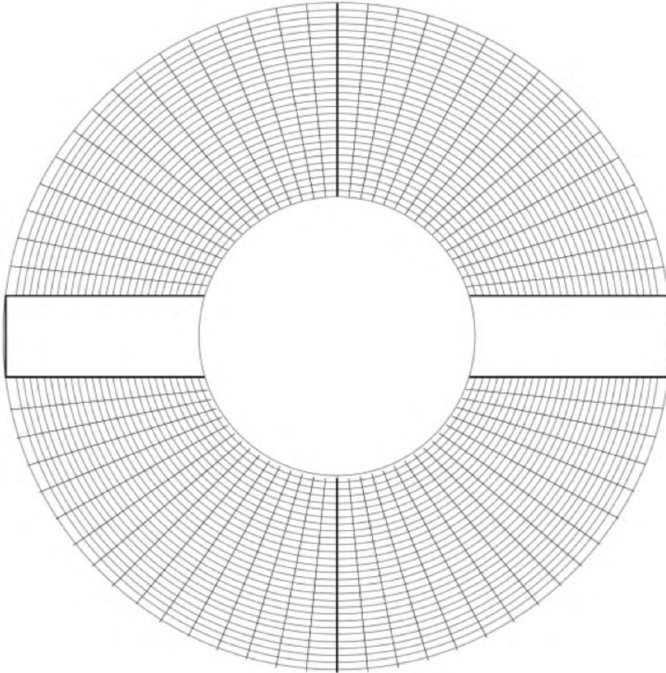


Figura 05: Grid modular elaborado no *Adobe Illustrator*. | Fonte: autoras.

A tipografia é um elemento do design que, quando pensado prezando pela melhor funcionalidade e finalidade pretendida, também auxilia na navegação pelo conteúdo (LUPTON, 2013). Para cumprir essa premissa, nossa proposta de utilizar dois tipos - associados à cor - colaborou na hierarquia e consequentemente na localização do leitor no conteúdo.

Para os títulos, utilizamos a fonte “Quicksand” de tamanho 21pt com caracteres minúsculos em versalete. Além de ser um estilo



diferente ao do corpo do texto, a utilização do versalete é “[...] um modo sutil de ressaltar o corpo do texto circundante.” (AMBROSE, HARRIS, 2011, p. 22). Prezando pela legibilidade em um formato não convencional, optamos por aplicar no corpo do texto, na cor branca (contraste mais efetivo com o fundo), o tipo “Aleo”, serifado, com tamanho de 10pt e entrelinha de 12pt, de largura estável e com transição grosso/fino praticamente nula.

Decidimos trabalhar a mancha gráfica acompanhando o formato do material, ou seja, dispomos os elementos gráficos e texto com linha de base curva. Esse foi o maior desafio que encontramos durante a confecção do produto: criar, manualmente, no *Adobe Illustrator*, a linha de base conforme a entrelinha e tamanho da fonte. Para aprimorar o fluxo de leitura, optamos por dispor o texto em blocos não justificados (Figura 06).

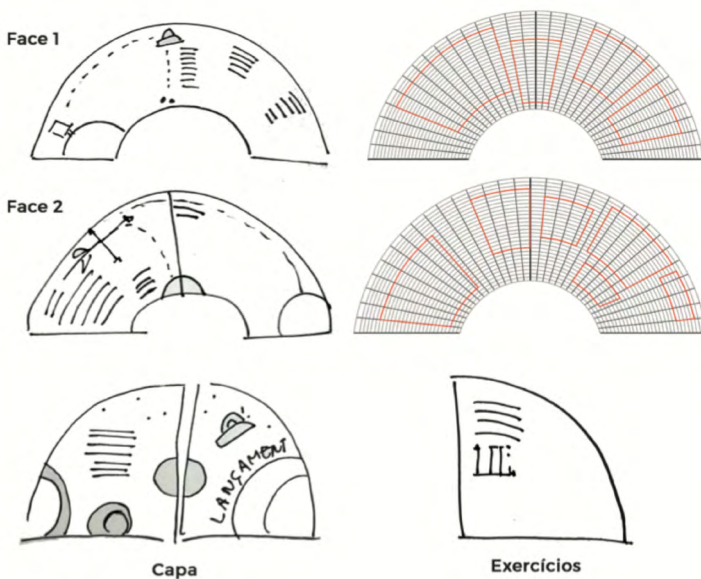


Figura 06: Rascunhos da disposição do texto e elementos gráficos. | Fonte: autoras.



Conforme a ideia desenvolvida por Samara (2011), pensamos nas ilustrações não apenas como elementos representativos, mas como contextualizadoras da história da personagem e do conteúdo. Essa relação entre história, representação ilustrativa e conversação com os diferentes tópicos do conteúdo abordado foi outro dos desafios que enfrentamos durante o processo da diagramação (Figura 06).

Quando pensamos na capa do material, decidimos unir sua característica de apresentação do conteúdo ao fator praticidade, pois ela funciona também como um envoltório no qual o leitor encontrará o conteúdo e os exercícios em suportes separados. A capa “[...] deve chamar a atenção para gerar interesse, oferecer alguma pista acerca do conteúdo interno e refletir as funções secundárias e terciárias desse conteúdo [...]” (SAMARA, 2011, p. 86). Diante disso, apresentamos por meio da ilustração a personagem e uma prévia da situação em que ela se encontra (em apuros, com sua nave estragada) - função terciária; a função secundária é perceptível pelo formato diferenciado. Essas funções também são trabalhadas na quarta capa, pois há uma sinopse do conteúdo e as instruções de uso do material. Ressaltamos que, ao contrário do material didático analisado anteriormente, nosso produto não contém o hino nacional na quarta capa, por tratar-se de um material de apoio.

Nesse envoltório, em que encontram-se a primeira e quarta capa, buscamos apresentar ao leitor o estilo editorial do projeto. Sobre isso, Zappaterra comenta que:

Um designer editorial utilizará o texto para interpretar e expressar o editorial, comunicar significado, oferecer variação, trabalhar com a imagem e outros elementos de design para transmitir emoções ou criar vínculos simbólicos ou literais (ZAPPATERRA, 2014, p. 179).



Diante disso, procuramos trabalhar nosso texto de forma harmônica, tanto no material impresso quanto na totalidade da proposta que vincula duas mídias em um mesmo produto.

ANIMAÇÃO

Segundo Magalhães, a “Animação é a arte de conferir a ilusão de vida, através do movimento, a objetos inanimados” (MAGALHÃES, 2015, p.11). A animação, assim como qualquer outro produto audiovisual, é uma sequência de imagens estáticas que são lidas e processadas por nosso cérebro como um conjunto de imagens animadas, com movimento e vida. É necessário um período de tempo para o globo ocular reter a luz que se transforma em imagem no nosso cérebro, e, devido a esse tempo, nós temos a impressão de que os movimentos não são interrompidos. E assim são as animações, nada mais que pura ilusão. Uma ilusão muito trabalhosa de se desenvolver, podemos afirmar.

Escolhemos usar a mídia audiovisual, pois ela torna o conteúdo abstrato de Física mais palpável; especificamente animação, por termos afinidade com esse estilo de audiovisual, pela ilustração propiciar associações mais expressivas e abstratas que a fotografia (ZAPPATERRA, 2014) e por essa mídia nos permitir trabalhar uma personagem mais expressiva, assim como sua história.

Segundo Field (2001), o roteiro é uma narrativa estruturada através de imagens e elaborada por meio da descrição tanto das cenas, falas, personagens; quanto pela parte técnica, como ângulo de câmera, corte, transições. O autor também afirma que um roteiro é constituído por três atos, no qual o primeiro cria o contexto, apresenta a história, as personagens e suas relações, a premissa dramática – sobre o que se trata a narrativa – e a situação



dramática – o cenário da ação; o segundo ato é o momento de confronto do roteiro, onde a personagem enfrenta obstáculos para chegar ao seu objetivo; e o terceiro ato é a conclusão, a resolução do conflito trabalhado em toda a narrativa.

Optamos por fazer um *storyboard* ao invés de um roteiro convencional, pois apenas palavras não eram suficiente para visualizar a animação e suas possíveis falhas, precisávamos de imagens. Segundo Cantor e Valência (2004), o storyboard é um elo que conecta o roteiro escrito ao mundo dos produtos audiovisuais; é também um facilitador para o animador, que ajuda a prever falhas e a visualizar melhor o estilo, os momentos de tensão e de pausa, enfim, a animação como um todo (BETHÉ, 2010).

Após a criação da personagem, sua personalidade, forma e objetivo, analisamos quais conteúdos seriam interessantes animar e criamos um esboço de roteiro, para cada animação. Depois da elaboração dos esboços, desenvolvemos os storyboards de duas animações.

Existem inúmeros tipos de animação: *stop-motion*, animação digital, *claymotion*, roscopia e outras. Após pesquisarmos referências de diferentes animações, optamos por desenvolver a nossa como animação 2D. A partir disso, pesquisamos referências de animações 2D e definimos o estilo.

Como mencionado anteriormente, criamos uma paleta de cores base para as duas mídias, adaptando essa paleta para cada uma das mídias. O sistema de cor da mídia visual e eletrônica, como é o caso da animação, é o RGB, ou sistema aditivo.

Para essa mídia selecionamos tons mais vivos, característica do RGB, para dar um tom alegre a animação e chamar a atenção do público, mantendo as cores mencionadas no projeto editorial.



O processo de vetorização das ilustrações que compõem a animação se deu com o software *Adobe Illustrator* a partir do nosso storyboard. Desenhamos os elementos que havíamos planejado inicialmente; como a personagem, a nave espacial, etc. Porém, no decorrer do processo de animação, inserimos vários outros elementos que achamos necessários e retiramos os desnecessários.

Para o processo de animação utilizamos o *Adobe After Effects*. Nesse processo, notamos vários erros no *storyboard*, principalmente em relação às transições de uma cena para outra. Adaptamos, criamos e retiramos algumas cenas ou elementos desnecessários.

Após animar todas as cenas, finalizamos a animação no *Adobe Premiere*, no qual inserimos os efeitos sonoros e unimos todas as cenas. Antes de descrever um pouco esse processo, precisamos discutir a importância do áudio no audiovisual.

A música sempre esteve presente no cinema, teatro e expressões, ela é responsável por intensificar ou induzir uma emoção ao espectador; ambientar ou contextualizar uma cena ou um cenário; dar ritmo e emoção a um audiovisual; a música e os efeitos sonoros complementam e refinam a qualidade cinematográfica do audiovisual (CANTOR, VALENCIA, 2004).

Muitos autores dividem o áudio cinematográfico em sonoplastia, voz, música e silêncio, para fins teóricos. A sonoplastia são os efeitos sonoros: uma porta batendo, a estática ao fundo; a voz é a fala das personagens; a música é a trilha sonora, um nota musical que expressa um sentimento; o silêncio são as pausas, momentos sem áudio.

Nós consideramos o áudio intrínseco à elaboração da animação. Ela dá vida, complementa o visual e muitas vezes o simplifica. No nosso produto, tanto os efeitos sonoros quanto a trilha sonora foram compostas por arquivos de sites gratuitos como *freesound*, o



Youtube e *Free Music Archive*. Inserimos esses áudios no *Adobe Premiere*, onde mixamos vários efeitos e trilhas para compor o áudio da nossa animação. Utilizamos a trilha sonora *Nowhere Land*, de tom futurista, ao iniciar e finalizar a animação, para criar uma harmonia.

Ainda no *Adobe Premiere* legendamos a animação, como meio de incluir pessoas com necessidades especiais auditivas. A fonte para a legenda é a *Quicksand*, versão *bold* em tamanho 55, cor branca. No entanto, a cor branca tornou-se pouco legível. Decidimos então deixar a fonte branca com um contorno azul.

Inicialmente a fala da personagem seria apenas um chiado. Porém, percebemos que o leitor poderia se distrair com a animação e não conseguir ler a legenda. Assim, decidimos inserir uma narração, feita por Ariane Vizzoto, graduanda de Artes Cênicas.

Inserir a narração foi de encontro à nossa ideia de uma personagem neutra, pois não existe uma voz neutra. Ainda assim, achamos necessária a presença de uma narração para o melhor entendimento da animação. No entanto, essa inserção não interferiu na construção neutra da personagem e reforçou a ideia de que a ciência é lugar para todos, não apenas do homem branco, como é construído socialmente, e que discorreremos no capítulo do projeto editorial.

Para acessar a web, o usuário pode utilizar inúmeros dispositivos, de resoluções e proporções diferentes, ou seja, o *layout* é líquido, variável. Como disponibilizaremos o vídeo na plataforma *YouTube*, e a maioria dos monitores atualmente são de proporção 16:9 *aspect ratio*, decidimos desenvolver uma animação em alta resolução - HDTV, 1920 por 1080 *pixels* - pois pode se ajustar às telas pequenas e ficar muito boa em monitores com alta resolução; e de proporção padrão 16:9.



A finalização do arquivo se deu em formato mp4, pois se adequa bem a plataforma de distribuição. Como já mencionamos, tínhamos em mente uma animação curta, em torno de um minuto, para que o público não fique entediado ou disperse a atenção. O arquivo final ficou com 1 minuto e 47 segundos.

CONSIDERAÇÕES

O objetivo deste estudo foi desenvolver um material didático de Física que trabalhasse o conteúdo de lançamentos de forma integrada entre as mídias impressa e audiovisual (animação), com o propósito de aprimorar sua assimilação, uma vez que essa é uma área de grande evasão no ensino superior e de grande dificuldade no ensino médio, como confirmamos com a vice-diretora do Colégio Manoel Ribas, Tania Menegat. Assim, representamos o conteúdo no formato do produto impresso e explicamos parte da matéria com a animação, tornando o assunto menos abstrato para o leitor.

Com o desenvolvimento deste projeto, aprendemos que, muitas vezes, a solução que imaginamos para determinado desafio é apenas uma pequena parte de um processo muito maior de descobertas. Essa premissa é comprovada pelas nossas resoluções iniciais para a aparência da animação e do material impresso, visto que inicialmente planejamos ambos com uma aparência diferente – a animação com um traço mais orgânico e o material impresso com uma abertura sanfonada explicada no capítulo do projeto editorial.

Outra de nossas intenções iniciais era aplicar o produto final no Colégio Manoel Ribas. Porém, no decorrer do processo, percebemos que isso não seria possível, pois os prazos eram curtos. Mesmo com a ausência desse teste, vemos nosso projeto como uma versão



inicial de um material que pode auxiliar na aprendizagem de uma disciplina que tem sido uma dificuldade para grande parte dos alunos. A intenção original era ele fazer parte de uma coleção, e que nessa coleção pudesse ser trabalhada todo o conteúdo de Física do primeiro ano.

O papel do produtor editorial diante de um produto, seja uma publicação impressa, um produto audiovisual ou um programa de áudio é criar/editar um determinado conteúdo/conceito para que ele chegue até o seu público da melhor maneira possível. E esse caminho se inicia na compreensão do público e suas necessidades.

Nosso produto surgiu de um problema que parecia nos rodear mas que não era nosso: por que as pessoas têm tanta dificuldade na área de Física? Nós não sabemos o motivo e esse estudo não foi desenvolvido com intuito de desvendar essa questão, mas desejamos que as pessoas conseguissem ver a Física através de nossos olhos. Então decidimos mostrar que a Física pode ser divertida.

REFERÊNCIAS

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Design básico: cor**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Tipografia. 1 ed.** Porto Alegre: Bookman, 2011.

BETHÉ, Simon. **Animação Digital 2D: simulando fazer tradicional através da ferramenta do computador**. Dissertação. 2010. 176f. Dissertação (Mestrado em Artes) Escola de Belas Artes da Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, 2010. Disponível em: <<http://migre.me/wqC63>> Acesso em: 13 abr. 2017

CANTOR, Jeremy; VALENCIA, Pepe. **Inspired 3D Short Film Production**. Boston: Thomson, 2004.

FIELD, syd. **Manual do roteiro: os fundamentos do texto cinematográfico**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.



FRASER, T; BANKS, A. **O essencial da cor no design**. São Paulo: Editora Senac, 2011

LUPTON, Ellen. **Novos fundamentos do design**. 2. ed. São Paulo: Cosac Naify, 2015.

MAGALHÃES, Marcos. **Cartilha Anima Escola: Técnicas de animação para professores e alunos**. 2ª ed. Rio de Janeiro: IDEIA, 2015. Disponível em: <http://www.animaescola.com.br/media/arquivos/material%20pedag%C3%B3gico/animaescola_cartilha2015_web.pdf>. Acesso em: mar. 2017.

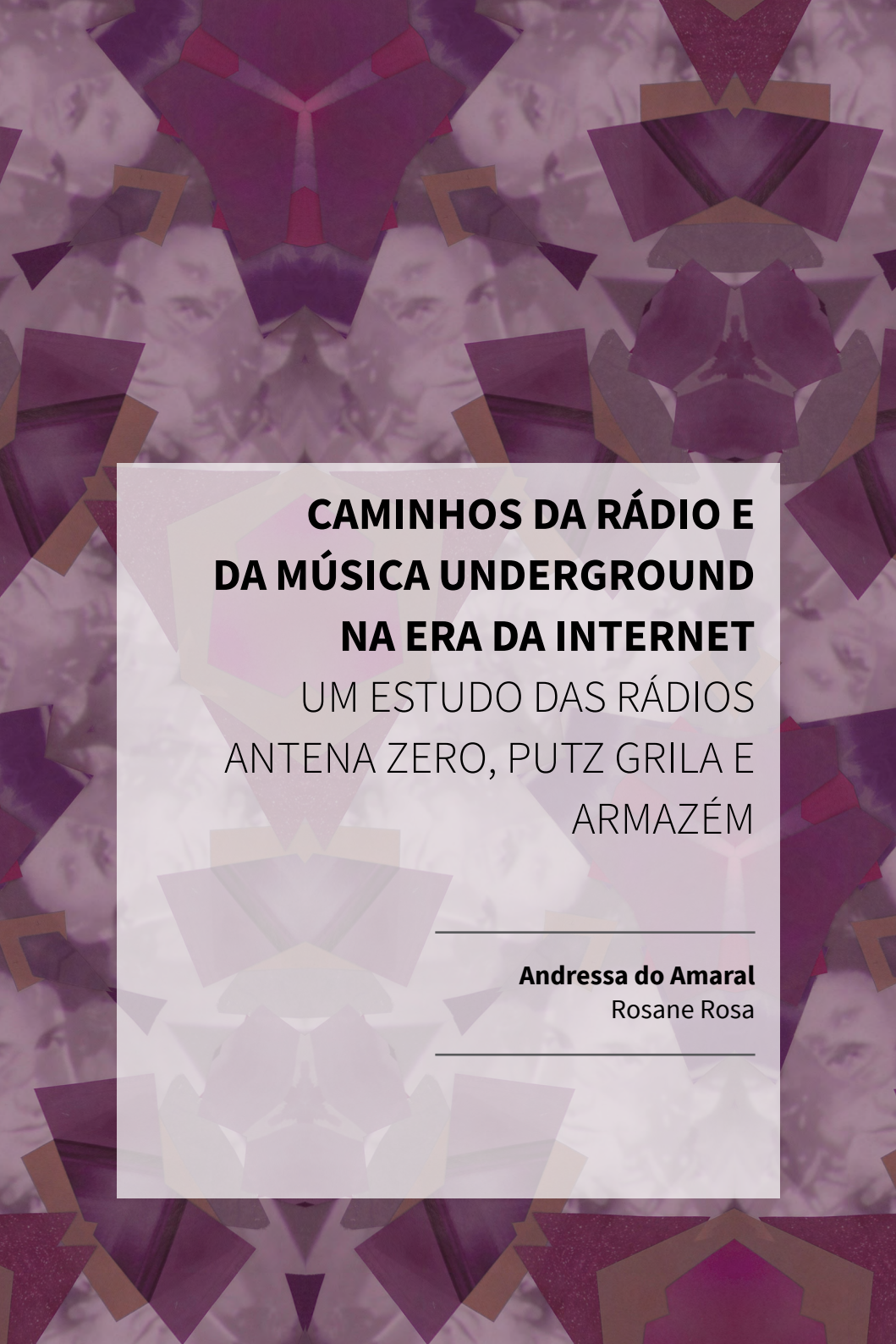
PERUZZOLO, Adair. **Entender Persuasão**. Curitiba: Honoris Causa, 2010

SAMARA, Timothy. **Guia de Design editorial: Manual prático para o design de publicações**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

SOUZA, Bruno Carvalho Castro. **Criatividade: uma arquitetura cognitiva**. 2001. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia da Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.

