

CULTURA  
COMUNICAÇÃO  
LINGUAGENS  
MEDIAÇÕES  
UFRN  
LOCAL USP  
UFMS  
PESQUISA  
COOPERAÇÃO  
PÓS-GRADUAÇÃO  
MÉTODOS  
MÍDIA  
PÓS



## II SEMINÁRIO GERAL PROCAD

COMUNICAÇÃO E MEDIAÇÕES:  
NOVAS PERSPECTIVAS

### CADERNO DE RESUMOS

 15 A 17 DE ABRIL DE 2019

 DECOM - UFRN, NATAL - RN



**Catálogo na Publicação**  
**Serviço de Biblioteca e Documentação**  
**Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo**

S471 Seminário PROCAD CAPES–ECA/USP-UFRN-UFMS: comunicação e mediações  
2019<sup>a</sup> (2.: 2019 : São Paulo)  
Caderno de resumos [recurso eletrônico] / Eneus Trindade Barreto Filho ... [et al.]  
(Orgs.) - São Paulo: ECA-USP, 2019.  
15 p.

ISBN 978-85-7205-246-7

1. Comunicação – Congressos 2. Meios de comunicação de massa - Congressos  
I. Barreto Filho, Eneus Trindade.

CDD 21.ed. – 301.16

## II Seminário PROCAD CAPES- Comunicação e Mediações 2019

UFRN - Natal

15 a 17 de abril de 2019

### PROGRAMAÇÃO

**15 de abril de 2019**

9 horas: **SOLENIIDADE DE ABERTURA**

Profa. Dra. Valquiria Aparecida Passos Kneipp (Coordenadora PPGCom/UFRN)

Profa. Dra. Roseli Fígaro (Coordenadora PPGCom/USP)

Prof. Dr. Eneus Trindade Barreto Filho (Coordenador PROCAD USP-UFRN-UFMS)

Profa. Dra. Maria Ângela Pavan e Prof. Dr. Juciano de Sousa Lacerda (Coordenadores de Área UFRN - PROCAD USP-UFRN-UFMS)

Prof. Dr. Mário Luiz Fernandes (Coordenador de Área UFRN - PROCAD USP-UFRN-UFMS)

10h30: **APRESENTAÇÃO DOS PESQUISADORES PROCAD E DO SITE DO PROCAD**

Prof. Dr. Eneus Trindade Barreto Filho (Coordenador PROCAD USP-UFRN-UFMS)

11 horas: **Conferência**

CARTOGRAFIA PARA A PESQUISA COMUNICACIONAL E MEDIAÇÕES DO LOCAL

Profa. Dra. Maria Immacolata Vassallo de Lopes (USP)

12 horas: **Almoço**

14h30: **Grupo de Pesquisa UM – AS MEDIAÇÕES COMUNICACIONAIS NAS CULTURAS E SUAS NOVAS PERSPECTIVAS**

(1) BRASIL, ALEMANHA E FUTEBOL: CONFRONTOS, MEDIAÇÕES E MULTICULTURALISMO NO JORNALISMO INTERNACIONAL

Prof. Dr. Luciano Victor Barros Maluly (USP) e Prof. Dr. Enio Moraes Júnior (USP-COLABORADOR)

(2) CRÔNICAS ESPORTIVAS IMPRESSAS E RADIOFÔNICAS – A SELEÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL NA COPA DO MUNDO FIFA RÚSSIA 2018

André Martins Gonçalves (USP IC)

(3) CRÔNICAS ESPORTIVAS – ESTUDO DE CASO SOBRE A PRODUÇÃO ACADÊMICA NO DEPARTAMENTO DE JORNALISMO E EDITORAÇÃO DA ECA-USP.