VILAS-BOAS, André. **O que é [o que nunca foi] design gráfico**. 6 ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2007.

ZAPPATERRA, Yolanda. **Design Editorial**. 1. ed. São Paulo: Gustavo Gil, 2014.



**CAMINHOS DA RÁDIO E
DA MÚSICA UNDERGROUND
NA ERA DA INTERNET**

UM ESTUDO DAS RÁDIOS
ANTENA ZERO, PUTZ GRILA E
ARMAZÉM

Andressa do Amaral
Rosane Rosa

O RÁDIO durante décadas foi um dos principais meios de comunicação e paralelo à sua história, principalmente depois da eclosão do *rock* pelo mundo, emergiu uma demanda por conteúdos musicais alternativos por parte da população mais jovem da sociedade.

Nesse contexto, desde os anos 60 e 70, as programações radiofônicas foram muito importantes para a aquisição de cultura musical dos jovens, principalmente daqueles que moravam distante dos centros onde se vendiam discos ou não tinham dinheiro para compra-los.

Assim, acompanhar as novidades musicais dependia significativamente da formação dos DJs e comunicadores de rádios, ou seja, da sua bagagem cultural, do seu acesso ao material alternativo e da vontade de falar sobre música e compartilhar experiências.

Nessa época, já haviam DJ's comprometidos e com os olhos voltados para a cultura *underground* e para as novidades musicais, trabalhando para difundir música produzida de forma independente.

Durante a década de 1990, a internet foi se estabelecendo no Brasil e essa mesma afeição por conteúdos musicais e alternativos ganhou um novo local onde pudessem ser divulgados, publicados,



discutidos e ampliados seja por meio de *sites*, *blogs*, plataformas de *streaming*, compartilhamento e *download* de vídeos, *sites* de gravadoras independentes. Esse contexto nos remete a Jenkins (2009, pg.29) que aborda a cultura da convergência voltada a “experiências de entretenimento”:

O fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, a cooperação de múltiplos mercados midiáticos e o comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam.

Atualmente, as redes sociais têm cumprido a função de socializar e agregar pessoas de diferentes partes do mundo com o mesmo interesse em conteúdo voltado à música. No contexto da internet, como afirma Sergl (2013 pg.28), “o poder de divulgar ideias e conceitos está ao alcance de todos e compositores e intérpretes se valem dessa tecnologia para divulgar sua produção musical”.

Não só a música *underground* ganhou espaço ampliado, mas também o rádio convencional foi contemplado com a chegada da internet – grande parte das rádios possuem um *site* onde inserem seus conteúdos radiofônicos com textos, imagens, vídeos, etc. e, mais recentemente, as radiowebs aglutinam também a sua própria transmissão em áudio no seu *site*.

Com a internet, o rádio reforçou sua vocação de difusor musical, coexistindo radio tradicional com radioweb. A alternativa de rádio na internet vem democratizando e ampliando a gama de conteúdos produzidos e essas novas perspectivas entram em concordância a ideia de que “a pluralidade de emissoras na web amplia infinitamente as possibilidades de expressões para comunidades, segmentos da sociedade, organizações não governamentais e instituições culturais” (PAULA, 2011 pg.479).



Diante desse cenário que permite usar a internet para aumentar o capital musical de forma individualizada e praticamente instantânea, levantamos as seguintes questões de pesquisa: qual a relevância do formato de programa de rádio, que exige conhecimento sobre a cena musical independente, pesquisa prévia do apresentador/produtor e sua constante atualização? Qual a importância dessa programação para amantes de música independente, para artistas independentes, para as trocas culturais entre diferentes circuitos de música amadora?

Essas indagações surgiram através da trajetória da pesquisadora, quando em 2013 passou a integrar a equipe do programa Santa Demo 800AM pela rádio Universidade da UFSM, convidada por amigas idealizadoras do programa e movida pela curiosidade por música independente, vontade de divulgá-las e pela proximidade com esse universo. As inquietações se intensificaram quando, em 2015, ela começou um trabalho voluntário numa radioweb de Santa Maria, a Rádio Armazém, com o programa “Meninas pra Frente”, que além de perpetuar o ideal de difundir conteúdo sobre música *underground*, ainda faz recorte de gênero, levando à programação apenas produções musicais e/ou culturais encabeçadas por mulheres.

Por meio dessa trajetória, percebemos certa similaridade entre a sinergia que as mídias encontraram para se complementar na internet e a sinergia existente entre os circuitos culturais de música independente do estilo “faça você mesmo” tanto na internet quanto fora dela. Essas parcerias dão origem às comunidades que atuam colaborativamente em prol da cultura alternativa, revelando um universo que merece ser investigado. Bandeira aponta para “a formação de vínculos baseados menos nas relações institucionalizadas do que nos círculos afinitários onde os interesses



comuns conseguem transcender a perspectiva individualista tão característica de nosso tempo” (BANDEIRA, 2001 pg. 01).

Partindo desses pressupostos, buscamos compreender a motivação da resistência dos programas de música *underground* na internet e os desafios enfrentados para discutir e divulgar esse tipo de música, levando em conta a convergência de mídias e o formato mais apropriado que vem sendo desenvolvido para comunicar na web. Pensamos que, identificando e caracterizando a música independente no ciberespaço será possível conhecer parte das cenas culturais que fornecem o conteúdo que preenche esses programas, como os *blogs* e os selos de música independente e o material que as bandas utilizam para divulgar o seu trabalho na internet.

A FILOSOFIA “FAÇA VOCÊ MESMO”

*Você não toca no rádio
Esse não é o seu jogo
Bem eu não me importo nem um pouco
Colei sua fita no stereo
E eu sei cada palavra, cada nota
E cada corda é certa - certamente
Quando me sinto fraco vocês fazem eu me sentir forte
Fazem eu me sentir forte como se nada estivesse errado
(...) Obrigado por tocarem do jeito que vocês tocam!*

(Banda Descendents – ThankYou)

Roquette Pinto, cientista e educador, via no rádio um potencial emancipador e educador, mais ideológico do que comercial. Entretanto, o rádio, em seu princípio, teve muita dificuldade em popularizar a sua programação, principalmente no que diz respeito à pauta musical na qual predominava o estilo clássico com poucos apreciadores.



Foi no período pós-guerra, a partir da década de 50, que o *rock'n'roll* e a juventude se estabeleceram como fenômeno social, agentes históricos capazes de transformações no modo de se portar, vestir e de pensar da juventude. Seu caráter de contestação das normas sociais confere ao *rock* ser o embrião da chamada cultura *underground*, cujas características segundo Nunes e Vaz (2015, p.2), são:

(...) o *underground* caracteriza-se por uma proposta subversiva de oposição à ordem social. Carrega em si elementos críticos da cultura e sociedade, uma vez que se opõe ao status quo e questiona a cultura massiva e mercantil (...) estabelecendo uma contradição para a chamada indústria cultural. (NUNES e VAZ, 2015pg. 02)

Antes da chegada da internet haviam poucas opções no rádio convencional para a difusão desse tipo de conteúdo musical. Porém, com a popularização da web, a migração de conteúdos sobre música alternativa na internet é uma consequência tão natural quanto necessária para esse tipo de conteúdo, com o rádio, não seria diferente como veremos a seguir.

A digitalização revolucionou e ampliou as possibilidades para o rádio, inovou a indústria fonográfica, reformulando o modo de se gravar e armazenar músicas e o modo de divulgá-las através da internet.

A radioweb surge impulsionada pelos processos de digitalização, de modo que qualquer uma das outras categorias (rádio comercial, educativa ou comunitária) pode se tornar uma radioweb. Sua diferença em relação às demais está no suporte e não na linha editorial de conteúdo, que pode ter infinitas possibilidades.

Isso confere a este tipo de rádio ser a mais plural e democrática dentre as demais por meio da convergência de diversas mídias e redes sociais. Sergl (2013 pg. 30) explica o perfil do consumidor



de radio nesse novo cenário “Hoje o ouvinte quer, além de ouvir rádio, entrar no portal, interagir com os locutores, baixar *podcast* e escutar a programação de rádio em tempo real pela rede.”

Nessas condições, torna-se mais fácil ampliar o número de comunicadores e de conteúdo ofertado na web. Somado a isso, há possibilidade dos artistas independentes poderem colocar o seu trabalho na internet ficando praticamente em pé de igualdade com qualquer outro artista (BANDEIRA, 2001), desencadeia um elo de complementaridade entre a radioweb e o músico: há quem queira mostrar o seu trabalho autoral na internet e o disponibiliza na rede, e há quem queira falar sobre ele e o toque em sua programação, isso tudo “sem as rígidas regras impostas pelas gravadoras” (SERGL, 2013pg. 39).

Como os artistas agora dispõem do poder de divulgar seus trabalhos musicais livremente na internet, segundo Sergil (2013 pg. 37), podemos dizer que o rádio perdeu o seu “monopólio de divulgação musical”, visto que a musica alternativa calca-se na cultura DIY como explicam Nunes e Vaz (2015 pg. 03),

A cultura DIY é caracterizada pela rejeição de uma cultura popular *mainstream*, sofisticada e super produzida. (...) afirma que você pode criar, desenvolver e adaptar produtos culturais, executando diferentes tarefas sem precisar da ajuda de um especialista. Você pode fazê-lo, e fazê-lo com mais criatividade e identidade do que se buscasse uma solução especializada e padronizada.

As radiowebs alternativas, cujo principal objetivo é a divulgação de música independente e não o lucro, encontram na web um espaço extremamente fértil para montar uma programação diferenciada. Como a internet é capaz de distribuir conteúdo sobre música de forma diversa e diária, logo, a radioweb deve trazer informações



que façam com que o ouvinte tenha a sensação de estar aprendendo algo novo com aquele produto radiofônico, o que requer responsabilidade e capital cultural do comunicador.

A IDENTIDADE DA RÁDIO WEB ALTERNATIVA

A partir das demais modalidades de rádio, afinidades e/ou discrepâncias com relação à cultura alternativa, refletiremos sobre o conceito de rádio alternativa. Para tanto, descartamos a rádio comercial como contribuinte nesse processo, pois embora possa haver bons conteúdos de música alternativa nesse meio, seu objetivo maior é o lucro e a proposta da rádio alternativa não tem o lucro como objetivo principal.

A rádio alternativa pode até movimentar uma economia, mas esta estará associada a apoiadores culturais ou estabelecimentos de menor porte do que se comparados aos anunciantes das grandes rádios comerciais, e que trabalhem de forma autônoma parecida com a rádio.

Para exemplificar esse tipo de parceria e a cultura da colaboração, tomamos como exemplo as próprias radiowebs aqui estudadas. A Rádio Armazém, da cidade de Santa Maria, cuja identidade visual para a marca da rádio foi criada por profissionais de um estúdio de design em troca de publicidade no *site* da rádio, na programação e nas redes sociais. Já, a Radioweb Antena Zero, de São Paulo, possui um pequeno centro cultural, o ECAZ e conta com a colaboração de apoiadores ouvintes para manter seu funcionamento. A radioweb dispensa a necessidade de concessão pública e regulamentação para funcionar, sendo essa a principal característica que a difere das demais categorias radiofônicas. Segundo Peruzzo, a radio web se aproxima da rádio alternativa e da comunitária com relação



ao conteúdo da programação, especialmente no que se refere às “comunidades de interesse” (PERUZZO, 2011).

Encontramos exemplos dessas comunidades de interesse nas programações da Rádio Armazém e da Rádio Antena Zero que se preocupam com a questão de gênero, pano de fundo da comunidade de interesse: o programa e podcast, blog, Distúrbio Feminino da rádio Antena Zero. Criado em 2011, volta-se ao universo feminino da música alternativa. Em 2015 o Distúrbio Feminino extrapolou a rede e tomou as ruas de São Paulo em forma de festival de bandas independentes femininas. Já, o programa Meninas pra Frente, da rádio Armazém, criado em 2015, aborda notícias e informações sobre a arte feminina (música, artes plásticas, dança, teatro, cinema) pautas e campanhas que discutem gênero dentro e fora da internet.

Esses dois programas tem em comum mais do que o feminismo, eles tem a mesma base de referência para abordar o assunto, que é a subcultura *Riot Girl*.¹, movimento cultural que une *punk* e feminismo, que visa combater a misoginia no *underground*. Interessante destacar que essa característica comum da subcultura *Riot Girl*, também teve origem nos EUA, e fez parte da mesma cena onde existiu a rádio WGTB, as comunidades *punk*, os selos *punk* de música independente, a formação da conjuntura musical que aliou música e política desde sua origem, no início da década de 90 com o movimento “Revolution girl style now” (ANDERSEN e JENKINS, 2015).

A respeito das culturas juvenis e suas formas específicas de estabelecer relações com uma linguagem própria, Reguillo (2013 pg. 55) explica:

Los jóvenes parecen responder a estos flujos globales, dotando de sentido a los nuevos territorios que, em términos

1 Ver mais em: <http://conceito.de/subcultura> acessado em 17 de setembro de 2016.



socio espaciales, se pueden pensar como “comunidades de sentido” (...) operan como una especie de “círculo de protección” ante la incertidumbre provocada por un mundo que se mueve mucho más rápido que la capacidad del actor para producir respuestas.

Para além desses exemplos também houve a programação do jornal O'Viés de Santa Maria, uma proposta de jornalismo alternativo que tinha um programa fixo na grade da Rádio Armazém. Nele, além da seleção musical, eram abordados temas de interesse público como imigração, (des)criminalização das drogas, violência contra a mulher, questões políticas, de meio ambiente, questões indígenas (outras comunidades de interesse para além da questão de gênero) sempre trazendo entrevistas com pessoas da cidade especializadas no assunto.

A programação da radioweb alternativa, embora bastante voltada à divulgação musical, também dialoga com a comunitária como explica Peruzzo (2011 pg. 16):

Disputa (sem disputar o mercado) do espaço virtual com conteúdos diversos daqueles predominantemente presentes por meio da mídia convencional. Um conteúdo as vezes “alternativo”, outras vezes comunitarista, ou meramente recreativo, mas, a partir da visão e representação de seus cidadão e cidadãs.

Desse modo, a radioweb alternativa tem independência econômica da grande mídia, assume compromisso com a liberdade irrestrita de conteúdo e, ao ser idealizada e pensada por cidadãos e cidadãs comuns, forma sua base para essa nova categoria de rádio com muitas características conectadas com as rádios comunitárias e educativas.



Embora a rádio alternativa apresente um viés mais cultural e de entretenimento com relação às comunitárias e educativas, ela também apresenta relevância em suas temáticas e envolvimento com a comunidade que está inserida seja ela geográfica ou “de interesse” (PERUZZO, 2011).

Diante desses exemplos, entendemos a programação da rádio alternativa como aquela cujo comprometimento extrapola o entretenimento puro e simples para promover a cultura com uma reflexão inclusiva e cidadã.

ESPAÇOS DA MÚSICA ALTERNATIVA NA WEB

Considerando o fluxo de conteúdos musicais propiciados pela internet, é pertinente perceber a rota dos percursos da música impulsionados por ela, como explica Prata (2012 pg. 44-45):

A radiofonia sempre foi o meio tradicional para a divulgação de artistas e suas canções. Com a internet, porém, os músicos estão criando e distribuindo suas obras numa relação de independência com a indústria fonográfica que vê, a cada dia, surgirem novos selos virtuais.

A digitalização dos processos musicais são eficientes não só para a divulgação do trabalho dos artistas na web, mas também para a formação de grupos interessados por música autoral, esses nichos ultimamente vêm criando os seus próprios selos de forma autônoma e lançando o material físico (CD) das bandas independentes sem depender de grandes gravadoras.

Mesmo os selos que não editam trabalhos de bandas com sonoridade aproximada a nenhum subgênero do *punk*, a ideia de criar um selo é totalmente inspirada nele. O *punk* é, podemos dizer, para toda a cena independente uma espécie de “primeira escola” onde se aprendem os preceitos básicos da arte musical autônoma.



No meio independente, as bandas continuam produzindo seus materiais físicos porque esse circuito não fica restrito a internet, ele utiliza-se dela para a divulgação e organização de turnês das bandas que muitas vezes acabam se conhecendo graças à esse contato proporcionado por ela. Nesses eventos as bandas expõem o seu *mersch* (camisetas personalizadas, CDs, discos de vinil, fitas cassete, fanzines, adesivos, pôsteres), pois é essa pequena economia que faz com que a cena continue se movimentando.

Para Jenkins (2009) em meio à convergência “as tecnologias de distribuição tornam-se obsoletas e são substituídas, CD’s, arquivos MP3 e fitas cassetes são tecnologias de distribuição”. Porém, no meio alternativo a persistência dessas mídias atua como forma de resistência, onde há uma valorização da aquisição da arte produzida nesse circuito, como um registro afetivo e materialização do sentimento de pertencimento a essa comunidade que vivenciou as transformações decorrentes da web, como explica Bandeira:

Os grupos oriundos do underground musical logo trataram de assimilar recursos e ferramentas potencializando suas atividades junto aos meios de comunicação, ao mercado fonográfico ou ao seu público. (2001 pg. 02)

Sendo assim, compreendemos que a música *underground* tomou seu espaço na web e que ela transcende para o físico através do intercâmbio e organização de eventos onde as bandas se encontram para tocar e os apreciadores compram os materiais físicos das bandas a fim de fortalecê-la e pela afetividade que há nesse tipo de consumo de materiais alternativos.

Essas práticas vão ao encontro e são ratificadas pela afirmação de Shirkky (2011 pg. 37), “Nossas ferramentas de mídia social não são uma alternativa para a vida real, são parte dela. E, sobretudo, tornam-se cada vez mais os instrumentos coordenadores de eventos no mundo



físico”. A internet, portanto, atua como um catalizador desses encontros e das trocas de informação sobre as novidades da cena.

As fanzines, por exemplo, seguem sendo produzidos manualmente e sendo trocados ou vendidos nos eventos, e continuam tendo sua importância, o que nos leva a inferir que as mídias convergem e coexistem dentro e fora da internet.

OS BLOGS DE MÚSICA INDEPENDENTE

Os *blogs* são das mais influentes ferramentas para o compartilhamento de informações desde a popularização da web 2.0. No meio *underground* existem *blogs* que se tornaram referência em cultura alternativa devido às novidades que trazem sobre música, suas impressões, compromisso na assiduidade de publicações e disposição dos *bloggers* de realizarem o serviço de *uploads* dos discos que julgam importante compartilhar com os demais fãs de música independente. Na opinião de Shirky (2011 pg. 57-58),

A mídia amadora é diferente da mídia profissional. Serviços que nos ajudam a compartilhar coisas prosperam exatamente porque tornam mais fácil, e muitas vezes mais barato, para nós, fazer coisas que já gostamos de fazer. Em outras palavras, uma das funções do mercado é fornecer plataformas para nos engajarmos nas coisas que gostamos de fazer fora dele.