Alexandre Bianchini do Amaral (USP IC)

(4) APONTAMENTOS SOBRE A DISSEMINAÇÃO DE INFORMAÇÕES NÃO-JORNALÍSTICAS DE NATUREZA NOTICIOSA: DIMENSÕES TEÓRICO-CONCEITUAIS E MEDIAÇÕES CULTURAIS DA NOTICIABILIDADE  
Prof. Dr. Marcos Paulo da Silva (UFMS)

(5) ESPAÇO URBANO DE UBIQUIDADE: TECNOLOGIAS CONVERGENTES E INTERAÇÕES MEDIADAS  
Profa. Dra. Taciana de Lima Burgos (UFRN)

(6) MIGRAÇÃO DAS EMISSORAS AM PARA FM EM MS  
Profa. Dra. Daniela Cristiane Ota

### **16 de abril de 2019**

9 horas: **LANÇAMENTO DO DO LIVRO PROCAD USP-UFRN-UFMS**

10 horas: **Grupo de Pesquisa DOIS - AS MEDIAÇÕES COMUNICACIONAIS NA PRODUÇÃO MIDIÁTICA LOCAL**

(1) COMUNICAÇÃO E TRABALHO: AS MEDIAÇÕES DO LOCAL REVELAM CONFLITOS  
Profa. Dra. Roseli Figaro (USP)

(2) PARA PENSAR AS FEIRAS LIVRES EM SÃO PAULO: O POPULAR NA PERSPECTIVA DAS MEDIAÇÕES COMUNICACIONAIS  
Marcelo dos Santos Marcelino (USP IC)

(3) A COOPERAÇÃO ACADÊMICA NO CONTEXTO REGIONAL: ASPECTOS DA COBERTURA ESPORTIVA SUL-MATO-GROSSENSE  
Carlos Augusto Tavares Júnior (doutorando USP)

(4) MEDIAÇÃO DA RUA NA PROSA E VERSO: UMA ANÁLISE DA CONSTRUÇÃO DISCURSIVA DA IMAGEM DE RAUL LAMPIÃO DO CRATO PELA LITERATURA DE CORDEL  
Denísia Souza de Oliveira (UFRN Pós-Graduanda) e Profa. Dra. Maria Angela Pavan (UFRN)

(5) HOMENAGEM AO MALANDRO: A REPRESENTAÇÃO DO MALANDRO NO FILME Madame Satã Iago Porfírio (Pós-graduando PPGCOM - UFMS)  
Iago Porfírio (UFMS -Pós-Graduando)

12 horas: **Almoço**

14h30: **Grupo de Pesquisa DOIS - AS MEDIAÇÕES COMUNICACIONAIS NA PRODUÇÃO MIDIÁTICA LOCAL**

- (1) MEDIAÇÃO E MEDIATIZAÇÃO DO LOCAL: UMA ABORDAGEM TEÓRICA-CONCEITUAL A PARTIR DO COTIDIANO DA CIDADE DE CURRAIS NOVOS/RN

Maríllia Graziella Oliveira da SILVA (UFRN Pós-Graduanda)

- (2) A DIMENSÃO GLOBAL DO PARADIGMA DA CONVIVÊNCIA COM O SEMIÁRIDO. 2019.

Alisson Gomes Callado (UFRN Pós-Graduando) e Prof. Dr. Marcelo Bolshaw (UFRN)

- (3) AS ROTINAS PRODUTIVAS NO PROCESSO DE MEDIAÇÃO DAS NOTÍCIAS SOBRE O INTERIOR NO *CORREIO DO ESTADO*

Prof. Dr. Mario Luiz Fernandes (UFMS) e Ricardo Campos (UFMS Pós-Graduando)

- (4) A MEDIAÇÃO DOS PROCESSOS DE COMUNICAÇÃO NA MÍDIA IMPRESSA E SUAS FORMAS DE PUBLICIDADE: UMA ANÁLISE DOS ANÚNCIOS VEICULADOS NO JORNAL *CORREIO DO ESTADO* – MS

Profa. Dra. Greicy Mara França

- (5) AUDIOVISUAL DE FICÇÃO E MEDIAÇÕES COMUNICATIVAS DA CULTURA

Profa. Dra. Márcia Gomes Marques

- (6) MINUTOS COM A CIÊNCIA

Danielle Errobidarte Matos (I.C -UFMS)

**17 de abril de 2019**

9 horas: **Grupo de Pesquisa TRÊS – CONSUMOS E APROXIMAÇÕES DA PRODUÇÃO MEDIÁTICA EM CONTEXTOS LOCAIS**

- (1) MEDIAÇÕES COMUNICACIONAIS DIGITAIS NO CONSUMO: A PUBLICIDADE ALGORÍTMICA

Prof. Dr. Eneus Trindade e Profa. Dra. Clotilde Perez (USP)

- (2) TRÊS DIMENSÕES PARA COMPREENDER AS MEDIAÇÕES COMUNICACIONAIS DO CONSUMO NA CONTEMPORANEIDADE

Prof. Dr. Eneus Trindade e Profa. Dra. Clotilde Perez (USP)

- (3) PARTO MEDIATIZADO: UMA ANÁLISE DO DISCURSO DO PARTO DAS CELEBRIDADES

Camila Rabelo Coutinho saraiva (UFRN Pós-graduanda) e Profa. Dra. Maria Angela Pavan (UFRN)

(4) SENTIDOS PRODUZIDOS SOBRE CAMPANHAS DE PREVENÇÃO DA SÍFILIS:  
ALGUMAS PERSPECTIVAS SOBRE POSSÍVEIS MEDIAÇÕES

Prof. Dr. Juciano de Sousa Lacerda e Lilian Carla Muneiro (UFRN)

(5) A INFÂNCIA MEDIATIZADA: CONSUMO E VIVÊNCIAS INFANTIS NA ERA DA  
MIDIATIZAÇÃO

Emily Gonzaga de Araújo (UFRN Pós-graduanda) e Prof. Dr. Marcelo Bolshaw (UFRN)

12 horas: **SOLENIIDADE DE ENCERRAMENTO**

Profa. Dra. Valquiria Aparecida Passos Kneipp (Coordenadora PPGCom/UFRN)

Profa. Dra. Roseli Fígaro (Coordenadora PPGCom/USP)

Prof. Dr. Eneus Trindade Barreto Filho (Coordenador PROCAD USP-UFRN-UFMS)

Profa. Dra. Maria Ângela Pavan e Prof. Dr. Juciano de Sousa Lacerda (Coordenadores de Área UFRN - PROCAD USP-UFRN-UFMS)

Prof. Dr. Mário Luiz Fernandes (Coordenador do PPGCOM UFMS e de Área UFMS - PROCAD USP-UFRN-UFMS).

## **RESUMOS**

### **CARTOGRAFIA PARA A PESQUISA COMUNICACIONAL E MEDIAÇÕES DO LOCAL**

Profa. Dra. Maria Immacolata Vassallo de Lopes (USP)

Com base na cartografia barberiana da comunicação, o texto pretende discutir os seguintes pontos: 1) a cartografia como método para promover novos parâmetros de representação do conhecimento; 2) fazer uma análise unificadora dos quatro mapas das mediações de Jesús Martín-Barbero; 3) discutir o uso estratégico da cartografia na pesquisa de comunicacional, ressaltando o tema do local. Ao final, defendemos que a incorporação desses mapas das mediações nos estudos de comunicação dá origem a novos lugares metodológicos e que a apropriação dos mapas pelo pesquisador depende da estratégia metodológica que for adotada numa pesquisa empírica determinada.

**Palavras-chave:** método cartográfico; mapas das mediações de Jesús Martín-Barbero; o estudo do local.

### **BRASIL, ALEMANHA E FUTEBOL: CONFRONTOS, MEDIAÇÕES E MULTICULTURALISMO NO JORNALISMO INTERNACIONAL**

Prof. Dr. Luciano Victor Barros Maluly (USP) e Prof. Dr. Enio Moraes Júnior  
(USP-COLABORADOR)