O maior e mais consolidado exemplo de blog de música independente no Brasil é o “*HominisCanidae*”, criado por Diego Albuquerque e colaboradores, no ar há 7 anos. Atualmente, há uma pequena loja dentro do *site* para a venda de camisetas e quadros da “marca” *HominisCanidae*, desenhados e pensados por artistas independentes e parceiros do *blog*, cujo lucro serve para cobrir o custo do domínio do *site*.



Importante salientar que as atividades desse *blog* não se restringem ao ciberespaço. Em 2016 o *blog* e seus colaboradores começaram a organizar eventos musicais em parceria com casas de show e iniciativas culturais com o objetivo de colocar as bandas para tocarem e o público para ver e ouvir ao vivo o que conheceu através do *site*.

O princípio de manter o *blog* ativo tanto tempo também se justifica pela democratização da informação e apropriação anárquica do uso da internet, características implícitas desde o início do *blog* e que ainda perduram. Sobre o começo do trabalho no *site*, Albuquerque (2016, s/p.) explica:

O *blog* começou porque eu sempre fui em show e comprei CD de banda underground, mais punk e HC (...) eu comprava um, o amigo comprava outro, pra depois trocar, ripar em mp3 e geral ter tudo (...) alguém sugeriu criar um *blog* e virou o *Hominis*(...) Como tinha muito material que ninguém tinha, o povo meio que enlouqueceu no Orkut. Começaram a mandar links e aí o negócio virou o que é hoje. A minha ideia era utopia de internet livre e um deposito de discos online pra qualquer (...) pessoa no mundo, quando quiser escutar, ir lá e baixar².

Esse tipo de atitude colaborativa e solidária levada para dentro da internet funciona como uma engrenagem importante no meio independente, pois além de disseminar a cultura de forma livre, ela lançou as bases para que mais pessoas se inspirassem em sua generosidade. Diego do *Hominis* comenta na sua entrevista: “A música nunca vai morrer, eu e você vamos. Espero que sempre tenha alguém disposto a dividir e mostrar som novo pros outros, e não tô falando do Spotify e da globo com o Superstar. É muito mais real que isso.”

² Disponível em: https://noisey.vice.com/pt_br/article/entrevista-hominis-canidae-2016 acessado em 27 de setembro de 2016.



O serviço prestado pelo *site* tem significado para essas pessoas, resultando em um engajamento coletivo de produtores e consumidores de cultura independente. O conhecimento daquilo que aprendemos ou conhecemos e gostaríamos de passar adiante, antes mesmo de ser compartilhado na internet, faz parte do “excedente cognitivo”, como explica Shirky (2011 pg. 31):

Nós, coletivamente, não somos apenas a fonte do excedente; somos também quem determina seu uso, por nossa participação e pelas coisas que esperamos uns dos outros quando nos envolvemos em nossa nova conectividade.

A maioria dos *blogs* atua com o sistema de compartilhamento de arquivos através de sistema *peer-to-peer*(P2P)³. Diego Albuquerque começou sua trajetória de compartilhamento de músicas na internet usando programas como o “Soulseek” e também enfrentou empecilhos com a proteção do direito autoral,

A internet também pune, daí postar gringo derrubou conta de Mediafire, derrubou o Megashare, derrubou o Blog. Aí a gente decidiu que seria apenas nacional (...) MP3 de qualidade.

Assim, as bandas nacionais enviam o seu material diretamente para o blog sem que ninguém tenha que enfrentar problemas com os direitos autorais. Para as bandas independentes brasileiras o *site* não “tira o sustento” dos artistas, pelo contrário, ajuda a dar visibilidade a eles dentro da cena.

³ *Peer-to-peer* é uma tecnologia aonde dados são distribuídos sem que haja um servidor central para onde todos devem enviar seus dados e de onde os dados são obtido, (sic) como no caso do *email* e da WWW. Na prática, todos os usuários de um sistema de *peer-to-peer* — que significa *ponto-a-ponto* ou *parceiro-a-parceiro* — atuam como *clientes* — receptores — e como *servidores*— transmissores — de dados. Os principais representantes de tal tecnologia são softwares como o KaZaA, eDonkey/eMule, Soulseek e o antigo Napster LESSIG, Lawrence. In: **Cultura Livre: Como a Grande Mídia Usa a Tecnologia e a Lei Para Bloquear a Cultura e Controlar a Criatividade**, pg. 17.



Esse espaço comum de múltiplas bandas brasileiras “habitando” o mesmo *blog* mostra-se bastante frutífero para que continuem acontecendo shows, eventos e encontros como os que o *blog* vem promovendo. A essa resistência, paciência e adaptação quando necessário às restrições dos direitos autorais é que conferem ao *site* essa popularidade e reconhecimento.

A ideia de “pirataria” é ressignificada por esses *bloggers* que atribuem-se essa nomenclatura e as utilizam como uma espécie de ativismo pela cultura livre na internet.

OS PODCASTS

O *podcast* pode apresentar um formato parecido com um programa de rádio, mas carrega especificidades com relação às funcionalidades, seus modos de uso. A principal delas está na distribuição onde a escuta, diferente do rádio, ocorre após a produção do áudio e pode ser reproduzida de modo personalizado pelo ouvinte.

Essa diferença faz com que muitas radiowebs acabem trabalhando com os dois sistemas, como se um estendesse as possibilidades do outro. Para quem, por algum motivo, perdeu um programa ao vivo que gostaria de ouvir, há nova oportunidade de escuta através do *podcast*.

Sendo assim, a contribuição dos *podcasts* no *underground* pode se dar de duas maneiras: direta ou indireta. A primeira acontecerá pela produção direta dos fomentadores de cultura alternativa que podem criar um *podcast* para fins de divulgação de seus trabalhos no meio independente. Na segunda, o comunicador/produtor do *podcast* pode não ser diretamente envolvido com a cena *underground*, mas pode pautar o assunto dentro dele, trazendo entrevistados desse universo, falando sobre as iniciativas culturais



independentes para depois ser distribuído e compartilhado pelas pessoas envolvidas com esses projetos e seus admiradores.

OS SELOS DE MÚSICA INDEPENDENTE

Os selos *indie* nascem da combinação entre um grande número de bandas surgindo, recursos escassos e falta de espaço na grande mídia. Para categorizar o *indie* como uma mídia de nicho, nos apoiamos no estudo de Moura (2015) que aborda os principais selos independentes internacionais como o “4AD” e “Creation Records” e suas influências em selos brasileiros como o “MidsummerMadness” e “Balaclava Records” e suas estratégias de comunicação com o público.

Nesse estudo, fica claro que os donos desses selos no Brasil assumem uma postura empresarial com relação à música, mesmo que não trabalhem com o estilo da música da mídia de massa. Em contrapartida, existem selos que se propõe a ficarem restritos ao *underground*, estes também organizam shows e turnês, porém, numa escala movida mais pela promoção de encontros entre as bandas e as pessoas interessadas nesse trabalho do que em “gerenciamento de carreiras”. Esses selos são mais ligados a sonoridade *punk* e seus subgêneros.

Apesar de utilizarem-se da internet para trocar contatos, criar eventos, compartilhar o trabalho das bandas via *bandcamp* ou outras plataformas, não existe uma estratégia de marketing digital a fim de expandir o alcance desses eventos, pois os participantes da cena, como já vimos, estão todos interconectados, e a comunicação se dá muito mais através da boca-a-boca, “chega em quem tem que chegar”, aproximando-se mais da micromídia.

Os contatos via internet, fanzines ou outro meio, intensificam a identificação entre as pessoas que compartilham do mesmo gosto



musical e parcerias estabelecidas dentro do circuito de música *underground* proporcionadas pelas turnês, conforme a letra abaixo da banda Ornitorrincos:

*Você que mora há 3.000 km de mim
E eu nem conheço pessoalmente
Tem mais simpatia por mim
que meu vizinho carrancudo que nem me cumprimenta
É só uma questão de distância
Cooperação e não competição
Isso é porque ainda estou nisso
Porque tem algo que não encontra no mundo real*

Essa ideia de cooperação, pertencimento e compartilhamento é tão fortalecida no meio independente que, em 2013, quando a banda “Renegades of Punk”, de Aracajú SE, fez uma turnê no Rio Grande do Sul, realizou um mini documentário registrando a sua passagem pelo estado tendo como trilha sonora a música da banda Ornitorrincos. As bandas que até então só se conheciam através de fanzines antigos e ou de discos, tocaram juntas por quatro cidades do estado.

A bilheteria desses shows da banda *punk* nordestina pelo Rio Grande do Sul serviu para custear a viagem de seus integrantes, sem lucro, sem empresário e atingindo um público limitado. A principal força motriz dessa movimentação é amor à música, diferenciando-se do estilo de trabalho e organização dos selos *indie* Balaclava Records e MidsummerMadness.

Os selos *punks* tem influência direta do selo “Dischord Records” de Whashington DC, cena que foi o fio condutor das práticas DIY e que utilizamos como exemplo para costurar nosso estudo de modo que faça sentido, e que é o norte das práticas independentes até hoje.

O selo americano existe desde os anos 80 e é gerido por Ian Mackaye, que toca desde os treze anos e já teve bandas como TeenIdles, MinorThreat, Embrace e Fugazi. Mackaye sempre esteve envolvido com música e política se tornando um dos principais



nomes do “espírito independente” por se manter coerente aos seus princípios anticapitalistas com relação à indústria da música.

Whashington e Seattle eram duas cidades que possuíam uma verve juvenil bastante poderosa que chamava a atenção da mídia corporativa, que visava cooptar sua criatividade para fins comerciais e, quando não conseguia sucesso, tratava de difamá-la, como fez com o movimento *Riot Girl* logo que ele surgiu.

Ian e as demais bandas da DischordRecords e de alguns outros selos da época continuaram apostando na forma como trabalhavam em favor da cultura alternativa sem se vender, e o Fugazi continuou com as suas práticas que incluíam preços acessíveis nos seus shows, nos discos prensados pela Dischord e a não venda de *mersh* da banda.

A Dischord mantém-se ativa sem ter sido vinculada às grandes gravadoras que lucram exorbitantemente em cima dos artistas que lança. Em seu último show no Brasil, em 1994, numa entrevista para um zine brasileiro Ian fala sobre a Dischord:

O punk criou um formato acessível pra todos. Em um momento, música era como cenas na TV: eu nunca seria parte daquilo. No outro, qualquer um podia fazer qualquer coisa. Quando entrei nele, vi que não era só música: era político, sociológico, sexual. Tudo com o que eu sempre sonhara. O underground era diferente, e isso era importante. (...) Claro que não é preciso ser punk pra descobrir isso. Pode ser por meio de literatura, jazz, teatro, cinema — sempre haverá comunidades alternativas. Foi como um presente. Por isso que me sinto na obrigação de continuar na comunidade. Muitas pessoas viram que podiam fazer dinheiro em cima daquilo, e usaram o meio para se vender. E toda vez que isso acontece, a comunidade enfraquece. (MACKAYE, 1994 s/p)⁴

4 Disponível em: <http://altnewspaper.com/entrevistas/entrevista-ian-mackaye-todos-que-envolvem-com-o-independente-deveriam-ler-isso/>



Com relação aos selos independentes no Brasil, podemos inferir que mesmo que a ideia inicial de qualquer selo seja fazer por si próprio de forma autônoma, existem aqueles que encaram o selo como uma empresa, logo, o meio musical como uma profissão, e aqueles mais radicais que não lucram com isso e que apostam na cultura independente como um agente de lazer e transformação social, trabalhando mais em função da satisfação pessoal do que financeira.

A partir dessa base conceitual e do cenário de desenvolvimento da música alternativa, apresentaremos a seguir as motivações e desafios dos comunicadores das três rádios pesquisadas: Antena Zero, Putz Grila e Rádio Armazen.

A Rádio Antena Zero foi fundada em abril de 2012, e sob o *slogan* “A rádio que não toca só o que você quer ouvir, mas o que você precisa escutar” apresenta uma grade variada de programas ao vivo e com estilos diversificados, indie, punk/hardcore, música instrumental, reggae, synthpop, pós punk, até música clássica e programas relacionados ao cinema.

A fundação da rádio Putz Grila é mais antiga, data de setembro de 2007, funciona na capital gaúcha e mescla em sua programação diferentes vertentes do *rock*, como anuncia seu *slogan*: “a rádio rock de verdade”. Aposta na variedade, porém dentro do universo do *rock*, contempla seus subgêneros. Com exceção de alguns programas como o “Radio Schizo”, a rádio toca muito *rock* clássico, mais genérico.

Já, a Rádio Armazém, a mais recente, com sede em Santa Maria, foi fundada em abril de 2015 por iniciativa de um coletivo de comunicadores, estudantes e artistas locais. A programação, além de estilos variados de gêneros musicais engloba programas sobre teatro, skate, humor, futebol etc.



A Antena Zero é a que apresenta a programação mais diferenciada que explora subgêneros do *rock*, sendo muitos deles associados a subculturas e pautas bem específicas, como por exemplo: programa de *punk/hardcore* (o Ódio Mortal) de *punk* antigo (o Panquidazantiga) e outro de *street punk/Oi!* (o SemperAdversus) ou seja, gêneros diferentes dentro do subgênero *punk*.

O OLHAR DOS COMUNICADORES DAS RADIONOVELAS

Após revisar os estudos de autores que pesquisam sobre as radiowebs, objetivamos conhecer a perspectiva de quem produz conteúdo radiofônico na internet, os formatos que vem sendo encontrados no ciberespaço para compartilhar conteúdo sobre música independente. Conhecer também os desafios, dificuldades, motivações e aspirações dos comunicadores envolvidos nas três rádios estudadas.

Para tanto, entrevistamos três comunicadores, um de cada radioweb. Edson Kah, um dos idealizadores da rádio Armazém foi entrevistado pela reconhecida trajetória e contato com rádio, fez cursos com nomes pioneiros da radioweb no Rio Grande do Sul. Ele acompanhou os desdobramentos do rádio, desde o dial até a web.

Homero Pivotto Jr. foi o profissional entrevistado da rádio Putz Grila. Possui formação em jornalismo, desenvolveu projetos ligados ao rádio e à música alternativa desde à sua graduação. Seu primeiro trabalho com essa temática foi o programa “Atitude Rock”, que integrava a programação dos 800AM da Rádio Universidade da UFSM de 2001 a 2007. Além disso, Homero tem vivência com a cultura alternativa desde muito jovem, não só como participante da cena *punk* no estado, mas também como atuante através de sua banda “Tijolo Seis Furos”, a T.S.F, que surgiu em Santa Maria há mais de uma década.



A terceira entrevistada é Mariângela Carvalho, atuou na Rádio Antena Zero de 2014 a 2015. Assim como Homero, ela possui formação acadêmica em comunicação no curso de Rádio e TV pela FAAP e foi escolhida pelo profissionalismo com que abordava a música alternativa e por ter atuado em diversos projetos radiofônicos como o Rádio Levi's, Red Bull Music Academy Radio. Além disso, suas pautas giram em torno mais especificamente do universo feminino dentro da música e da subcultura *Riot Girl*.

Mariângela além da formação, experiência, envolvimento com cultura alternativa, contribui de forma singular com o nosso estudo, uma vez que a temática abordada por ela em um programa que coordenou “Distúrbio Feminino” continua presente na web em forma de *podcast*. Além disso, expandiu-se em forma de festival de bandas independentes femininas em São Paulo. Isso nos remete a conceitos importantes abordados nesse trabalho, as “comunidades de interesse” propostas por Peruzzo e as “comunidades de sentido” pensadas por Reguillo Cruz.

A entrevista com os comunicadores das radiowebs alternativas que apresentaremos a seguir visa conhecer os motivos da resistência dos programas radiofônicos para divulgar músicas produzidas no meio independente quando há inúmeras ofertas de escuta dessa produção musical, seja por meio de *blogs*, plataformas de *streaming* (das próprias bandas ou de serviços como Spotify).

A radioweb promoveu uma ramificação e uma capilarização das produções radiofônicas, amplificando o número de vozes no ciberespaço. A internet confere à radioweb um poder de segmentação, “fator determinante para a fidelidade do ouvinte” (SERGL, 2013 pg. 32).

Questionados sobre os principais desafios de se comunicar na radioweb, os comunicadores 2 e 3 deram respostas semelhantes ao falar sobre o sentimento de expectativa que o rádio hertziano



despertava nos ouvintes e que de certa forma se perdeu no formato para web. Sobre seus desafios, eles colocam:

Comunicador da Radio Putz Grila:

Cativar a audiência. Tem-se muitas alternativas de programação, então a pessoa não precisa ouvir ali, na hora, como era no passado. Ela vai em busca só do q ela realmente quer. Não tem aquela ‘magia’ de ouvir e ficar na expectativa de o que vai ser tocado depois. Essa é uma visão romantizada, mas legal.

Comunicador da Antena Zero:

A dificuldade é fidelizar o público. Perdemos aquela rotina da expectativa, de esperar por algo, se alguém não consegue ouvir algum programa na hora da transmissão, facilmente este arquivo estará disponível depois para streaming.

Significa que o conteúdo por demanda proporcionado pelo *streaming* na internet implicou um desafio para os comunicadores da radioweb, que tem de ser mais criativos e pensar em ações para cativar aos ouvintes e fidelizá-los à sua programação.

Já, o comunicador do Radio Armazen, mencionou o fator da faixa etária como um dos maiores desafios, ou seja, “agregar o público jovem”. A rádio, mesmo na web, talvez tenha herdado muitos ouvintes da rádio hertziana, pois ouvir rádio é, sobretudo, um hábito. Quem teve contato e adquiriu o costume de ouvir rádio o fará também na internet por ter adquirido afeição ao formato. As gerações mais novas já estão conectadas às ferramentas de *streaming* e, por consequência, acostumadas ao processo mais individualizado de escutar música.

Por essa razão, as radiowebs tem de trabalhar a sua linguagem, a multimídia, lembrando Bardoe e Deuze (2000) além das tecnologias para poder alcançar esse público da web.



O comunicador Edson ainda elencou outros desafios enfrentados por ele em sua radioweb como “divulgar constantemente a diferença de rádio na internet e *streamings* que são exclusivamente musicais.” Demonstra preocupação em fazer com que o formato radiofônico, mesmo na internet e utilizando-se das ferramentas multimídia, seja reconhecido por suas características próprias, baseadas na programação ao vivo com comunicadores informando sobre música. Para ele, o *podcast* e as plataformas de *streaming* com *playlists* musicais não são consideradas como programação de rádio, embora muita gente ainda confunda esses formatos.

Outro desafio enfrentado pelo comunicador da Radio Armazen é a “desmistificação de que rádio web é amadora e antiprofissional. Remete a preocupação em demonstrar que as radiowebs alternativas podem ser tão profissionais quanto as comerciais, dado que ambas tem as mesmas condições de produzir bons conteúdos na internet. Essa preocupação do comunicador da Armazen dialoga com um dos desafios apontados pelo comunicador da Antena Zero entorno da responsabilidade com as informações divulgadas:

Outra questão, uma que particularmente sempre me preocupava bastante, é a informação em si. Vejo algumas pessoas que produzem programas para webrádios que não têm o menor tino para pesquisa ou opinião, é apenas um ‘recorta e cola’ de wikipedia ou *site* gringo (porcamente traduzidos). Parece que não existe mais o “factchecking”, galera sai falando pelos cotovelos sem a menor base, tudo nos achismos, passam informações erradas e não há nenhuma preocupação quanto a isso. Comunicação é para informar, não desinformar ou informar errado. Gostaria de ver os produtores de conteúdo mais preocupados com a mensagem que passam.



Constata-se que há comunicadores nas radiowebs alternativas comprometidos em produzir conteúdo de qualidade e veracidade, desmistificando a ideia de que o alternativo é, necessariamente, amador.