Brasil e Alemanha jogaram duas vezes em partidas válidas pela Copa do Mundo de Futebol Masculino: na final de 2002, com placar de dois a zero favorável aos brasileiros, e na semifinal de 2014, com resultado de sete a um para os alemães. Como

esses resultados influenciaram bilateralmente a cobertura internacional nestes dois países? Partindo da concepção de multiculturalismo, apoiados em teorias do jornalismo, pretende-se entender se, e até que ponto, o futebol e a cobertura esportiva internacional interferem na convivência entre povos e nações. O estudo trará a versão de seis jornalistas brasileiros e seis jornalistas alemães sobre essas questões e investiga como esse fator influencia, a partir do ponto de vista dos entrevistados, a relação cultural germano-brasileira. A pesquisa está dividida em três partes, com a primeira fase trazendo a versão dos jornalistas brasileiros sobre o assunto. Já a segunda parte será composta pela avaliação dos jornalistas alemães, com a terceira fase sendo utilizada para comparar as duas versões. Trata-se de um estudo de caso, utilizando a entrevista como técnica de pesquisa. Os dados serão analisados por meio da análise de conteúdo. Este artigo apresenta a primeira parte do estudo, focando sua atenção na visão de profissionais brasileiros sobre o tema.

**Palavras-chave:** Alemanha. Brasil. Futebol. Multiculturalismo. Jornalismo Esportivo. Jornalismo Internacional.

#### CRÔNICAS ESPORTIVAS IMPRESSAS E RADIOFÔNICAS – A SELEÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL NA COPA DO MUNDO FIFA RÚSSIA 2018

André Martins Gonçalves (USP IC)

Este relatório de Iniciação Científica apresenta a produção e a análise de crônicas esportivas elaboradas pelo jornalista Francisco José Bicudo Pereira Filho e por André Martins Gonçalves durante a participação da Seleção Brasileira de Futebol na Copa do Mundo Fifa, que foi realizada na Rússia, em 2018. Além do material escrito, foi produzido um programa de rádio, a ser transmitido pela Rádio USP FM em fevereiro de 2019, com a intenção de discutir essa temática e, ao mesmo tempo, possibilitar uma comparação entre as crônicas produzidas por um profissional e por um estudante de jornalismo. Esta pesquisa está integrada ao PROCAD (Programa Nacional de Cooperação Acadêmica) entre os Programas de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo e das Universidades Federais do Mato Grosso do Sul e do Rio Grande do Norte.

**Palavras-chave:** Crônicas Esportivas; Seleção Brasileira de Futebol; Copa do Mundo; Rádio USP FM.

#### CRÔNICAS ESPORTIVAS – ESTUDO DE CASO SOBRE A PRODUÇÃO ACADÊMICA NO DEPARTAMENTO DE JORNALISMO E EDITORAÇÃO DA ECA-USP.

Alexandre Bianchini do Amaral (USP IC)

Este trabalho apresenta os resultados da pesquisa em Iniciação Científica integrada ao PROCAD (Programa Nacional de Cooperação Acadêmica) entre os Programas de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo e das Universidades Federais do Mato Grosso do Sul e do Rio Grande do Norte. estudo de caso observou a produção de crônicas esportivas dos alunos do curso de Jornalismo do Departamento de Jornalismo e Editoração da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, em 2017.

**Palavras-chave:** Crônicas Esportivas. Jornalismo Esportivo. Literatura; Esportes.

## APONTAMENTOS SOBRE A DISSEMINAÇÃO DE INFORMAÇÕES NÃO-JORNALÍSTICAS DE NATUREZA NOTICIOSA: DIMENSÕES TEÓRICO-CONCEITUAIS E MEDIAÇÕES CULTURAIS DA NOTICIABILIDADE

Prof. Dr. Marcos Paulo da Silva (UFMS)

O artigo ancora-se em pesquisa mais ampla sobre as relações entre a noticiabilidade e suas mediações culturais no cenário contemporâneo de mudanças estruturais das práticas comunicativas em redes sociotécnicas. Como primeira hipótese (H1), compreende-se que a dimensão estético-expressiva das notícias tem se adensado sobre

suas dimensões pragmática e ético-deontológica, bem como sobre os parâmetros clássicos de “disponibilidade” e de “adequação” dos fatos (GANS, 2003), proporcionando terreno fértil para a disseminação social de informações não-jornalísticas de expressão noticiosa – tais como as chamadas “fake news” e os vídeos compreendidos como “deep fake” – que agredem e tensionam o estatuto histórico da prática profissional do campo jornalístico. A segunda hipótese (H2) consiste no entendimento de que o processo de esfacelamento dos contratos simbólicos instituídos

historicamente em torno da autoridade jornalística (VOS & THOMAS, 2018) encontra respaldo em padrões culturais mais amplos, consolidados na contemporaneidade, que remetem à erosão de credibilidade de um rol mais amplo de instituições sociais modernas, entre elas a justiça, a escola formal, a ciência e a própria democracia.