Outro desafio enfrentado pelo comunicador Edson da Armazen foi “conseguir apoiadores que entendam esse nicho”, mesmo assim, sua radioweb é a que mais tem apoio de estabelecimentos, mesmo sendo bem mais nova que as demais, são eles: apoio cultural de um bar, estúdio de tatuagem, restaurante de culinária vegana e de um curso de inglês. Denota que, como as radiowebs ainda estão se firmando, é importante que trabalhem com profissionalismo para conseguir mais reconhecimento e apoio.

Os outros dois comunicadores, da Putz Grila e da Antena Zero, confirmam essa dificuldade de falta de apoio dessas radiowebs. Mariangela (AZ) afirma que não há apoios, apenas colaborações de algumas lojas de discos, mesmo assim, só com relação ao conteúdo para a programação, nenhum tipo de estímulo financeiro ou benefícios e/ou descontos aos comunicadores em estabelecimentos, eventos ou shows.

Quanto ao desafio de captar e fidelizar audiência ao nicho da música alternativa na Web, a entrevistada da Antena Zero declara,

É difícil manter um público de webradio pq não é sempre que a pessoa vai estar ouvindo na hora da emissão então não tem muita “fidelização de público”. E, no caso da AZ, eles nunca nos deixavam saber qual era a quantidade de pessoas ouvindo (...) então é difícil mensurar qual o alcance de uma webradio como esta.

Os demais comunicadores disseram haver um número satisfatório de acessos na programação, mas não souberam especificar em números.



A entrevistada da Rádio Antena Zero destaca também a diferenciada linha editorial da rádio onde atuou, porém lamenta a falta de compromisso e de profissionalismo de alguns profissionais que acaba por afastar a audiência e as pessoas que levam a sério o trabalho:

Sempre achei bem alternativa a “linha editorial” da AZ e foi isso que, à primeira instância, me atraiu a ir até eles apresentar o que eu tinha em mãos. Quando ainda estava por lá, achava de bastante expressividade pois tinha uma vasta gama de gêneros explorados na programação e conseguia reunir um time bem foda de colaboradores. Algo que me deixava bem implicada era a questão da veracidade da informação - eram poucos os colaboradores que levavam a sério passar uma informação boa e apurada. muita gente fazia de qualquer jeito e achava que tava à pampa, exatamente por se tratar de um veículo alternativo.

Sobre o papel das radiowebs na movimentação da cena alternativa, dois entrevistados mencionaram o fato de as radiowebs alternativas terem poucos adeptos, portanto seu poder de movimentação pode ser um tanto restrito. A resposta do comunicador da Radio Armazém, dialoga com a da comunicadora da Antena Zero que acredita faltar “senso de comunidade” e “falta engajamento por parte dos comunicadores das radiowebs com a cena para além do seu programa radiofônico”.

Sabemos que as radiowebs alternativas ainda estão se consolidando no meio convergente e nele existe uma enorme oferta de conteúdos de variados tipos, e essa grande oferta acaba segmentando muito os públicos. Pode-se dizer que as radiowebs ainda estão descobrindo as formas de se trabalhar coletivamente para formar um público significativo. Em comparação ao que as rádios alternativas representaram no passado para a cultura alternativa, como a WGTB, sua expressividade ainda é bastante baixa, no entanto, ela resiste e faz o que pode por ela.



Desse modo, concluímos que as radiowebs estão passando por uma evolução ao conceberem os seus projetos pensando estrategicamente a convergência de mídias, trabalhando na programação ao vivo em conjunto com o seu *site* e as redes sociais, ao passo que as mais antigas devem rever os seus projetos para se adequarem da melhor forma possível neste contexto, pois mesmo que a programação seja interessante, ela se torna pouco expressiva com a má exploração dos recursos multimidiáticos.

O estudo, incluindo análise dos sites, evidenciou que há uma relação entre a programação das rádios e a forma como elas se comportam e se promovem na internet. Essa relação tem a ver com a linha editorial de cada uma. A Antena Zero que possui a linha editorial mais “alternativa” de todas, pouco faz para promover o seu produto, pois constatamos no seu *site* que há tempos não posta conteúdos. Suas principais ações de divulgação nas redes sociais acontecem dentro de um grupo no Facebook. A rádio Armazém, é a que tem dentre as três, conteúdos mais gerais, variados e organizados, e por esse motivo, aposta em ações para alcançar novos ouvintes, como, por exemplo, a divulgação do aplicativo no *site*, nas redes sociais e nas vinhetas. Já, a Putz Grila fica numa posição intermediária, limita-se ao *rock*, porém sem tantas especificidades englobadas em nichos e, na internet, também apresenta um comportamento mediano quanto à promoção de sua programação, tem um *site* atualizado, mas poderia ter um trabalho mais planejado para as redes sociais e divulgação do seu aplicativo.

Atualmente as radiowebs são uma peça que desempenha uma função parelha com qualquer outra mídia que trabalhe em prol da cultura alternativa, não são a principal engrenagem que faz a informação circular e fortalecer a cena como já foi outrora, e isso se deve muito à característica da convergência de mídias na



internet, que segmenta o público e que divide espaço com outras mídias em mesmo nível de importância.

A partir disso, concluímos que se deve continuar apostando no formato radiofônico alternativo para a web, pois mesmo com o fator segmentação, as radiowebs alternativas vêm conseguindo se manter e as que estão surgindo iniciam seu trabalho pensando de forma convergente. Além disso, sempre haverá alguém que confiará em alguma referência para se informar sobre música e conhecer novidades, que se identificará com esse tipo de informação humanizada e consistente que os comunicadores mais comprometidos passam na web. Mesmo que muitas pessoas estejam ligadas ao processo individualista de escutar música através plataformas de *streaming*, o rádio ainda é relevante para a propagação de ideias e existem comunicadores que gostam de exercer esse trabalho informativo, portanto sempre encontrarão uma forma de alcançar seu público.

REFERÊNCIAS

ANDERSEN Mark e JENKINS Mark. **Dance ofDays**: Duas Décadas de Punk na Capital dos EUA. 1ª ed. São Paulo: Edições Ideal, 2015.

BANDEIRA, Messias. **O underground na era Digital**: A música nas trincheiras do ciberespaço. Trabalho apresentado no XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação – setembro 2001, Campo Grande /MS.

BUFARAH Jr, Álvaro. **Rádio na Internet**: desafios e possibilidades. In: XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Anais. Porto Alegre, 2004.

CORTES, Leonardo. **Rádios universitárias gaúchas no contexto do webjornalismo**: um estudo comparativo. Trabalho de conclusão de curso. Universidade Federal de Santa Maria, 2015.

DEL BIANCO, Nélia. **E tudo vai mudar quando o digital chegar**. UNB–Universidade de, 2006.



DUARTE, Jorge. **Entrevista em profundidade**. In: Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2011.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2009.

FERRARETO, et al. **Rádio, juventude e convergência midiática: um estudo com alunos do ensino médio m Belo Horizonte, Porto Alegre, Rio de Janeiro e São Paulo**. Trabalho apresentado no XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, GP Rádio e Mídia Sonora, 2010, Caxias do Sul/RS.

GOMES, Rui Telmo. **Fazer Música Underground: Estetização do Quotidiano, Circuitos Juvenis e Ritual**. Dissertação (Doutorado em Sociologia) – Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa, 2012.

GOZZI, Ricardo e BELINTANI, Duca. **Kid Vinil -Um herói do Brasil**. 1ª ed. São Paulo: Edições Ideal, 2015.

LESSIG, Lawrence. **Cultura livre: como a mídia usa a tecnologia e a lei para barrar a criação cultural e controlar a criatividade**. Trad. Fabio Emilio Costa. Disponível na internet sob licençaCreativeCommons, 2004.

MARTINS, Nair Prata Moreira. **Webradio: Novos gêneros, novas formas de interação**. Trabalho apresentado no XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, NP Rádio e Mídia Sonora, 2008, Natal-RN.

MELO, Érica Isabel de. **Cultura Feminista Juvenil Riot Grrrl em São Paulo**. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2008.

MENDES, Fernanda. **A Nova Ascensão Criativa do Rock na Cultura de Nicho**. Trabalho apresentado no I Congresso Internacional de Estudos do Rock. Unioeste, junho 2013 – Cascavel/PR.

MOURA, Luiz Alberto. **MidsummerMadness e Balaclava Records: um estudo da comunicação em dois selos indies brasileiros**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade do Minho, Braga/Portugal, 2015.

NIELSEN, Jakob. **Projetando Websites**. Rio de Janeiro: Campus.2000.



NUNES, Maíra. VAZ, Otacílio. **DIY -A Cultura Underground do “Faça Você Mesmo”** na Sociedade em Rede. Trabalho apresentado no II Congresso Internacional de Estudos do Rock. Unioeste, junho 2015 – Cascavel/PR.

PACHECO, Alex. **A Estrutura da Webrádio**. Monografia de Especialização em Estudos Avançados em Comunicação, Informação e Cultura. Universidade do Contestado. Concórdia, 2009.

PAULA, Julio de. **No Ar – Online**: reflexões sobre o rádio em tempos de convergência de mídias. In: Comunicação e Cultura do Ouvir. São Paulo: Plêiade, 2012.

PERUZZO, Cicilia M. K. **O rádio educativo e a cibercultur@ nos processos de mobilização comunitária**. Trabalho apresentado no I Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana, São Paulo, 2011.

REGUILLO, Rossana. **Culturas Juveniles**: Formas políticas del desencanto. 1ª ed. Buenos Aires: SigloVeintinuno, 2013.

SERGL, Marcos Júlio. **Internet, radioweb e produção musical**. In: Revista Interin. Curitiba, v. 16, n. 2, p. 27-41, jul./dez. 2013. ISSN: 1980-5276.

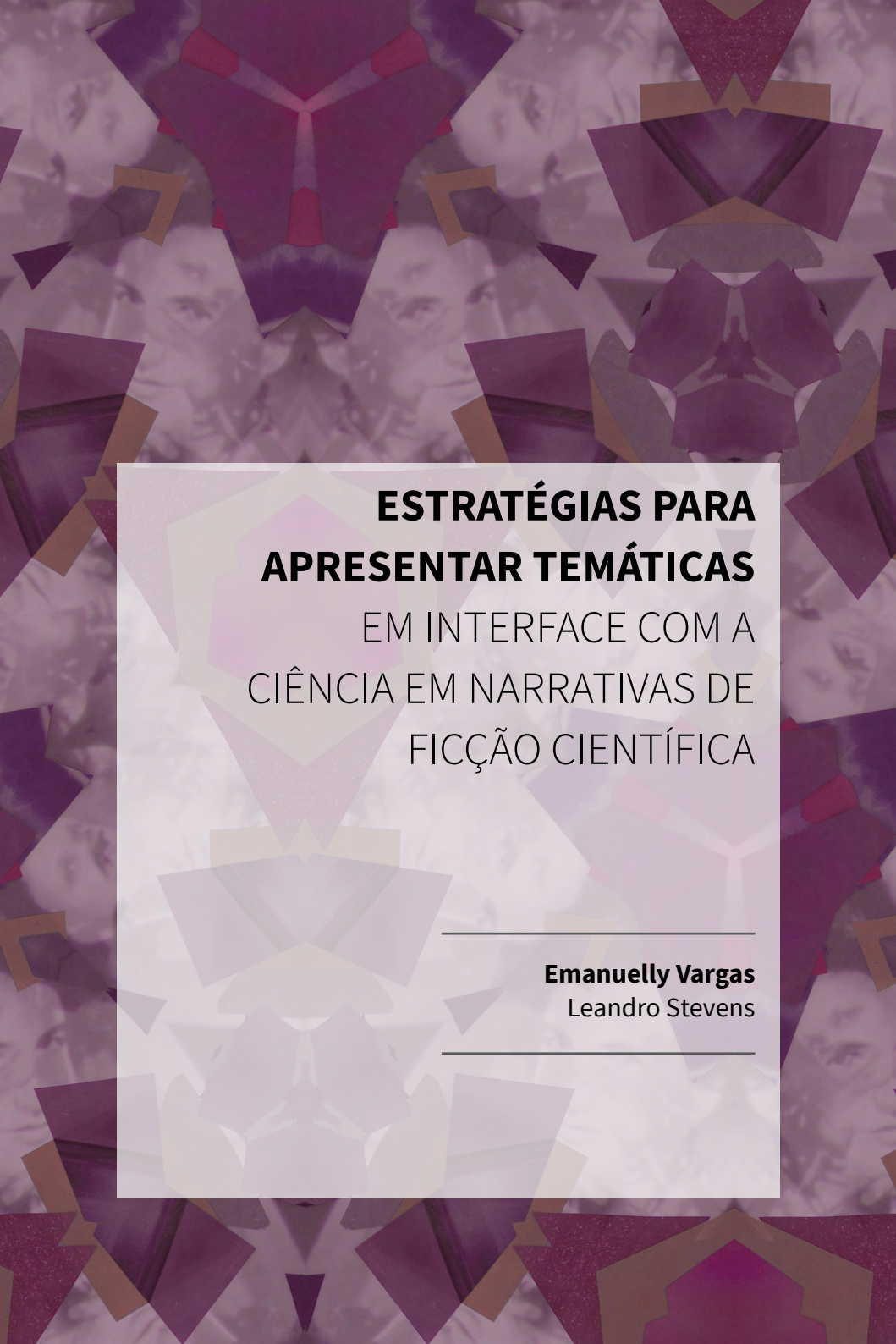
SHIRKY, Clay. **A Cultura da Participação**: Criatividade e Generosidade no Mundo Conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

TABOADA, Arlete. **Radioweb**: Outra rádio, diferentes processos de produção, roteirização e edição. Dissertação de Mestrado em Comunicação e Semiótica. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica, 2012.

THORNTON, Sara. **Club Cultures**: music, media and subcultural capital. Hannover: Wesleyan University Press, 1996.

TRIGO-DE-SOUZA, L. M. **Rádios.internet.br**: o rádio que caiu na rede. Revista USP, 80 Anos de Rádio, São Paulo, n. 56, p. 92-99, dezembro/janeiro/fevereiro 2002-2003.

VALE, V. MASSARI, Fabio (Org.) **Alguém come centopeias gigantes?** São Paulo: Edições Ideal, 2015.



**ESTRATÉGIAS PARA
APRESENTAR TEMÁTICAS**
EM INTERFACE COM A
CIÊNCIA EM NARRATIVAS DE
FICÇÃO CIENTÍFICA

Emanuely Vargas
Leandro Stevens

NESTE texto buscamos refletir sobre a seguinte questão: quais são as estratégias usadas em obras de ficção científica para apresentar temáticas de interface com a ciência? Tendo esta questão em mente, separamos algumas narrativas a fim de analisá-las e apontar essas estratégias. Além de apontar essas estratégias também refletimos sobre as possibilidades da produção editorial neste campo de trabalho.

Refletir sobre as formas de tornar temáticas comumente encontradas no campo da ciência mais interessantes a públicos de fora deste campo é contribuir para o empoderamento sobre a ciência, o que é interessante ao exercício da cidadania. Outra razão para virar o nosso olhar para este assunto é discutir as possibilidades de trabalho para a produção editorial, um campo ainda em formação em que essas discussões mostram-se escassas.

Como material empírico para a reflexão proposta, escolhemos quatro obras de ficção científica. As obras escolhidas são: o conto *História da Sua Vida* (CHIANG, 2016), o filme *A Chegada* (2017), o livro *Contato* (2008), e o filme *Contato* (1997). A escolha destas obras foi motivada pela possibilidade de comparação entre elas, porque tanto *História da Sua Vida* quanto *Contato* são obras literárias que inspiraram filmes.



Como suporte teórico, elegemos algumas autoras e autores e dividimos essas referências em três partes. A primeira trata-se de uma reflexão sobre o modo de nomear a área da comunicação responsável pela interface com a ciência, a partir de autores como Gomes (2000), Adabo (2017), Melo e Ribeiro (2014) e Bueno (2012). A segunda parte refere-se a uma discussão sobre o campo científico, suas relações de poder e delimitações, a partir de autores como Flusser (2014), Bourdieu (1983) e Lopes (2010). A terceira parte é uma discussão sobre narrativa, na qual apresentamos conceitos básicos e a diferença desses elementos em filmes e livros a partir de autores como Barthes (2011), Bordwell e Thompson (2013), Martin (2003), Gualda (2010) e Silva (2012).

NOMENCLATURAS

Percebemos rapidamente que falar de comunicação quando em interface com o campo da ciência é entrar em um território de incerteza sobre termos. A quantidade de expressões que existem na área é proporcional à multiplicidade de entendimentos e definições, à imprecisão ao empregá-las e à falta de consenso sobre elas.

Para entender melhor cada termo, é preciso partir do ponto que parece consensual, pelo menos entre os autores que trataremos aqui: a relação entre os eixos público e linguagem, fatores chave para a distinção desses termos, segundo Gomes (2000).

De acordo com a autora, esses dois eixos estão diretamente ligados, pois o público a quem se destina a publicação é o que define a linguagem que será usada. A respeito do público, é possível afirmar que são as pessoas que irão ler, assistir ou consumir algo. Já sobre a linguagem, pode-se dizer que corresponde a todos os mecanismos usados para comunicar as ideias que se deseja expressar, ou seja, as palavras e expressões que serão usadas e os suportes que serão adotados, como livros, vídeos, áudios, etc.



Algumas autoras e autores conceituam os termos que podem ser usados para falar do ponto de encontro entre comunicação e ciência. Para Pasquali (apud GOMES, 2000, p. 4), divulgação científica e difusão científica são expressões comumente usadas como sinônimos para a informação científica passada para o público geral, ou não especializado, enquanto disseminação é a informação trocada entre cientistas. Para Bueno (apud ADABO, 2017, p. 27), difusão é um termo que abrange toda troca de informações referente ao universo científico. Ele afirma que a comunicação científica – uma disseminação especializada – é voltada para os cientistas, já a divulgação científica e o jornalismo científico – difusão não especializadas – são para um público mais amplo e leigo.

Apesar dos diferentes usos dos termos, os dois eixos, público e linguagem, permanecem centrais para as definições. Podemos perceber, inclusive, o consenso entre as autoras e os autores de que o público ao qual se destina a publicação científica pode ser definido em dois grandes grupos: os “leigos”, ou não especialistas; e os especialistas, o que condiciona a linguagem que será adotada em uma binarização de facilitação e não facilitação.

Entendemos também que essa separação dicotômica serve, ou deveria servir, para facilitar que as e os agentes participantes desse processo de publicação compreendam a importância de levar em conta os eixos público e linguagem. Porém, para nós, essa dicotomia não faz juz à multiplicidade de públicos possíveis, nem à multiplicidade de linguagens possíveis.

Neste trabalho, escolhemos usar as nomenclaturas definidas por Bueno (apud ADABO, 2017, p. 27). O autor traz elementos interessantes, como a posição do jornalismo científico dentro da difusão científica, o que nos é útil para reflexões acerca do papel das produtoras e produtores editoriais. Para ele, dentro da difusão



científica, no que diz respeito ao não especializado, podemos encontrar a divulgação científica e o jornalismo científico. Ambos têm como alvo um público não especializado, e a facilitação como definidora da linguagem; No entanto, o jornalismo científico, para Adabo (2017), teria um discurso caracterizado por marcadores que seguem a lógica de produção que é própria do jornalismo.

É interessante pensar a posição do jornalismo científico para que possamos fazer um paralelo com uma possível área de atuação da produção editorial. Entendemos que a atuação da produção editorial pode ser, aqui, a amarração de informações, dados, ou conhecimentos do campo restrito da ciência com um público mais amplo.

O papel do jornalista sai da região de simples “tradução”. Nesse aspecto, defendido por Bueno (2012), existe um rompimento com o que se espera do jornalismo científico (que reproduza com o máximo de fidelidade os conteúdos da ciência). Assim, cabe ao jornalismo científico englobar uma face mais politizada da produção científica.