**Palavras-chave:** Comunicação; Noticiabilidade, fakenews, redes sociotécnicas; mediações culturais

## ESPAÇO URBANO DE UBIQUIDADE: TECNOLOGIAS CONVERGENTES E INTERAÇÕES MEDIADAS

Profa. Dra. Taciana de Lima Burgos (UFRN)

O artigo visa apresentar de forma ampliada o conceito de espaço urbano de ubiquidade e suas tecnologias, que quando convergidas atuam como meio para as interações firmadas entre os sujeitos, o mobiliário urbano, os dispositivos e os meios de transporte. Nesta visada os consumidores interagem com a urbe por meio de redes digitais, conectadas às superfícies pervasivas, ressignificando, assim, seus locus de consumo, de interações e de diálogos. O espaço urbano de ubiquidade também será aqui discutido como cenário de mediações e midiatisações, nos quais a comunicação é compreendida

enquanto fenômeno, sendo materializada entre os indivíduos, espaço social e dispositivos midiáticos por meios das interações.

**Palavras-chave:** Espaço, urbano, ubiquidade, interação, tecnologia, mediação

## MIGRAÇÃO DAS EMISSORAS AM PARA FM EM MS

Profa. Dra. Daniela Cristiane Ota

Em Mato Grosso do Sul, das 55 emissoras AMs, 53 solicitaram migração para FM, o que representa 96% do total das rádios. Sob o ponto de vista tecnológico era um caminho natural para a melhoria da qualidade de transmissão, no entanto, vários

outros fatores alteraram não só as características dessas rádios como também a produção e o tempo de conteúdo jornalístico. Fizemos parte do grupo de pesquisadores que atuou em todos os estados brasileiros para levantar dados sobre o processo de migração e suas conseqüências, sendo que os dados foram compilados no livro “Migração do rádio AM para FM – Avaliação de impacto e desafios frente à convergência tecnológica”, organizado por Nair Prata e Nelia Del Bianco, e lançado em setembro de 2018. A pesquisa em Mato Grosso do Sul apontou que das rádios pesquisadas, 66% dos gestores acharam o custo de migração alto, o jornalismo perdeu espaço significativo, foram retirados da grade de programação os programas esportivos, e o número de programas e de locutores diminuiu. Pretendemos no seminário do Procad apresentar os dados de migração, bem como o contexto social do município e dos trabalhadores dessas emissoras.

**Palavras-chave:** emissoras de Rádio; Mato Grosso do Sul; mediação tecnológica; cultura.

## COMUNICAÇÃO E TRABALHO: AS MEDIAÇÕES DO LOCAL REVELAM CONFLITOS

Profa. Dra. Roseli Figaro (USP)

A cidade, a região, o país e o continente estão sendo estudados em sua dimensão mediadora das condições de trabalho dos comunicadores no cenário da concentração e oligopolização dos meios de comunicação, sobretudo, manifestos nas empresas Google e Facebook. Estudamos a interrelação comunicação e trabalho na dinâmica da atividade jornalística em suportes digitais e nas redes sociais em São Paulo, no Brasil e na América Latina. As metodologias são diversificadas no escopo da triangulação de métodos e técnicas de pesquisa. Os resultados das pesquisas indicam que, no setor da comunicação, as mudanças implantadas sobrelevam os interesses do capital financeiro, em detrimento dos profissionais e da maioria da população. Resultam na precarização do trabalho, no empobrecimento e na perda da identidade profissional. As mediações do local, no que tange à comunicação e trabalho, são expressas nos termos centro – periferia, contraposição necessária para tornar visível o “outro” fora do sistema do centro; e na forma regional – nacional, para nomear as particularidades de como o hegemônico se apresenta no local. Por outro lado, as relações de comunicação no mundo do trabalho revelam a busca por formas outras de se organizar o trabalho como meio de vida profissional e econômico. A forma como essa busca tem se manifestado foi nomeada por nós de “arranjos alternativos e independentes de trabalho”.