Ainda sobre jornalismo, Melo e Ribeiro (2014) afirmam ter criado uma fórmula para fazer bom jornalismo científico: “até fiz, meio por brincadeira numa dessas rodadas com estudantes, uma ‘fórmula da grande reportagem’, dizendo que qualquer um que a seguir poderá fazer uma boa peça jornalística” (MELO; RIBEIRO, 2014, p. 224). A afirmação de que com tal fórmula “qualquer um” é capaz de fazer bom jornalismo científico pode parecer um pouco contraditória, visto que, no mesmo texto, Melo e Ribeiro (2014) afirmam que jornalismo científico deve ser feito apenas por jornalistas.

Assim, percebemos que a diferenciação entre o jornalismo científico de divulgação científica se dá por um conjunto de métodos e técnicas que, assim como outros quaisquer, podem ser aprendidos, aplicados e repassados. Desse modo, compreende-se que essas características não estão na vocação de jornalista.



Acreditamos que fazer essa ponte entre comunicação e ciência de forma crítica não está restrito ao jornalismo científico, como o referencial teórico pode fazer parecer. Isso depende, sim, de uma forma mais consciente de fazer divulgação científica e jornalismo científico. Entendemos, então, o papel da produtora ou produtor editorial de evidenciar estes processos, formalizá-los e reproduzi-los.

As categorizações aqui expostas não esgotam as possibilidades de entendimento sobre difusão científica, e nem pretendemos fazer isso. Essa explanação tem como intenção apenas afinar nosso olhar para compreensão em um campo com termos tão controversos. No entanto, por não tocar no que diz respeito à ficção científica, a classificação proposta ainda nos pareceu insuficiente. Ao falar de ficção científica, estamos nos referindo ao que normalmente é entendido apenas como mais um gênero literário/fílmico dentro do campo do entretenimento, porém que para nós tem tanta validade e potencial quanto outros elementos relacionados a difusão científica.

CAMPO CIENTÍFICO

Ainda no que diz respeito às autoras e aos autores que nos ajudaram a formular essa reflexão, entendemos que é necessária uma reflexão sobre o campo científico. Para Flusser (2014), podemos entender a ciência como um modelo de conhecimento. A autoridade conferida à ciência, de acordo com o autor, é completamente contraditória, já que a ciência deveria ser uma anti-autoridade. Autoridade pressupõe autoria, e na ciência não há autoria, pois não há autoridade sobre o conhecimento.

Para exemplificar o conceito sugerido, pode-se pensar que alguém que descreve uma lei da física não passa a ter os direitos sobre ela da mesma maneira que um autor que cria um personagem.



Assim, autoria e autoridade estão no campo da arte. Desse modo, poderíamos entender que a arte pressupõe algum domínio sobre o que cria, porém, em termos benjaminianos, Flusser argumenta que na era da reprodutibilidade técnica, com a perda da aura das obras, o autor já não tem mais autoridade sobre sua obra.

Apesar da distinções feitas por Flusser (2014), a tentativa de classificação apenas reforça a impossibilidade de separar arte e ciência de forma definitiva. Se a ciência, em teoria, seria marcada pela falta de autoria e autoridade, a realidade empírica mostra o contrário. Por outro lado, a arte, que teoricamente deveria ser marcada pela autoria e pela autoridade, na realidade encontra-se mais desautorizada do que nunca.

Flusser (2014) nos ajuda a delimitar e, ao mesmo tempo, perceber as impossibilidades de delimitação entre arte e ciência, e começa a nos dar pistas importantes para o nosso trabalho, relacionadas às disputas dentro do campo científico.

A opção pelo termo “campo científico” em detrimento de outros, como “comunidade científica”, faz parte de outra de nossas escolhas teóricas. Neste ponto, a partir da visão de Bourdieu (1983), entendemos que é ponto fundamental compreender as disputas de poder dentro do campo científico, além de suas disputas com a arte.

Ainda nessa perspectiva, Bourdieu (1983, p. 122) afirma que “o campo científico, enquanto sistema de relações objetivas entre posições adquiridas (em lutas anteriores), é o lugar, o espaço de jogo de uma luta concorrencial”. Para Bourdieu (1983), essa luta entre os agentes acontece porque estão em busca de acúmulo de capital científico. Esse capital garante uma posição de privilégio dentro do campo, tanto pelo reconhecimento quanto pela “capacidade de falar e agir legitimamente (isto é, de maneira autorizada e com autoridade)” (BOURDIEU, 1983, p.122-123).



Ao pesquisar o campo científico, é inútil tentar separar as questões epistemológicas das questões políticas. Ainda que essas sejam, sim, coisas diferentes – afinal, temos palavras diferentes para elas –, ambas estão tão ligadas e suas fronteiras são tão borradas que, ao tentar separá-las para estudá-las, seria necessário fazer uma incisão onde sempre incorreríamos em erro, uma vez que não há um pontilhado possível que possa ser seguido.

Em um viés ligado às ciências sociais, tratamos de relações entre agentes, da mesma forma que, ao tratar de comunicação científica, estamos nos referindo a fluxos e tensionamentos – que são movidos pelos agentes –, o que pressupõe movimento. Este, movimento indica estar em lugares diferentes em diferentes pontos do tempo. Portanto, faz sentido que os conceitos se relacionem entre si de forma diferente a cada vez que os movimentamos de lugar. Desse modo, essencialmente ainda são os mesmos, mas as pontes que somos capazes de fazer e a forma como somos capazes de amarrá-los está sempre em movimento.

NARRATIVA

Os últimos aspectos que achamos necessário delimitar são os relacionados à narrativa. Barthes (2011), assim como Bordwell e Thompson (2013), concorda que a narrativa é uma forma muito antiga e comum de mulheres e homens entenderem o mundo. A narrativa, assim, se torna algo do cotidiano, em que estamos imersos e nem percebemos. Portanto, cabe aqui o esforço de compreender de que se trata quando falamos de narrativa e quais suas características.

Para Bordwell e Thompson “podemos considerar narrativa como uma cadeia de eventos ligados por causa e efeito, ocorrendo no



tempo e no espaço” (BORDWELL; THOMPSON, 2013, p. 144). Para Gualda (2010, p. 206), se trata de “uma mensagem complexa apresentando uma série de situações, de acontecimentos e de ações ajustados na unidade de uma história”. Sendo assim, podemos entender a narrativa como um fio condutor que une diferentes elementos, situações ou partículas de histórias a um todo, que dá sentido às partes individual e coletiva.

Ainda na visão de Bordwell e Thompson (2013, p. 143), a narrativa pode se expressar em diversas linguagens e não precisa necessariamente tratar de ficção. Para Barthes (2011):

Inúmeras são as narrativas do mundo. Há, em primeiro lugar, uma variedade prodigiosa de gêneros, distribuídos entre substâncias diferentes, como se toda matéria fosse boa para que o homem lhe confiasse suas narrativas: a narrativa pode ser sustentada pela linguagem articulada, oral ou escrita, pela imagem, fixa ou móvel, pelo gesto ou pela mistura ordenada de todas essas substâncias; [...] (BARTHES, 2011, p. 19)

Cabe justificar o nosso esforço em comparar livros e filmes de ficção científica, visto que a comparação entre os formatos não é a problemática central do trabalho. É interessante notar que, na perspectiva de Bourdieu (1983), da mesma forma que ao passar de um campo científico para outros campos, a informação sofre alterações, a transposição de livro para filme também passa por modificações. Por isso, entender a relação entre livros e filmes nos ajuda, primeiramente, a identificar melhor os elementos da narrativa. Em segunda instância, permite entender o movimento de passar conteúdo de um campo para outro. Além disso, auxilia no entendimento das alterações que o conteúdo inevitavelmente sofre.

Para Gualda, “a partir do momento em que não se considera mais a tradução como mimese, ao contrário, uma atividade interessada



nas condições de produção e recepção, a tradução passa a ser vista como transformação” (GUALDA, 2010, p. 330). Sendo assim, entendemos livros e filmes como dois elementos autônomos, que, apesar estarem ligados a princípio pela mesma história/narrativa, são capazes de atingir significações diferentes. Portanto nos interessa entender mais como a história tange cada formato.

Separamos, então, alguns elementos, conceituados a partir da visão de algumas autoras e alguns autores. Nesse sentido, um elemento essencial da narrativa é o tempo, já que é nele que a narrativa acontece. Pode-se argumentar que a narrativa acontece também no espaço, porém, de acordo com Martin (2003), enquanto o espaço é um elemento não obrigatório, não se pode fugir do tempo. Nessa perspectiva, uma história que não se passa em lugar algum é possível, contudo, não podemos contar uma história alheia ao tempo. Desse modo, é possível entender o tempo como uma linha que vai do passado para o futuro, na qual se encontram todos os eventos que somos capazes de narrar, podendo-se calcular a duração dos acontecimentos e a distância entre eles.

Para entendermos a categoria *tempo* no cinema, a separamos em duas subcategorias, baseadas nas teorias de Martin (2003) e de Bordwell e Thompson (2013): a “data e duração temporal” e a “ordem temporal”. Nesse viés, podemos afirmar que a data é um ponto definido na linha do tempo, de fácil assimilação para o leitor. Já a duração temporal é mais difícil de expressar e “leva em conta procedimentos propriamente fílmicos” (MARTIN, 2003, p. 217).

De forma geral, a história é tudo que interessa daquilo que aconteceu, seja destacado em tela ou não, enquanto o enredo são apenas os elementos da história destacados em tela. O tempo de duração do enredo é o tempo em que se passam os eventos destacados que estamos acompanhando. Já a duração do tempo da história pode



ser caracterizada como o tempo que a história levou para acontecer, ou seja, a soma de todos os eventos que foram importantes para aquela história.

Quanto à ordem temporal, estamos acostumados a ver os filmes fora da ordem cronológica, sendo que quando os assistimos, colocamos as cenas em ordem mentalmente. Como afirma Martin (2003, p. 23), o filme “está sempre no presente”, e cabe à espectadora ou ao espectador colocá-lo em ordem cronológica. Ao ver os flashbacks e flashforwards, nem sempre sabemos quais eventos são deslocados na cronologia do enredo. De acordo com Martin (2003), as voltas ao passado são mais fáceis de representar e serem entendidas pela espectadora ou espectador. Para levar ao passado, pode-se fazer uso de uma trilha específica ou uma estética destoando do tempo que é entendido como presente. Assim, rapidamente se entende que estamos no passado. Porém, levar a espectadora ou o espectador até o futuro é mais difícil, uma vez que tem-se o risco de que muitas vezes este não estenda que se trate do futuro. As estratégias de mostrar elementos do passado e do futuro fora da ordem cronológica são usadas comumente para explicar relações de causalidade.

Diferentemente do cinema, na literatura o tempo não está sempre no presente. A literatura faz uso da palavra e pode facilmente se expressar em tempos verbais, deixando claro à leitora ou ao leitor em que tempo está situado determinado acontecimento. Para Johnson (1982 apud SILVA, T. M. G., 2012), o tempo em um romance pode ser dividido em três partes: o tempo do narrador, o tempo dos eventos narrados e o tempo da leitura.

Sobre o espaço no cinema, podemos dizer que é “o lugar onde se passa o enredo” (BORDWELL; THOMPSON, 2013, p. 161). De acordo com Martin (2003), se, por um lado, o tempo é objeto de



intuição por parte das espectadoras e dos espectadores no cinema, por outro lado, o espaço é objeto de percepção. Diferentemente do tempo, não precisamos remontá-lo em nossa cabeça, uma vez que ele já está dado na tela e é unívoco.

Para o autor, não existe como mostrar um casa qualquer em um filme: é sempre uma casa específica. Por outro lado, na literatura, a escritora ou escritor pode deixar, se desejar, um espaço aberto sobre a definição de qual casa se trata. O espaço, por ser objeto de percepção, é capaz – na verdade, é obrigado – a sempre evocar o tempo, objeto de intuição, ou seja, através da percepção do espaço intuimos o tempo.

Para Martin (2003), o símbolo tem algumas peculiaridades quando se trata de cinema, já que o cinema precisa usar a simbologia através da imagem. Assim, considera-se que toda imagem é um símbolo de algo, pelo menos em algum grau. De forma didática, poderíamos dizer que a metáfora pertence à mesma família do símbolo. Podemos entender metáfora como a união de dois elementos que, ao se unirem – justaposição, para Martin (2003); solidariedade, para Bechara (2009) –, interferem no significado um do outro, gerando um terceiro significado.

Para Bordwell e Thompson (2013), história é tudo o que faz parte do universo, mesmo que algumas coisas sejam apenas inferidas pela espectadora ou pelo espectador. Somente o que é diegético faz parte da história, ou seja, aquilo que poderia de alguma forma ser acessado por alguma personagem que faça parte daquele universo. Sendo assim, enredo e história não são elementos que se auto-excluem, ou que mantêm uma relação binária. Baseado nisso, pode-se apontar a visão de Bordwell e Thompson, os quais entendem que “enredo e história convergem em alguns momentos e divergem em outros” (2003, p. 147).



Até o momento, pode-se perceber que livros e filmes, linguagem literária e linguagem cinematográfica, têm como ponto de encontro a narrativa. No entanto, também é interessante discutir sobre o que, para nós, pode ser um dos maiores pontos de desencontro. Ao tratar disto, não pretendemos criar uma hierarquia entre livro e filme, ou eleger uma linguagem superior, pelo contrário, gostaríamos de contribuir para a desmistificação de uma superioridade de qualquer uma das linguagens.

Nesse sentido, de acordo com Gualda (2010), cinema e literatura têm “diferentes meios materiais de expressão” (GUALDA, 2010, p. 204). Se, por um lado, os filmes no cinema têm a imagem como meio de expressão, por outro, os livros na literatura têm a palavra.

No entanto, T. M. G. Silva (2012) afirma que esta concepção, que poderia trazer até uma certa hierarquia para filme e livro, já foi desconstruída, pois, de acordo com ela, “o cinema também é capaz de criar estruturas complexas que precisam ser analisadas pelo espectador para se chegar a sua verdadeira compreensão” (SILVA, T. M. G., 2012, p. 184). Assim, não é a quantidade ou qualidade de significações possíveis que difere a linguagem cinematográfica da literária.

É válido, também, mencionar que há uma diferença considerável entre os dois modos de narrativa, pois, de acordo com T. M. G. Silva (2012), é impossível mudar o significante sem alterar o significado. Entendemos que a diferença entre imagem e palavra está na forma com que recebemos e interpretamos os significados. Para Gualda (2010), a linguagem literária se expressa através da representação de imagens, ou seja, por meio de palavras que fazem nascer imagens em nossa mente.

Portanto, compreendemos que tanto filmes quanto livros trabalham com palavras e imagens: um construindo palavras através de



imagens e o outro, imagens através de palavras. Sua grande diferença, então, está no seu meio material de expressão.

METODOLOGIA

Nossa metodologia se baseia em analisar a narrativa das obras de maneira comparativa e qualitativa. Como principal suporte metodológico, temos o autor Graham Gibbs (2009). Assim, buscamos refletir sobre nosso objeto e procuramos sintetizar as estratégias utilizadas nestas obras, motivados a refletir sobre os possíveis desdobramentos em relação ao uso destas estratégias e o campo da produção editorial.

Inicialmente, elencamos obras que julgamos apresentarem o processo de tradução de temáticas. Em seguida, separamos temáticas específicas que se apresentam nessas interfaces, como linguística ou física. Por fim, buscamos comparar e sintetizar as estratégias identificadas.

Nosso percurso iniciou-se com a seleção das obras. Para esta etapa, elegemos alguns critérios como: obras que apresentem temáticas que geralmente são entendidas como originárias do campo da ciência; e obras que trabalhem com ficção; ou seja, obras de ficção científica.

Assim, buscamos o caminho da indução, como afirma Gibbs (2009, p. 19), a busca por uma explicação geral partindo de dados particulares. O processo de eleger as obras e agrupá-las será apresentado como um processo linear: primeiramente, a eleição das obras e, em seguida, o seu agrupamento. No entanto, na realidade, esse processo funciona de forma mútua, concomitante. Como Gibbs (2009) evidencia, na análise qualitativa não é possível primeiro coletar os dados e só depois analisá-los.

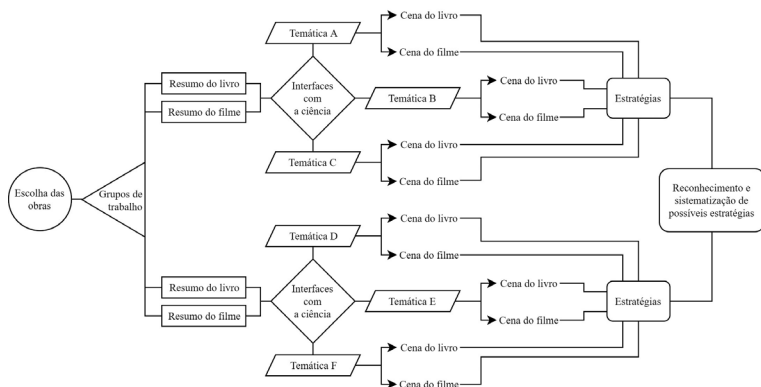


Figura 01: Fluxograma metodológico | Fonte: Elaborado pela autora

Desse modo, é importante destacar que reconhecemos o fato de que distintas plataformas podem apresentar diferentes temáticas de interface, mesmo que tratem-se de uma mesma história. Isso pode até mesmo ser desejável, pois como já vimos, diferentes plataformas tem diferentes possibilidades. No entanto, para este trabalho, decidimos focar nos pontos em comum referentes à abordagem das temáticas em ambas as obras de um mesmo grupo.

A partir disso, buscamos enfatizar e evidenciar as estratégias usadas no processo de tradução para cada temática. Após destacar as estratégias empregadas em cada interface, sistematizamos as estratégias do grupo como um todo, ou seja, estratégias mais gerais utilizadas nas obras que compartilham uma mesma história.

Por fim, após identificar as diferentes estratégias empregadas pelos dois grupos, procuramos sistematizar estratégias que são usadas no processo de tradução das temáticas nas interfaces com o campo da ciência. A Figura 01 mostra um esquema relacionado aos métodos discutidos.



SÍNTESE

Após aplicar estes passos e analisar cada um dos trechos destacados, desenvolvemos uma síntese com os resultados encontrados. A seguir, apresentamos o Quadro 01, no qual buscamos esquematizar as estratégias apresentadas, colocando-as lado a lado com a temática a que se referem.

Na análise dos objetos destacados, encontramos principalmente quatro estratégias usadas para apresentação das temáticas: diálogo entre personagens; vivência do conceito pelo personagem; justificção de um elemento do enredo; movimentação do enredo.

Quanto ao diálogo entre personagens, podemos afirmar que é uma estratégia usada para apresentar a temática através da conversa e interação entre dois personagens. Podemos observar que, dentro desta estratégia, é possível propor três divisões: diálogo pergunta-e-resposta, diálogo de autoconvencimento e diálogo de embate.

A estratégia de diálogo de pergunta-e-resposta se aplica para situações nas quais os interlocutores estão desenvolvendo uma conversa em que um tem mais informação sobre determinada temática do que outro. Assim, o diálogo se desenvolve através das perguntas da personagem interlocutora, que acredita não estar informada sobre algo, e a temática é apresentada através das respostas da personagem que acredita estar informada sobre o tema.

A segunda estratégia é denominada de autoconvencimento e convencimento dos pares: caracteriza-se pelo diálogo entre duas personagens no qual não há tensionamento entre os participantes do diálogo. A temática é apresentada a partir de uma fala, que busca apresentar uma descoberta ou uma chegada de conclusão de um personagem, para si mesmo ou para seus colegas também cientistas.



| | Temática | Estratégias |
|---------|---------------------------------|---|
| Grupo A | Relativismo Linguístico | → movimentação do enredo → vivência do conceito pela personagem → diálogo entre personagens |
| | Escrita semasiográfica | → movimentação do enredo → diálogo entre personagens → justificação de elemento do enredo |
| | Aprendizagem de uma nova língua | → diálogo entre personagens |
| Grupo B | Sinal de televisão | →diálogo entre personagens |
| | Números primos | →diálogo entre personagem -movimentação enredo |
| | Efeitos da gravidade zero | → diálogo entre personagens → justificação de um elemento no enredo |

Quadro 01 Relação entre grupos, temáticas e estratégias de nossa análise
Fonte: Elaborado pela autora.

A terceira estratégia é chamada de diálogo combativo: caracteriza-se principalmente pela apresentação da temática a partir do conflito entre duas personagens. Essa é a forma da estratégia de diálogo que acreditamos ser a mais interessante, pois, de acordo com Bordwell e Thompson (2013), são os conflitos e os embates



que ajudam a empurrar o enredo para frente. Essa estratégia está bastante alinhada à produção de enredos.

Outra estratégia que podemos observar diz respeito à apresentação da temática através da vivência de uma personagem, que envolve-se diretamente com o objeto de determinada temática. Embora essa não tenha sido uma estratégia tão recorrente em nossos objetos destacados, acreditamos que ela tenha muita utilidade em outras situações, já que consiste em apresentar a temática a partir dos efeitos que a personagem sofre, assim deixando o espectador muito próximo a ela.

A estratégia denominada *justificação de um elemento do enredo* caracteriza-se por apresentar a temática a fim de justificar algum outro elemento no enredo. Esse elemento pode ser um fenômeno natural, a situação em que determinado personagem se encontra, ou ainda os efeitos causados por algo. Esta estratégia torna o que poderiam ser considerados tempos fracos – ou seja, tempos que não tem muito a contribuir com o enredo – em explicações ricas, que tornam justificáveis e plausíveis certos acontecimentos na obra.

Por último, a estratégia que nomeamos *estratégia de movimentação do enredo* consiste em apresentar as temáticas de forma que estas, graças às suas características específicas, ditem o rumo da trama. Isso está intimamente ligado ao conceito de causalidade de Bordwell e Thompson (2013): os autores destacam como as personagens podem funcionar como causadoras de efeitos. Assim, destacamos como as temáticas apresentadas podem ser – e, como analisamos, geralmente são – as causadoras de efeitos. Dessa forma, entendemos esta estratégia como uma das principais, uma vez que ela não só eventualmente perpassa as outras estratégias como também se alia com a descrição de coisas que acontecem e têm algum efeito no mundo, aspecto essencial a uma narrativa.



DESDOBRAMENTOS PARA O CAMPO EDITORIAL

Após desenvolver uma análise dos objetos destacados e evidenciar as estratégias usadas para apresentação de temáticas em interface com o campo científico, acreditamos que seja necessário fazer algumas reflexões sobre a relação entre estas estratégias e a prática profissional do produtor editorial.

O primeiro ponto que achamos importante destacar é a relação entre o campo científico e o campo da comunicação. De acordo com Bueno (2012) e Melo e Ribeiro (2014), essa não é uma relação simples. Assim, é um grande desafio trazer para o campo da comunicação informações (temáticas), comumente entendidas como originárias do campo científico. Isso se dá porque, neste processo, é preciso lidar com muito mais do que apenas um sistema de tradução de informação, algo mecânico, como alguns entendimentos de divulgação científica fazem parecer. Trata-se de equilibrar tensionamentos que vão além do campo da comunicação, como as relações de poder que envolvem o campo científico. Nesse sentido, Bourdieu (1983) descreve que as exigências técnicas da produção e a responsabilidade de tornar público e crítico assuntos do campo científico são fundamentais na construção da cidadania.

Portanto, o papel do produtor editorial neste cenário é, primeiramente, entender os fluxos de funcionamento que envolvem essa produção, as relações de poder dentro do campo científico e as relações de poder entre o campo da ciência e o campo da comunicação. Acreditamos que as e os profissionais desta área devem entender seu papel não mais como um tradutor de conteúdos ou informações que são propriedade do campo científico, mas sim como um ser com agência na escolha das estratégias que serão usadas para apresentar temáticas que fazem interface com o campo científico.

Começamos este trabalho com o objetivo de traçar estratégias que pudessem, de alguma forma, instrumentar o trabalho do produtor



editorial ao trabalhar com temáticas que são comuns ao campo da ciência. Para isso, começamos fazendo uma discussão teórica sobre pontos que se mostravam importantes para nos orientar nos passos a seguir. Discutimos a questão difícil de como nomear o trabalho de lidar com as interfaces da ciência. Quando nenhuma nomenclatura parecia ser adequada, entendemos que faria parte do nosso esforço tensionar esses conceitos até que obtivéssemos algo que de fato pudesse nos dar suporte.

Também discutimos sobre o tensionamento entre campos, as relações de poder e de disputa por capital que se apresentam dentro do campo científico e na relação com a comunicação. Essa discussão foi muito importante para que tivéssemos noção do contexto no qual estamos nos inserindo.

Discutimos também sobre narrativa: os elementos destacados deste referencial serviram para guiar muitas de nossas reflexões em relação à análise realizada e foram a principal ponte para entendermos o modo de abordagem do nosso objeto empírico. Para chegar ao nosso objetivo, também foi necessário lançar mão de uma metodologia que nos permitisse fazer apontamentos sobre as estratégias usadas em nossos objetos empíricos. Assim, comparamos as obras, buscando identificar quais estratégias eram usadas na apresentação de cada uma das temáticas.

Na análise, pudemos desenvolver cada passo apontado na metodologia e fomos capazes de apontar quatro estratégias de destaque: diálogo entre personagens; vivência do conceito pela personagem; justificção de um elemento do enredo; e movimentação do enredo.

A estratégia de diálogo entre personagens refere-se a apresentar a temática de interface através da conversa entre duas personagens. A estratégia de vivência do conceito consiste em uma personagem vivenciar os efeitos causados pela temática que é apresentada.



A estratégia de justificação de um elemento do enredo consiste em apresentar a temática para tornar plausível algum elemento do enredo. A estratégia de movimentação do enredo consiste em apresentar temáticas de forma que elas colaborem para a movimentação do enredo, ou seja, toda temática apresentada precisa fazer diferença no rumo do enredo ou de uma personagem.

Após elencar essas estratégias, é possível voltar às nossas questões iniciais e refletir um pouco mais sobre o papel do produtor editorial neste campo. Podemos identificá-lo não mais como um profissional que executa um processo mecânico de passar conteúdos de um campo para outro, mas sim como um agente, que deve ser consciente nas escolhas das estratégias adotadas. Assim, encerramos nosso percurso, mas não as possibilidades da temática, e menos ainda a construção do papel do produtor editorial.

REFERÊNCIAS

A CHEGADA. Direção de Denis Villeneuve. Produção de Shawn Levy; Dan Levine; Aaron Ryder; David Linde. Paramount Pictures; Sony Pictures Releasing; 2016. (116 min.)

ADABO, G. M. **Divulgadoras de ciência no Brasil**. 2017. 185 f. Dissertação (Mestrado em Divulgação Científica e Cultural) – Instituto de Estudos da Linguagem e Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo, Universidade Estadual de Campinas, Campinas. 2017. Disponível em: <<http://taurus.unicamp.br/handle/REPOSIP/322811>>. Acesso em: 17 nov. 2017.

BARTHES, R. Introdução à análise estrutural da narrativa. In: BARTHES, R. et al. **Análise estrutural da narrativa**. Petrópolis: Vozes, 2011.

BECHARA, E. **Moderna gramática portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.

BORDWELL, D.; THOMPSON, K. **A arte do cinema: uma introdução**. Campinas: Editora da Unicamp, 2013.



BOURDIEU, P. O campo científico. In: _____. **Pierre Bourdieu: sociologia**. Organizador da coletânea: Renato Ortiz. São Paulo: Ática, 1983.

BUENO, W. C. **A formação do jornalista científico deve incorporar uma perspectiva crítica**. Diálogos e Ciência, Salvador, v. 10, n. 29, 2012. Disponível em: <http://dialogos.ftc.br/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=307&Itemid=15&usg=AOvVaw16YrUOPBOomipPzdNyEpLq>. Acesso em: 17 nov. 2017.

CHIANG, T. História da sua vida. In: _____. **História da sua vida e outros contos**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2016. p. 125-192.

CONTATO. Direção de Robert Zemeckis. Produção de Robert Zemeckis; Steve Starkey. Warner Bros: 1997.

FLUSSER, V. **Comunicologia: reflexões sobre o futuro**. São Paulo: Martins Fontes, 2014.

GIBBS, G. **Análise de dados qualitativos**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

GOMES, I. M. A. M. **A Divulgação Científica em Ciência Hoje: características discursivo-textuais**. 2000. 287 f. Tese (Doutorado em Linguística) – Programa de Pós-graduação em Letras, Universidade Federal de Pernambuco, Recife. 2000. Disponível em: <<http://www.museudavidahomolog.fiocruz.br/brasiliiana/media/tesedoutoradoisaltina-adobe.pdf>>. Acesso em: 17 nov. 2017.

GUALDA, L. C. **Literatura e Cinema: elo e confronto**. Matrizes, São Paulo, v. 3, n. 2, p. 201-220, 2010. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38267>>. Acesso em: 17 nov. 2017.

LOPES, M. I. V. Reflexividade e relacionismo como questões epistemológicas na pesquisa empírica em comunicação. In: BRAGA, J. L.; LOPES, M. I. V.; MARTINO, L. C. (Org.). **Pesquisa empírica em comunicação**. São Paulo: Paulus, 2010.

MARTIN, M. **A linguagem cinematográfica**. São Paulo: Brasiliense, 2003.

MELO, J. M.; RIBEIRO, J. H. **Jornalismo Científico: Teoria e prática**. São Paulo: Intercom, 2014.

SAGAN, C. **Contato**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.



SILVA, T. M. G. **Reflexões sobre adaptação cinematográfica de uma obra literária.** Anuário de Literatura, Florianópolis, v. 17, n. 2, p. 181-201, 2012. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/literatura/article/view/24011>>. Acesso em: 17 nov. 2017.



ENHANCED PUBLICATIONS

AMPLIANDO A VISIBILIDADE
DAS PUBLICAÇÕES
CIENTÍFICAS

Edilaine de Avila
Cláudia Regina Ziliotto Bomfá

A IMPORTÂNCIA de se divulgar as produções científicas está relacionada diretamente com os avanços que são possíveis a partir do compartilhamento de dados e resultados. Ao mesmo tempo, “a comunicação das pesquisas científicas tem a função de validar e consolidar os avanços da ciência e tecnologia, bem como permitir o registro e a recuperação das informações” (BOMFÁ, 2009, p. 35). Durante um longo período, a disseminação da Ciência esteve conectada apenas aos periódicos científicos impressos.

Os periódicos científicos são considerados entre os estudiosos como “o principal canal formal de disseminação da Ciência” (VALERIO *apud* AMBIENDER, 2012, p. 40). Porém, a partir do uso das novas tecnologias, a comunidade científica vem observando a necessidade de novos modelos para as publicações científicas, que apresentem maior interatividade e que acompanhem as mudanças que o ambiente digital trouxe para as relações comunicacionais.

Entre os vários impactos causados pelas Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) à disseminação da Comunicação Científica, cabe observar os movimentos em favor do acesso livre, que surgiram em consequência das dificuldades encontradas pela comunidade científica mundial, com o escopo de “promover a divulgação



e acesso, de modo rápido e amplo, às publicações de literatura científica primária” (BOMFÁ et al., 2008, p. 311). Desta forma, o principal resultado da política de acesso livre é o aumento da visibilidade das pesquisas científicas, que passam a ter um alcance para além das fronteiras físicas.

No âmbito das produções científicas, essa evolução gerada pelo computador deu origem ao que se denomina *e-Science*, cuja mudança mais significativa está na utilização de dados primários adjacentes de diferentes disciplinas como insumos na investigação científica (OLIVEIRA, 2016). Partindo do pressuposto de que a tecnologia é o suporte imprescindível à sua existência, a *e-Science* é definida como “a ciência de computação intensiva, realizada em ambientes de rede altamente distribuídos que utilizam volumosos conjuntos de dados” (OLIVEIRA, 2016, p. 37).

Esses dados, por sua vez, possibilitam uma série de procedimentos como a coleta, o processamento, a preservação, a análise e o armazenamento de ampla quantia de informações em diferentes dispositivos e plataformas. A partir dessas considerações, chega-se ao tema central desta proposta de trabalho: o conceito de *enhanced publication*, identificado como “uma publicação enriquecida a partir de 3 categorias de informações: os dados da pesquisa; materiais extras [...]; e dados de pós-publicação” (GOMES, 2012, p. 200).

Deste modo, a presente pesquisa parte da seguinte problemática: quais características identificam uma publicação científica como uma *enhanced publication* e como essas particularidades podem ser utilizadas pelos periódicos científicos para o aumento de sua visibilidade? Portanto, este trabalho objetiva identificar e apresentar quais recursos da *enhanced publication* podem aprimorar as publicações científicas, com o intuito de ampliar a visibilidade dessas produções.

Ainda, são objetivos específicos deste estudo: 1) Apontar quais recursos são, normalmente, utilizados por uma *enhanced publication* para reforçar sua visibilidade; 2) Realizar um estudo



exploratório da *Public Library of Science (PLOS)*¹, para investigar como esse projeto utiliza os princípios da *enhanced publication* em seus periódicos científicos; 3) Apresentar os resultados que demonstram os recursos utilizados pelas *enhanced publications* como orientação à implementação em outras revistas científicas.

Sendo assim, entende-se que a contribuição deste trabalho está em apresentar para o pesquisador/editor as possibilidades de uso dos recursos competentes às *enhanced publications*. Justifica-se a importância deste estudo a partir da iminente necessidade de se ampliar a visibilidade das pesquisas científicas, principalmente a partir da utilização das potencialidades oriundas das TICs e dos movimentos em favor do acesso livre.

A partir disso, este trabalho se caracteriza como uma pesquisa que busca desenvolver um estudo acerca dos periódicos científicos que apresentam particularidades referentes às *enhanced publications*. Carrega, portanto, especificidades do método experimental, pois sugere uma proposta de parâmetros que visa identificar esse tipo de publicação. Destacam-se também a técnica de levantamento e a análise de conteúdo, que distinguem este estudo como de natureza qualitativa.

CARACTERÍSTICAS DAS ENHANCED PUBLICATIONS

Os periódicos eletrônicos se apropriaram das características da comunicação na web, para aumentar a visibilidade e facilitar o acesso ao conhecimento científico. Desta forma, considerando todo o universo de características da comunicação na web, a gama de produtos editoriais existentes na internet e as possibilidades

1 A Public Library of Science – PLOS foi fundada em 2001 como uma organização sem fins lucrativos de acesso aberto, com a missão de acelerar o progresso em Ciência e Medicina, levando a uma transformação na comunicação da pesquisa científica. Seus esforços e sucessos inspiraram outros (de pesquisadores individuais à indústria editorial em grande escala) a avançar em direção a um ethos mais aberto.



que as TICs trouxeram para a comunicação científica, o Quadro 02 traz uma proposta de parâmetros para a análise de uma *enhanced publication*.

| Autores | Característica | Tipos e recursos |
|---|--------------------------|--|
| Palácios (1999-2004); Bardoel e Deuze (2001); Mielniczuk (2005); Terra (2006); Canavilhas (2014). | Hipertextualidade | Não-linearidade; link conjuntivo e disjuntivo; link interno e externo; link editorial, de serviços e publicitário. |
| Bardoel e Deuze (2001); Palácios (1999-2004); Canavilhas (2014). | Multimedialidade | Texto; fotografia; gráfico, iconografia e ilustração estática; vídeo; animação digital; discurso oral; música e efeitos sonoros; folhas de estilo; apresentações e descrições textuais da pesquisa (quadros, seções, tabelas); vibração. |
| Palácios (1999-2004); Bardoel e Deuze (2001); Terra (2006); Canavilhas (2014); Valle (2016). | Interatividade | Seletiva; comunicativa. |
| Palácios (1999-2004); Terra (2006); Canavilhas (2014). | Instantaneidade | Tempo real; atualização contínua. |
| Palácios (1999-2004); Canavilhas (2014). | Memória | Banco de dados; mecanismos de busca. |
| Palácios (1999-2004); Bardoel e Deuze (2001); Canavilhas (2014). | Personalização | Customização do conteúdo; resposta; alterar com base na hora do dia; interação significativa; ajuda na decisão; calibração e algoritmos; adaptável para mudar. |
| Terra (2006); Canavilhas (2014). | Ubiquidade | Dispositivos móveis; mídia gerada pelo consumidor. |

Quadro 01: Características das *enhanced publications* | Fonte: Elaborado pela autora



O **hipertexto** nada mais é do que a própria natureza da web, pois, quando se acessa um endereço na internet, está se acessando um hipertexto. Resumidamente, o termo pode ser entendido como um documento digital composto por diferentes blocos de informações, que se interligam por links ou hiperlinks. Para Canavilhas (2014, p. 04), “a palavra hipertexto foi utilizada pela primeira vez nos anos 60 por Theodor Nelson, que definiu o conceito como uma escrita não sequencial, um texto com várias opções de leitura que permite ao leitor efetuar uma escolha”. Ou seja, o acesso às informações ocorre de maneira não hierárquica e a navegação não é linear.

Em relação à tipologia, conforme Mielniczuk (2005), os links podem ser divididos a partir de três grupos: relativos aos recursos de navegação, ao universo de abrangência e ao tipo de informação. Quanto aos recursos de navegação, o link pode ser: **conjuntivo**, quando a janela do programa navegador permanece a mesma, mas o conteúdo que aparece na tela muda; ou **disjuntivo**, quando se abre ou uma janela menor ou mesmo outra janela do programa navegador, proporcionando a experiência de simultaneidade: duas janelas abertas ao mesmo tempo.

Quanto ao universo de abrangência, o link pode ser: **interno**, quando remete para lexias dentro do próprio site; ou **externo**, quando direciona para lexias externas ao site. Já em relação ao tipo de informação, o link apresenta-se como: **editorial**, quando pertence ao conteúdo informativo do site; **de serviços**, no momento em que direciona para serviços oferecidos pelo site; ou **publicitário**, quando remete à publicidade de empresas anunciantes ou também a outros produtos do mesmo grupo empresarial (MIELNICZUK, 2005).

Para Salaverría (2014), a comunicação humana se caracteriza como multimídia, pois o ser humano percebe o mundo ao seu redor a



partir de seus cinco sentidos. Da mesma forma, para o autor, o indivíduo recebe e emite informações de forma multissensorial. A partir disso, Bardoel e Deuze (2001) entendem que, no contexto da comunicação digital, a **multimedialidade** caracteriza-se como a convergência dos formatos tradicionais (imagem, texto e som) em movimento. Por sua vez, Palácios (2004, p. 02) reforça que “a convergência torna-se possível em função do processo de digitalização da informação e sua posterior circulação e/ou disponibilização em múltiplas plataformas e suportes, numa situação de agregação e complementaridade”.

Considerando que texto, imagem e som podem assumir diversas formas e procurando dar conta de todos os recursos disponíveis na atualidade para a criação de um conteúdo multimídia, o autor estabelece uma lista com oito elementos diferentes: 1) texto; 2) fotografia; 3) gráficos, iconografia e ilustrações estáticas; 4) vídeo; 5) animação digital; 6) discurso oral; 7) música e efeitos sonoros; 8) vibração.