**Palavras-chave:** comunicação e trabalho, local, mediações, hegemonia, mundo do trabalho

## PARA PENSAR AS FEIRAS LIVRES EM SÃO PAULO: O POPULAR NA PERSPECTIVA DAS MEDIAÇÕES COMUNICACIONAIS

Marcelo dos Santos Marcelino (USP IC)

A pesquisa tem como objetivo situar a feira livre como objeto de estudo no campo da comunicação e consumo. Parte-se da perspectiva de compreender a figura dos feirantes como identidade de marca presente nas relações entre consumidores e trabalhadores, em conjunto com as mediações no/do local que, por um outro lado, são capazes de gerar distintos modos de interagir, percorrer e se apropriar da feira livre

por parte dos sujeitos que a compõem. As marcas dos feirantes, aquilo que chamamos de eu-marca, são compreendidas levando-se em conta o lugar de sua produção, cuja condição precária e desprovida de recursos é característica e própria das economias subdesenvolvidas. A dimensão do popular da atividade feira livre, além de fundamentada no caráter socioeconômico desprivilegiado, tem como percurso a compreensão dos ritos e ações dos feirantes como práticas de resistência, que na feira livre se apoia no uso do corpo e de materiais que criam uma composição performativa dos sujeitos-marca.

**Palavras-chave:** feira livre; mediações; consumo; marcas; cultura

#### A COOPERAÇÃO ACADÊMICA NO CONTEXTO REGIONAL: ASPECTOS DA COBERTURA ESPORTIVA SUL-MATO-GROSSENSE

Carlos Augusto Tavares Júnior (doutorando USP)

Este trabalho tem como base a primeira etapa de produção da tese de doutorado “RIO 2016: o jornalismo esportivo e o Comitê Olímpico do Brasil”, que contou com a ajuda do Procad e possibilitou a realização de entrevistas com pesquisadores e profissionais de comunicação de Campo Grande. No ano de 2015, em meio aos preparativos dos Jogos Olímpicos no Rio de Janeiro, essa aproximação com aspectos locais e regionais a partir do registro de temas pouco recorrentes, como a cobertura de um evento internacional realizado no Brasil a partir de emissoras de rádio e televisão sul-mato-grossenses no contexto do interior brasileiro ao invés dos polos geradores das redes de comunicação, o eixo São Paulo – Rio de Janeiro.

**Palavras-chave:** Entrevistas. Cooperação Acadêmica. PROCAD. Jogos Olímpicos Rio 2016.

#### MEDIAÇÃO DA RUA NA PROSA E VERSO: UMA ANÁLISE DA CONSTRUÇÃO DISCURSIVA DA IMAGEM DE RAUL LAMPIÃO DO CRATO PELA LITERATURA DE CORDEL

Denísia Souza de Oliveira (UFRN Pós-Graduanda) e Profa. Dra. Maria Angela Pavan (UFRN)

Este trabalho se caracteriza no fenômeno comunicacional empírico de Raul Lampião do Crato. Observamos o seu percurso no contexto local da rua para o contexto global da mídia. Analisamos a construção discursiva da imagem desse personagem produzida por diferentes narrativas midiáticas, incluindo a Literatura de Cordel. Utilizamos para este artigo o referencial teórico-metodológico da Análise do Discurso proposta por Patrick Charaudeau (2006), cujo modelo se baseia no funcionamento do ato de comunicação. Os resultados revelam que a Literatura de Cordel visibiliza, neste caso, a astúcia do homem comum que busca o sustento por meios próprios sem abrir mão de sua autenticidade e autoafirmação criativa e emancipatória para sobreviver através da publicidade na rua.