No que diz respeito à **interatividade**, parte-se da premissa de que toda e qualquer comunicação entre duas ou mais pessoas é uma interação social. E a interatividade tida como interação social ocorre mediante a utilização de um aparato, ou seja, um dispositivo tecnológico que intermedia esta comunicação. Desta forma, a interatividade “é um conceito ponte entre o meio e os leitores/utilizadores, porque permite abordar esse espaço de relação entre ambas as partes e analisar as diferentes instâncias de seleção, intervenção e participação nos conteúdos do meio” (ROST, 2014, p. 53).

Para Rost (2014, p. 56), a **interatividade seletiva** “alude às possibilidades de controle que tem o utilizador sobre o processo de recepção dos conteúdos. Ou seja, em que medida o utilizador pode eleger o ritmo e a sequência das mensagens”. Neste caso, são exemplos:



o menu, os motores de busca, os índices, os formulários, os marcadores, as opções de recepção e de distribuição, entre outros. Nesse sentido, o participante da interatividade seletiva (que continua sendo apenas um receptor) tem a liberdade de escolher os caminhos de navegação.

Por outro lado, a **interatividade comunicativa** permite que os sujeitos, ao interagirem, afetem-se mutuamente. Conforme Rost (2014, p. 58), neste processo, “o leitor procura dialogar, discutir, confrontar, apoiar e, de uma forma ou de outra, entabular uma relação com outros”. Do mesmo modo, em outros casos, o usuário quer apenas dar sua opinião, sem necessariamente procurar um contato bidirecional.

Ainda é preciso destacar a importância da **instantaneidade** na internet, que, com “a rapidez do acesso, combinada com a facilidade de produção e de disponibilização, propiciadas pela digitalização da informação e pelas tecnologias telemáticas, permitem uma extrema agilidade de atualização” (PALÁCIOS, 2004, p. 03). Pode-se verificar também, conforme coloca Terra (2006), que o grande diferencial de ações em **tempo real** fica por conta das notícias de última hora, das atualizações imediatas e das notas curtas, por exemplo.

Do mesmo modo, Terra (2006, p. 31) ressalta que “a **mídia gerada pelo consumidor** é aquela na qual os usuários se expressam sobre o que quiserem e replicam para suas redes sociais de contato”. Por isso, a comunicação na web é capaz de aproximar as instituições de seus públicos, permitindo e conduzindo diálogos de maneira rápida e objetiva. Cabe destacar também que esta troca de informações está sendo potencializada especialmente pelo fato da tecnologia estar cada vez mais ubíqua e simples de ser utilizada.



De acordo com Palácios (2014), a internet possibilita também uma **memória** múltipla, cumulativa e instantânea, uma vez que a web se caracteriza como um grande banco de dados, onde o usuário encontra o conteúdo que procura através dos motores de busca. Pode-se destacar que os maiores diferenciais deste sistema são a imensa quantidade de dados e de informações cadastradas e armazenadas e a facilidade de acesso. Ainda, conforme o autor, é preciso observar que o acúmulo de informações é bem mais viável técnica e economicamente na web do que em outras mídias.

Já a **personalização** indica que o mesmo conteúdo base pode ser moldado para diferentes usuários conforme as suas preferências e/ou seus históricos pertinentes. Em se tratando de publicações para a web, a personalização pode “apresentar várias formas e extensões, sendo a mais habitual deixar o utilizador selecionar os temas mais relevantes para a criação de uma página com base em preferências pessoais” (LORENZ, 2014, p. 140).

Com um olhar atento aos pequenos grupos com interesses comuns, o autor estabelece seis graus para explicar a importância da personalização para tornar o mercado mais atraente e promissor. Os autores destacam, neste caso, a customização do conteúdo, as respostas criadas pelos usuários, as alterações com base na hora do dia, a interação significativa, a ajuda na decisão, a calibração, os algoritmos e a capacidade de se adaptar para mudar.

Destaca-se também o conceito de **ubiquidade**, que significa, fundamentalmente, estar em todos os lugares simultaneamente. Para o autor, “no contexto da mídia, ubiquidade implica que qualquer um, em qualquer lugar, tem acesso potencial a uma rede de comunicação interativa em tempo real” (PAVLIK, 2014, p. 160). Isso significa que todo indivíduo pode não somente ter acesso aos conteúdos, mas também participar e fornecer sua própria contribuição através de compartilhamentos em âmbito global.



O CASO PLOS

A partir da definição de quais características identificam uma publicação como uma *enhanced publication* e considerando o levantamento realizado na biblioteca digital de periódicos *PLOS*, serão apresentados, na sequência, alguns recursos que podem ser utilizados por uma publicação científica ampliada, analisando, especialmente, como se dá a apropriação das particularidades disponibilizadas através da web pelos periódicos científicos digitais.

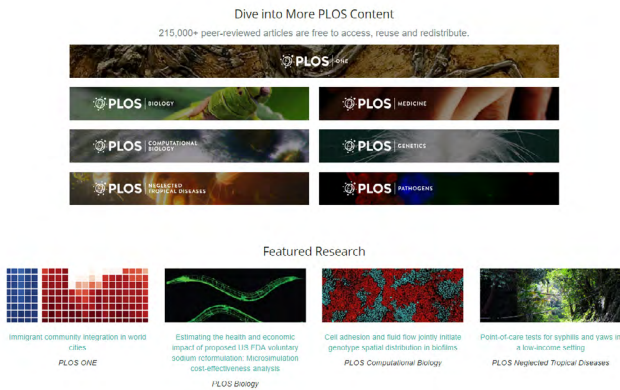


Figura 01: Print da página inicial do PLOS

No que diz respeito à característica de **hipertextualidade** é preciso destacar, primeiramente, que a principal vantagem estabelecida para a comunicação científica está no fato da navegação se apresentar não-linear. O usuário da biblioteca digital de periódicos *PLOS* pode construir por si mesmo os caminhos de acesso aos conteúdos disponibilizados, o que permite ao pesquisador buscar informações de acordo com suas áreas de interesse, de forma bastante interligada e dinâmica.

Quanto aos recursos de navegação, foram analisados os links apresentados como soluções que aperfeiçoam a experiência do usuário



na procura de informações. Deste modo, percebe-se que a *PLOS* trabalha os links conjuntivos da seguinte forma: os artigos das revistas científicas apresentam uma espécie de menu lateral, com a organização do conteúdo de tal forma que o leitor possa avançar ou retornar aos textos, sem necessariamente realizar uma leitura linear. Ao mesmo tempo, um menu superior permite que o leitor acesse uma série de dados que compreendem: o texto do artigo; as informações sobre o(s) autor(es); as métricas, tais como número de visualizações e de downloads em PDF e XML; os comentários; e os conteúdos relacionados.

No que tange aos links disjuntivos, verificou-se que as figuras encontradas ao longo de um artigo, por exemplo, podem ser visualizadas através de miniaturas no próprio corpo do texto ou, se o leitor preferir clicar na imagem, expandidas em tela cheia. Neste caso, é possível acessar alguns comandos como: zoom, anterior/próxima, todas as imagens e download nos formatos PPT, PNG e TIFF. Outra facilidade encontrada é que, ao fechar esta janela, o leitor retorna ao texto, prosseguindo com sua leitura.

Além disso, logo abaixo do título do artigo, onde estão citados o(s) nome(s) do(s) autor(es), é possível abrir um *pop-up* com endereço de e-mail, afiliações de trabalho e link para perfil na ORCID², por exemplo. Em relação ao universo da abrangência, como exemplo, observam-se links internos nas páginas dedicadas aos autores que redirecionam o pesquisador para os critérios editoriais dos periódicos.

Já os links externos são encontrados nos artigos das revistas científicas que apresentam links que redirecionam o pesquisador para conteúdos fora do portal *PLOS*. Por exemplo, o leitor pode migrar para o

2 ORCID é uma organização sem fins lucrativos que proporciona que todos que participam de pesquisas, bolsas de estudo e inovações sejam identificados de forma única e conectados a seus financiadores e afiliações, entre disciplinas, fronteiras e tempo. Fonte: https://orcid.org/content/about-orcid?locale_v3=pt. Acesso em: 07 nov. 2017.



site do *Creative Commons*, responsável pelas licenças e pelos direitos autorais, e para sites onde estão hospedados os trabalhos citados nas referências, como o PubMed/NCBI e o Google Acadêmico.

Considerando o tipo de informação, observa-se a presença de links editoriais na maioria dos textos das revistas *PLOS*, uma vez que este é o grande diferencial das publicações científicas. Basicamente, os destaques nas páginas iniciais, assim como as chamadas para as notícias, são exemplos de conteúdos informativos do portal. Tais conteúdos encaminham o pesquisador aos artigos e demais textos disponíveis, promovendo o aumento da visibilidade dessas publicações.

Já os links de serviço estão relacionados, fundamentalmente, aos acessos oferecidos aos pesquisadores-autores. Podem ser encontrados nas diretrizes para autores, na submissão e no acompanhamento de artigos, nas atualizações de perfis cadastrados, nas formas de contato com os editores, entre outros. Sua principal função é prestar serviços ao usuário do portal, que, neste caso, procura por informações para publicar seus próprios trabalhos.

Por fim, os links publicitários são encontrados, normalmente, no topo do site em um *banner* pequeno e divulgam produtos/serviços da própria *PLOS* ou eventos de interesse do público leitor. Neste caso, é possível encontrar *banners* de divulgação das próprias publicações *PLOS*, sugerindo ao leitor que veja, entre os periódicos publicados pelo projeto, o que melhor se enquadra em sua área de pesquisa. Neste âmbito, além de gerar receita para a *PLOS*, este tipo de link aumenta a credibilidade do portal ao anunciar empresas e/ou instituições referência para a comunidade científica, por exemplo.

No que se refere à característica **multimedialidade**, observa-se que são vastas as possibilidades de se trabalhar com os recursos oferecidos pela web. É preciso considerar, em um primeiro momento,



o texto, item básico de todas as publicações científicas. No caso da *PLOS*, percebe-se que o texto compreende a esmagadora maioria dos conteúdos veiculados no portal, sendo que os artigos continuam sendo, especialmente, bastante tradicionais na estrutura das informações textuais.

Para complementar o texto, habitualmente, usa-se a fotografia, que tem o objetivo de ilustrar ou ainda de legitimar o contexto do tema que está sendo abordado. No caso da divulgação da Ciência, a fotografia torna-se um diferencial para a disseminação das pesquisas e dos processos que acontecem dentro dos laboratórios. Com os avanços das TICs e a facilidade de se produzir fotografias a partir de dispositivos móveis, houve um acréscimo deste tipo de recurso em todos os tipos de publicação, principalmente nos conteúdos publicados na internet. A associação de imagens promove destaque à temática tratada e, por isso, seu uso aumenta a visibilidade da publicação.

Também é preciso destacar o uso de gráficos, cada vez mais comuns devido a sua evidente capacidade de elucidar e resumir informações. No caso da divulgação científica, o gráfico é um dos elementos-chave para o entendimento dos resultados da pesquisa, sendo, portanto, um dos recursos mais utilizados para demonstrar dados coletados e tabulados pelos pesquisadores em seus estudos. Assim, o emprego de gráficos é capaz de promover a visibilidade da publicação devido ao seu valor agregado à temática abordada.

Similarmente, os vídeos aparecem como um recurso de destaque na divulgação do conhecimento científico. No caso da *PLOS*, os vídeos são publicados originalmente em um canal no *YouTube*, para, posteriormente, serem inseridos no corpo do texto no site. Entre as principais vantagens dessa sistemática está a organização cronológica dos vídeos, feita pelo próprio *YouTube*, e a



possibilidade dos editores poderem criar listas temáticas dentro do canal, o que facilita a recuperação de informações. Do mesmo modo, a partir do link de compartilhamento criado pelo *YouTube*, é possível disseminar o vídeo para diversos sites através de e-mails ou de mensagens instantâneas, por exemplo

Outro recurso empregado pela *PLOS* é a animação digital. Para exemplificar, foi encontrado um conteúdo que relata o uso de uma técnica de imagem em 3D de alta resolução, que permitiu aos cientistas identificar duas novas espécies de formigas, cujas espinhas únicas inspiraram os pesquisadores a nomeá-las de dragões, baseados na série *Game of Thrones*³. Neste caso, o indicador de visibilidade está na exploração de conteúdos que utilizam recursos ampliadores das possibilidades de visualização, como a mídia 3D. Fica claro, portanto, a potencialidade dos recursos de multimídia e de convergência, uma vez que os cientistas estão utilizando como referências produtos midiáticos que, em um primeiro momento, não apresentariam relação com o assunto estudado.

Cabe destacar, ainda, a utilização de discurso oral. *PLOScast* é um dos blogs hospedados no *PLOS Blogs*. Ele apresenta entrevistas com formadores de opinião, em formato de *podcast*, sobre o desenvolvimento editorial acadêmico, o futuro da academia e a mudança de experiências de cientistas. O programa explora Ciência, acesso e avaliação por pares, incluindo ferramentas de pesquisa, ideias para melhorar a comunicação científica e as realidades do mercado de trabalho acadêmico.

O blog serve ainda como um arquivo para os *podcasts* dos editores da *PLOS Biology*, registrados de 2011 a 2013. Os arquivos em áudio

3 *Game of Thrones* é uma série de televisão norte-americana criada por David Benioff e D. B. Weiss e baseada na série de livros *A Song of Ice and Fire*, de George R. R. Martin. Fonte: <https://www.gelofogo.com>. Acesso em 18 set. 2018.



estão organizados em episódios e foram publicados, originalmente, no *SoundCloud*⁴, cujo link foi incorporado ao blog. No que concerne aos recursos sonoros, alguns efeitos são trabalhados nos próprios vídeos. Foi possível encontrar um audiovisual no qual um morcego é filmado rastreando um inseto em movimento. Os sons ouvidos são reproduzidos por um detector de morcegos, que possibilita que as vocalizações do animal sejam audíveis pelo ouvido humano.

No tocante da **interatividade**, foi possível avaliar que, de maneira seletiva, as revistas *PLOS* organizam as formas de contato de acordo com um menu lateral, onde o leitor pode acessar a localização dos escritórios da respectiva revista, o nome e e-mail do editor chefe do periódico, a assistência, a lista de funcionários e de suas respectivas funções, o nome, e-mail e telefone da equipe responsável pela mídia, as formas de contato para faturamento, doação e publicidade e os endereços e telefones dos escritórios *PLOS* nos EUA e na Europa. Desta forma, amplia-se a visibilidade da instituição que promove o periódico e a de seus próprios gestores.

Ainda em relação à interatividade seletiva, no final da página, existe um formulário de pesquisa, onde o leitor dá o seu *feedback* a respeito do motivo que o levou a acessar o site. Cabe ressaltar que, especificamente no *PLOS Blogs*, que pode ser considerado como um recurso para antecipar artigos que serão publicados, há um formulário para contato que solicita ao leitor informações como nome completo, endereço de e-mail, tipo de mensagem e mensagem em si.

Além disso, é necessário considerar as diretrizes e as informações para autores como interatividade seletiva. A *PLOS* disponibiliza

4 *SoundCloud* é um aplicativo pra quem gosta de ouvir e compartilhar música com os amigos. É possível capturar o som e compartilhá-lo em privado ou publicamente no *Facebook*, *Twitter* e, até mesmo, usá-lo para check-in no *Foursquare*. Fonte: <http://www.techtudo.com.br/tudo-sobre/soundcloud.html>. Acesso em: 21 nov. 2017.



um sistema de menus específico para os autores interessados em publicar ou que já estejam neste processo. Neste caso, o pesquisador pode acessar três tipos de conteúdo:

Envios: com informações a respeito de como começar este processo: diretrizes para submissões, organização e formatos de tabelas e figuras, tipos de artigos e demais informações de apoio;

Política: com informações relacionadas às boas práticas em relatórios de pesquisa, diferenças e especificidades entre pesquisas que envolvem seres humanos e animais, como divulgar fontes de financiamento, licenças e direitos autorais, disponibilização de dados, compartilhamento de materiais e *softwares*, publicações éticas, entre outros;

Revisão e publicação do manuscrito: com esclarecimentos e orientações para o processo de revisão editorial e de pares, diretrizes para comentários, manuscritos aceitos, correções e retratações, métricas do artigo, entre outros.

Já no que se refere à interatividade comunicativa, destacam-se os ícones para as redes sociais e as formas de compartilhamento. A *PLOS* apresenta, na parte inferior de sua página inicial, três ícones que direcionam o leitor para as páginas do portal no *Twitter*, no *Facebook* e no *LinkedIn*. Individualmente, o jornal *PLOS ONE* e as demais seis revistas científicas *PLOS* têm em suas páginas iniciais cinco ícones de “Fale Conosco” que dão acesso às seguintes informações: receber alertas por e-mail; documento RSS; *Twitter* (perfil individual de cada periódico); *Facebook* (*PLOS*); e aos *PLOS Blogs*.

Ao mesmo tempo, a *PLOS Currents* disponibiliza no topo de sua página inicial os ícones do *Twitter*, do *Facebook* e do *LinkedIn* da *PLOS*. Ainda, ao acessar um artigo e clicar no ícone à direita na página, o leitor pode compartilhar o conteúdo com as seguintes



redes: *Reddit*, *Google +*, *StumbleUpon*, *Facebook*, *LinkedIn*, *CiteUlike*, *Mendeley*, *PubChase*, *Twitter* e E-mail. Também é necessário destacar que o leitor pode fazer o download do arquivo em PDF (citação ou XML) e imprimir (também está disponível o recurso *EzPrint*).

Vale ressaltar que, neste caso, o indicador de visibilidade está relacionado ao fato da coletividade científica expandir suas pesquisas através do uso das mídias sociais, visando a aproximação com o leitor. Do mesmo modo, há o crescimento da divulgação e da ampliação da visibilidade das pesquisas ao público leigo. Destaca-se também que, ao utilizar blogs como recursos, a *PLOS* possibilita uma comunicação bidirecional, sendo que cada publicação pode vir acompanhada de comentários. Por fim, outro uso da interatividade comunicativa é a possibilidade de inserir comentários nos artigos publicados. Entretanto, nos artigos pesquisados, poucos foram os comentários encontrados, o que denota a falta de interesse do leitor em utilizar esse recurso.

No que está relacionado à **instantaneidade**, observando o princípio da atualização contínua, a *PLOS* mantém atualizados os números das métricas dos artigos. Ao acessar um artigo, o leitor pode conferir, em ícones organizados à direita, o número de downloads, citações, visualizações e compartilhamentos deste texto. Estas informações são atualizadas automaticamente pelo sistema do site e colaboram para a promoção da visibilidade da pesquisa e do próprio artigo.

Em relação às atualizações em tempo real, identifica-se que, na página inicial das revistas, há um *widget* do *Twitter* que atualiza, automaticamente, todas as postagens, repostagens e/ou marcações do perfil de cada revista. Desta forma, o leitor mantém-se conectado a mais de uma plataforma de informação, sendo também fomentado com dados para além dos sites da *PLOS*.



No que corresponde à **memória**, destaca-se o funcionamento e a importância dos mecanismos de busca nos sites de comunicação científica. A PLOS é considerada um portal, uma vez que congrega, ao mesmo tempo, várias páginas de distintos conteúdos, serviços e afins. Em cada página, é possível perceber que os editores trabalham os mecanismos de busca com o intuito de melhor adaptar o conteúdo ao leitor, possibilitando a recuperação e a visibilidade das pesquisas.

Sendo assim, é possível perceber que, em relação ao jornal PLOS ONE e através do menu *Browse*, o leitor pode fazer sua busca ao acervo que conta com 188419 artigos (em 09 de outubro de 2017). Para isso, há um filtro dividido em onze áreas: biologia e ciências da vida; ciências da computação e da informação; ciências da terra; ecologia e ciências ambientais; engenharia e tecnologia; ciências da medicina e da saúde; pessoas e lugares; ciências físicas; métodos de pesquisa e análise; política científica e ciências sociais. Ao selecionar uma área, o usuário ainda pode seguir sua busca através de uma nova lista com subáreas, sendo que estas variam em número dependendo da área a qual estão vinculadas.

No caso das revistas científicas da *PLOS*, os mecanismos de busca para consulta ao acervo levam em conta os anos de publicação, possibilitando ao leitor o acesso a exemplares mensais através de uma linha do tempo. Para cada revista, há uma linha do tempo distinta que considera o ano de início da publicação, conforme segue: a) *PLOS Biology*: outubro de 2003; b) *PLOS Medicine*: outubro de 2004; c) *PLOS Computational Biology*: junho de 2005; d) *PLOS Genetics*: julho de 2005; e) *PLOS Pathogens*: setembro de 2005 e f) *PLOS Neglected Tropical Diseases*: outubro de 2007.

No caso da *PLOS Collections*, há duas opções de busca – uma aberta, na qual o leitor pode procurar textos a partir de palavras e/ou



expressões digitadas por ele mesmo e outra baseada em áreas de conhecimento, divididas em: biologia e ciências da vida; ciências da computação e da informação; ciências da terra e do ambiente; medicina e ciências da saúde; e pesquisa, análise e política da ciência. Percebe-se, então, que a busca e a recuperação das informações pelo uso de metadados possibilita identificar e ampliar a visibilidade das pesquisas.

O sistema é semelhante na PLOS Currents, pois também há duas opções de busca – uma aberta, na qual o leitor poderá procurar textos a partir de palavras e/ou expressões digitadas por ele mesmo e outra a partir de áreas de conhecimento, divididas em: doença de *Huntington*; distrofia muscular; desastres; surtos; árvore da vida e evidência sobre testes genômicos. Dessa forma, ao clicar em uma área específica, é possível acessar os artigos relacionados em uma nova guia.

No *PLOS Blogs*, por sua vez, é possível acessar dois tipos prioritários de conteúdo – os blogs da *PLOS*, produzidos pela própria biblioteca digital de periódicos e, em outro sistema de menus, os blogs independentes hospedados pela *PLOS*, divididos em cinco áreas: biologia e ciências da vida (oito blogs); ciência da terra e do ambiente (três blogs); ciências multidisciplinares (seis blogs); medicina e saúde (seis blogs); e pesquisa, análise e política científica (sete blogs). Este tipo de buscador possibilita ampliar a visibilidade por áreas do conhecimento. Além disso, o site apresenta um buscador aberto, para livre pesquisa.

Na *PLOS Research News*, por fim, há também três opções de busca – uma aberta, localizada já na página inicial, na qual o leitor poderá procurar textos a partir de palavras e/ou expressões digitadas por ele mesmo; outra alternativa de ordem cronológica e organizada por mês e a última estabelecida a partir de categorias divididas



em: entrevista do autor; nova pesquisa; resumo de notícias; não categorizadas e destaques do vídeo.

Ainda em relação à memória, é preciso entender que, ao disponibilizar seu acervo organizado por ano, tomando a data de publicação como exemplo, a *PLOS* está preservando a memória da pesquisa científica nas áreas em que se dedica através da formação de um grande banco de dados online. Dessa forma, este recurso possibilita a fácil recuperação de informações e, ao mesmo tempo, o compartilhamento de dados.

No que tange à **personalização**, não foram encontrados elementos estéticos que possam ser customizados na estrutura geral dos sites. Talvez este recurso possa estar disponível aos usuários que têm *login* e senha cadastrados. Entretanto, os conteúdos disponíveis e o cadastramento para o recebimento de informações por e-mail, por exemplo, podem ser considerados uma forma de personalização. Da mesma maneira, os mecanismos de busca permitem que o usuário trace seu próprio percurso de leitura de acordo com seus interesses, personalizando sua navegação ao longo das páginas.

Finalmente, no que diz respeito à **ubiquidade**, identifica-se que os sites da *PLOS*, de suas revistas científicas e conteúdos extras também foram pensados para se adequar à interface dos dispositivos móveis, apresentando as adaptações necessárias. A grande vantagem destes ajustes reside na melhor visualização dos conteúdos e dos sistemas de menus, facilitando o acesso às informações por parte do usuário. Assim, a visibilidade das pesquisas é facilitada pelo uso e adequação do layout aos dispositivos móveis.

Conclui-se esta análise verificando que as características de uma *enhanced publication* podem criar um mar de oportunidades para o tratamento e a divulgação da comunicação científica. A palavra de ordem, neste caso, é adequação, uma vez que o pesquisador/



editor necessita estar atualizado a respeito dos recursos que são oferecidos pela internet, atento às potencialidades criadas pelos seus pareceres e cercado de profissionais capacitados que possam dar suporte às práticas que serão adotadas pelo periódico na divulgação de suas pesquisas.

REFERÊNCIAS

AMBIENDER, Déborah Motta. **Artigos científicos digitais na web: novas experiências para apresentação, acesso e leitura**, 2012. 165f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Universidade Federal Fluminense, Niterói/RJ, 2012.

BARDOEL, Jo; DEUZE, Mark (2001). **Network Journalism: Converging Competences of Media Professionals and Professionalism**. In: Australian Journalism Review 23 (2), pp.. 91-103. Disponível em: <<https://scholarworks.iu.edu/dspace/bitstream/handle/2022/3201/BardoelDeuze%20NetworkJour%20nalism%202001.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 02 nov. 2017.

BOMFÁ, C. R. Z. et al. Acesso livre à informação científica digital: dificuldades e tendências. **TransInformação**, Campinas/SP, 20(3): 309-318, set./dez., 2008.

BOMFÁ, Cláudia Regina Ziliotto. **Modelo de gestão de periódicos científicos eletrônicos com foco na promoção da visibilidade**, 2009. 238f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis/SC, 2009.

CANAVILHAS, João. Hipertextualidade: novas arquiteturas noticiosas. In: _____. (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros Labcom, 2014. p. 3-24.

GOMES, Cristina Marques. **Comunicação Científica: Cartografia e Desdobramentos**, 2012. 325f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação, Universidade de São Paulo, São Paulo/SP, 2012.



LORENZ, Mirko. Personalização: análise aos 6 graus. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros Labcom, 2014. p. 137-158.

MIELNICZUK, Luciana. O link como recurso da narrativa jornalística hipertextual. **Anais do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Rio de Janeiro/RJ, 2005. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/160318299140382081603311405193211973269.pdf>>. Acesso em: 14 out. 2017.

OLIVEIRA, Adriana Carla Silva de. **Desvendando a autoridade colaborativa na e-Science sob a ótica dos direitos de propriedade intelectual**, 2016. 297f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa/PB, 2016.

PALACIOS, Marcos. Jornalismo online, informação e memória: apontamentos para debate. **Revista PJ:BR**, São Paulo, ed. 4, 2004. Disponível em: <http://www2.eca.usp.br/pjbr/arquivos/artigos4_f.htm>. Acesso em: 02 nov. 2017.

_____. Memória: jornalismo, memória e história na era digital. In: CANAVILHAS, João. (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros Labcom, 2014. p. 89-110.

PAVLIK, John V. Ubiquidade: o 7º princípio do jornalismo na era digital. In: CANAVILHAS, João. (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros Labcom, 2014. p. 159-183.

ROST, Alejandro. Interatividade: definições, estudos e tendências. In: CANAVILHAS, João. (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros Labcom, 2014. p. 53-88.

SALAVERRÍA, Ramón. Multimedialidade: informar para cinco sentidos. In: CANAVILHAS, João. (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros Labcom, 2014. p. 25-51.

TERRA, Carolina Frazon. **Comunicação Corporativa Digital: o futuro das relações públicas na rede**, 2006. 176f. Dissertação – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São



Paulo/SP, 2006. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-02072007-144237/pt-br.php>>. Acesso em: 02 nov. 2017.

VALLE, Taisa de Oliveira Ferro Dalla. **Cocriação de valor como estratégia de comunicação na sociedade em rede**: estudo do programa Cocriando Natura, 2016, 156f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria/RS, 2016.

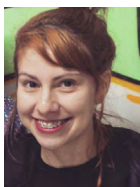


AUTORES
CORPO EDITORIAL
CRÉDITOS



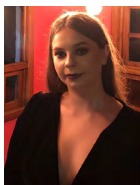
Alana Zavareze Anillo

Bacharela em Comunicação Social – Produção Editorial pela UFSM. Ganhou o prêmio Expocom Sul 2016 na categoria Produção Transdisciplinar- Edição de Livros. Atualmente exerce a função de designer editorial na Edibook Editora, de Porto Alegre - RS. Interessa-se pelas áreas de Editoração e Design Editorial. alanaanillo@gmail.com



Andressa Amaral

Graduada em Produção Editorial pela Universidade Federal de Santa Maria. Locutora da Rádio Santa Demo 800AM e da Rádio Web Armazem; Chief trouble maker na Empresa Meninas Pra Frente. andressalk3@gmail.com



Carolina Arend Giacomini

Graduada em Comunicação Social - Produção Editorial pela UFSM e pós-graduanda de MBA em Marketing pela Universidade Franciscana. Atua na área de comunicação em mídias sociais trabalhando como social media, e também na produção de design gráfico. Tem interesse na área de marketing e empreendedorismo, e busca aperfeiçoamento nesse campo. carolgiac239@gmail.com



Edilaine de Avila

Bacharel em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário Franciscano, Especialista em Administração e Marketing pelo Centro Universitário Internacional e acadêmica de Produção Editorial pela UFSM. Atuou em grupos de pesquisa nas áreas de Comunicação Organizacional e Novas Tecnologias, além de ter se dedicado às áreas de Estudos Culturais e Recepção, desenvolvendo atividades relacionadas aos Estudos Culturais,

Recepção, Tribalismo, Bens de Consumo e Geração Z. Atualmente, estuda as relações entre Comunicação, Ciência e Tecnologia. edilaineavila@gmail.com



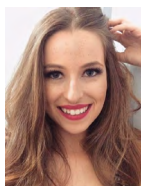
Emanuely Vargas

Formou-se em Produção Editorial pela UFSM. Durante a graduação, estagiou na TV Campus, na FACOS Agência e no programa Universo da Leitura. Também atuou com iniciação científica, pesquisando sobre ensino e criatividade. Atualmente, é mestranda em comunicação na mesma instituição. Se interessa por pesquisar as relações perpassadas por questões midiáticas e tecnológicas entre as pessoas, especialmente na produção audiovisual. emanuely.mvargas@gmail.com



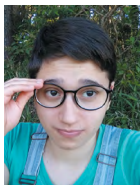
Francielle Fanaya Réquia

Graduada em Comunicação Social - Produção Editorial pela UFSM. Produziu – através de pesquisas sobre gênero e representação da mulher na mídia – o comicbook ilustrado intitulado “Vermelhas”. Hoje em dia, atua com consultoria de marketing, ilustração e produção gráfica e de conteúdo para web. Interessa-se por pesquisas relacionadas a gênero – produções independentes idealizadas por mulheres da América Latina - e produção digital. franfanaya@gmail.com



Gabriela Barreto

Graduada em Produção Editorial pela UFSM. Já atuou como editora de vídeo e cinegrafista. Atualmente, atua como redatora e social media em uma agência de comunicação e cursa MBA em Marketing e Inteligência Digital. Interessa-se por pesquisas relacionadas ao cinema, audiovisual, fotografia e marketing digital. gabriela-barreto@live.com



Jamille Marin Coletto

Graduada em Produção Editorial pela UFSM. Já atuou como ilustradora freelancer. Atualmente busca seu eu interior através da Arte e nas horas vagas atua como artista independente. jmarincoletto@gmail.com



Leandra Cohen

Graduada em Produção Editorial pela UFSM e mestranda em Comunicação pela Instituição. Atuou como social media da FACOS Agência e produtora do Programa de TV “Universo da Leitura”. Foi bolsista de iniciação científica do projeto de pesquisa “Moralidades contemporâneas, fundamentalismos pós-modernos: a circulação dos discursos de ódio na mídia” do CNPq. Atualmente, faz parte do grupo de pesquisa “Comunicação em rede, identidades e cidadania”, orientado pela Prof.^a Liliane Dutra Brignol. Interessa-se por pesquisas relacionadas a games, discurso, ativismo digital, feminismo e outros. leandra.schirmer@gmail.com



Maritcheli de Almeida Vieira

Graduada em Produção Editorial pela UFSM e bolsista egressa do Programa de Educação Tutorial Ciências Sociais Aplicadas. Atuou durante a graduação em projetos de ensino, pesquisa e extensão. Atualmente é colaboradora do grupo de Pesquisa Comunicação em rede, identidades e cidadania, sob coordenação da Dra. Liliane Dutra Brignol; e do grupo de Extensão do MIGRAIDH/Cátedra Sérgio Vieira de Mello da UFSM, sob coordenação da Dra. Giuliana Redin. Tem interesse por pesquisas de estudos de recepção, migrações, revistas digitais e novas mídias. vieiramarit@gmail.com.



Rafaela Ribeiro Chagas

Bacharel em Comunicação Social, habilitação Produção Editorial pela UFSM. Durante a faculdade, pode se tornar uma observadora e crítica social, com interesse especial em estudos ligados a representação da imagem da mulher na mídia de massa. Atualmente, continua sendo uma entusiasta e curiosa em relação ao mercado de produção cinematográfica de Hollywood e como ele reflete os fatores sociais contemporâneos. *rafachagas94@gmail.com*



Sara Tessele González

Graduada a em Produção Editorial pela UFSM. Já atuou como ilustradora, diagramadora independente e em agências de comunicação. Atualmente está seguindo seu coração e transitando para a área gastronômica. *saratessele95@gmail.com*



Sílvia Letícia dos Reis Rengel

Graduada em Produção Editorial pela UFSM. Participou da diagramação do eBook “CELUL: 100 Anos do Curso de Linguística Geral” e da primeira edição do livro “ESTUDOS EDITORIAIS” enquanto bolsista da Editora Experimental pE.com e aluna da disciplina Editora Experimental II / 2016. Participou também da organização do “EDITASUL: II Fórum de Produção Editorial” trabalhando no projeto gráfico e diagramação dos anais do mesmo evento. *sleticiarr@gmail.com*



Aline Roes Dalmolim

Professora adjunta do Departamento de Ciências da Comunicação da UFSM, vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. Possui graduação em Comunicação Social - Habilitação Jornalismo pela UFSM, mestrado em Ciências da

Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos, doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Fez estágio pós-doutoral em Comunicação na Universidade Federal de Santa Maria (2014). *dalmoline@gmail.com*



Cláudia Regina Ziliotto Bomfá

Professora Adjunta do Departamento de Ciências da Comunicação, curso de Comunicação Social - Produção Editorial da UFSM. Licenciada em Letras, mestre e doutora em Engenharia de Produção (gestão editorial) pela Universidade Federal de Santa Catarina com estágio de doutorado-sanduiche no Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro (Portugal). *claudiabomfaz@gmail.com*



Leandro Stevens

Professor adjunto do Departamento de Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria. É graduado em Administração, em Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda, Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Santa Maria - UFSM, e Doutor em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS. *leandrostevens@gmail.com*



Liliane Dutra Brignol

Professora do Departamento de Ciências da Comunicação da UFSM, integra o Programa de Pós-graduação em Comunicação, linha de Mídia e Identidades Contemporâneas e atua no curso de Comunicação Social - Produção Editorial. É bacharel em Comunicação Social - Jornalismo pelo UFSM, mestre e doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos. *lilianebrignol@gmail.com*



Marília de Araujo Barcellos

Doutora em Letras/Estudos de Literatura pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). Estágio de Pesquisa no Exterior na École des Hautes Études em Sciences Sociales (EHESS). Mestre em Letras/Literatura Brasileira pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Docente do Departamento de Ciências da Comunicação UFSM, atua no Curso de Comunicação Social-Produção Editorial. *mariliabarcellos@gmail.com*



Rosane Rosa

Doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Mestre em Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Especialista em Administração de Marketing e graduada em Relações Públicas e Jornalismo pela UNISINOS. É professora no Departamento de Ciências da Comunicação, do Programa de Pós-graduação em Comunicação e do Programa Tecnologias Educacionais em Rede da UFSM. *rosanerosar@gmail.com*



Sandra Depexe

Professora do Departamento de Ciências da Comunicação da UFSM, atuando principalmente junto ao curso de Comunicação Social - Produção Editorial. É vice-líder do grupo de Pesquisa Usos Sociais da Mídia. Possui graduação em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda pela UFSM, mestrado em Comunicação e doutorado em Comunicação pela mesma instituição. *sandradpx@gmail.com*

Universidade Federal de Santa Maria

Centro de Ciências Sociais e
Humanas - CCSH
Departamento de Ciências
da Comunicação



Prof. Paulo Afonso Burmann

Reitor

Prof. Luciano Schuch

Vice-Reitor

Prof. Mauri Leodir Löbler

Diretor CCSH

Rodrigo Stéfani Correa

Chefe de Departamento

Editora Experimental pE.com

pE.com
EDITORA EXPERIMENTAL

Prof^a. Dr.^a Marília de Araujo Barcellos

Coordenação

Danielle Neugebauer Wille

Técnico-Administrativo

Ana Cláudia Gruszynski – UFRGS

Conselho Editorial

Ana Elisa Ribeiro – CEFET / MG

Aníbal Bragança – UFF

Eduardo Giordanino – UBA

Marisa Midori Deaecto – ECA/USP

Márcio Gonçalves – UERJ

Paulo César Castro – UFRJ

Plínio Martins Filho – USP

Sandra Reimão – USP

Maria Teresa Bastos – UFRJ

Cláudia Bomfá

Corpo Editorial

Cristina Gomes

Liliane Brignol

Marília Barcellos

Rosane Rosa

Sandra Rúbia da Silva

Coordenação editorial

Marília de Araujo Barcellos

Coordenação de design

Danielle Neugebauer Wille

Criação e edição de capa

Danielle Neugebauer Wille

Amanda de Oliveira Pinho

Isabela Escandiel

Luiza Beatriz Saccol Da Silva

Maria Tereza Dias Tassinari

Wesley Soares

Produção de fotos para a capa

Diego Fabian Pano Pimentel

Amanda de Oliveira Pinho

Isabela Escandiel

Luiza Beatriz Saccol Da Silva

Maria Tereza Dias Tassinari

**Revisão e preparação
de originais**

Acadêmicos da disciplina

Editora Experimental II / 2018

Diagramação

Danielle Neugebauer Wille

Acadêmicos da disciplina

Editora Experimental II / 2018

Revisão

Laura Simon Marques

**Acadêmicos da disciplina
Editora Experimental II / 2018**

Amanda de Oliveira Pinho
Ariadne Quirino Soares
Clara Beatriz Coriolano Timbó
Flavia Geraldino Monteiro
Fernanda Redin Oliveira
Guilherme Souza Dalcin
José Luiz Ribeiro dos Santos
Isabela Escandiel
Laís A. Carafini
Lavinia Neres
Linda Messias Guzman
Lívia Maria Oliveira
Luiza Beatriz Saccol da Silva
Luiza Machado Belizario
Mariana Amaral de Souza
Maria Tereza Dias Tassinari
Marina Judiele dos Santos Freitas
Otávio de Oliveira Vieira
Rafaella de Oliveira Santos
Renata Santos Costa
Renata Raulino dos Santos
Rodrigo Osorio Santini
Sofia Rodrigues Teixeira
Taís Baldissera Pieta
Wesley Soares

Este livro foi elaborado com as fontes
Source Sans e Droid Serif e sua impressão realizada
na Imprensa Universitária da UFSM em papel pólen 90g/m³
com tiragem de 140 exemplares no ano de 2019