**Palavras-chave:** Mediação da rua, Análise do Discurso, Raul Lampião do Crato.

#### HOMENAGEM AO MALANDRO: A REPRESENTAÇÃO DO MALANDRO NO FILME MADAME SATÃ

Iago Porfírio (Pós-graduando PPGCOM - UFMS)

Esta pesquisa em curso tem como perspectiva o exercício metodológico de maneira reflexivo e crítico para observação, construção e análise do objeto em estudo. A investigação da pesquisa é de caráter qualitativo, propondo uma síntese sociológica da formação da figura do malandro e de que maneira ocorre a sua representação no filme *Madame Satã*, de Karim Ainouz (2002). A proposta é fazer uma sociologia da figura do malandro e como se dá sua representação no referido filme, com destaque de abordagem para o personagem empírico homônimo, que tem seu perfil multifacetado e considerado como representante no universo da malandragem. Desse modo, a pesquisa prevê como resultado que seu empenho seja validado em um nível de função social, não somente acadêmico, de modo que possa servir para compreender aspectos da nossa cultura e sociedade.

**Palavras-chave:** Malandro; Representação; Cinema; Madame Satã; Cultura brasileira

MEDIAÇÃO E MUDIATIZAÇÃO DO LOCAL: UMA ABORDAGEM TEÓRICA-CONCEITUAL A PARTIR DO COTIDIANO DA CIDADE DE CURRAIS NOVOS/RN  
Marília Graziella Oliveira da SILVA (UFRN Pós-Graduanda)

O objetivo deste trabalho é fazer uma reflexão teórica e conceitual de dois termos primordiais nos estudos de comunicação na atualidade: a mediação e a midiatização, tendo o local como referência. Para tanto, voltamos para o cotidiano da cidade de Currais Novos/RN, situada na região mais pobre e estigmatizada do Brasil: o sertão nordestino. Além de pioneira na transmissão televisiva via cabo no Nordeste, a cidade, que possui pouco mais de 46 mil habitantes, conta com seis canais com conteúdo exclusivamente local e também com um processo de expansão regional de TV a Cabo em andamento. Compreendemos que investir na temática da mediação e da midiatização para a análise de fenômenos das mídias em contexto local promove a valorização da discussão sobre práticas sociais inerentes, em seus modos e lógicas de interação. Neste estudo, essa realidade local será refletida primordialmente por teorias latino-americanas de comunicação.

**Palavras-chave:** Mediação; Midiatização; Local; Currais Novos.

A DIMENSÃO GLOBAL DO PARADIGMA DA CONVIVÊNCIA COM O SEMIÁRIDO. 2019.  
Alisson Gomes Callado (UFRN Pós-Graduando) e Prof. Dr. Marcelo Bolshaw (UFRN)

A globalização apresenta-se como dispositivo operador de identidades nacionais e culturais na sociedade contemporânea. Sua operação engendra reações, tanto a partir das classes dominantes, como das classes dominadas. Castells (2010) apresenta as identidades constituindo-se a partir de três formas: a) legitimadoras; b) de resistência; c) de projeto. Sobre a identidade de projeto, pode-se afirmar que ela produz sujeitos que atribuem significados a todo um conjunto de experiências. No semiárido nordestino, os pequenos agricultores estão a provocar uma transformação na realidade local desde que abandonaram o paradigma moderno do Combate a Seca para apostar no desenvolvimento sustentável a partir do conceito da Convivência com o Semiárido na lida com a terra. Esta reconfiguração paradigmática reorientou políticas públicas e, além de estimular autonomia, deu destaque a comunicação comunitária e popular para a construção de saberes, no intercâmbio de experiências, promovendo uma participação coletiva na produção do conhecimento, rompendo, gradualmente, a colonial cultura do silêncio (FREIRE, 1982) e a exclusão infocomunicacional contemporânea.

**Palavras-chave:** Convivência com o Semiárido. Identidade de Projeto. Exclusão Infocomunicacional. Globalização.

#### AS ROTINAS PRODUTIVAS NO PROCESSO DE MEDIAÇÃO DAS NOTÍCIAS SOBRE O INTERIOR NO *CORREIO DO ESTADO*

Prof. Dr. Mario Luiz Fernandes (UFMS) e Ricardo Campos (UFMS Pós-Graduando)

Este artigo analisa as rotinas produtivas como processo de mediação na produção das notícias sobre o interior de Mato Grosso do Sul no jornal *Correio do Estado*, principal diário sul-mato-grossense localizado na capital do estado. Foram analisadas as edições de uma semana construída – 17 e 25 de janeiro; 2, 10, 18 e 26 de fevereiro e 5 de março de 2016. Neste período foram publicadas 570 matérias informativas, das quais apenas 46 (8,07%) referiam-se ao interior do estado. Perpassando aspectos na relação entre “lógicas de produção”, “tecnicidade” e “formatos industriais” (BARBERO, 2015), essas 46 notícias compõem o *corpus* cuja análise que está estruturada nas seguintes categorias: procedência da notícia; editorias nas quais essas notícias aparecem com mais frequência, fontes de informação utilizadas; fotografias aplicadas a essas notícias.

**Palavras-chave:** rotinas produtivas; notícia; jornalismo local.

#### A MEDIAÇÃO DOS PROCESSOS DE COMUNICAÇÃO NA MÍDIA IMPRESSA E SUAS FORMAS DE PUBLICIDADE: UMA ANÁLISE DOS ANÚNCIOS VEICULADOS NO JORNAL CORREIO DO ESTADO – MS

Profa. Dra. Greicy Mara França

Atualmente, estar presente no meio digital é fundamental para quem quer ser visto e lembrado pelo consumidor. Porém, “uma pesquisa realizada pela MarketingSherpa, em outubro de 2016, apontou a publicidade impressa como a mais confiável e com maior influência na hora em que o consumidor toma a decisão de compra”. A condição da mídia impressa como fonte de mediação e seu papel na veiculação da publicidade, nos remeteu a análise dos anúncios veiculados no Jornal Correio do Estado – MS no ano de 2018 buscando verificar quem são os anunciantes desta mídia impressa.

**Palavras-chave:** Mídia Impressa; publicidade; Jornal; anúncios; Mediação.

#### AUDIOVISUAL DE FICÇÃO E MEDIAÇÕES COMUNICATIVAS DA CULTURA

Profa. Dra. Márcia Gomes Marques

Um elemento que constitui a oferta cultural contemporânea são os aproveitamentos, as reciclagens e a interlocução entre os produtos midiáticos. Presentes na produção cultural como um todo, as obras adaptadas ou baseadas constituem uma prática dominante na atualidade, assim como o desdobramento das histórias contadas em uma obra em outras, dos mesmos ou de outros autores. Esse sentido de continuidade torna-se mais visível, também para os espectadores, devido às formas emergentes de distribuição e acesso aos produtos, entre as quais o *streaming*, o *download* e o *pay per view* online. O trânsito de um lugar para outro e de uma obra para outra, no sentido de desdobramento temático, é aqui analisado em duas adaptações audiovisuais de obras de Marçal Aquino, o conto *Matadores* e o romance *Cabeça a Prêmio*. Os pontos norteadores da análise são, no que se refere ao conteúdo, a memória cultural, e no que diz respeito à forma, os formatos industriais articulados às novas formas de exibição.

**Palavras-chave:** formatos audiovisuais; ficção; mediações; comunicação; cultura

#### MINUTOS COM A CIÊNCIA

Danielle Errobidarte Matos (I.C -UFMS)

O projeto *Minutos com a Ciência* foi desenvolvido com o intuito de produzir e divulgar conteúdo diferenciado sobre ciência, meio ambiente e saúde para a Rádio Educativa UFMS 99.9. A proposta deu continuidade ao relatório de pós-doc intitulado *Entre a Rádio USP e a Rádio UFMS – a consolidação de modelos educativos de programação nas emissoras universitárias*. Foram produzidos seis programas pilotos com média de 2 a 5 minutos de duração que discorrem sobre as temáticas acima mencionadas, com abordagem regional. Foi possível verificar a inexistência de modelos como os dos programas pilotos sendo veiculados nas emissoras educativas regionais. Com relação a produção foi possível verificar que o desenvolvimento desses programas demanda um tempo maior, porém os resultados são positivos com relação a audiência e o aprendizado jornalístico.

**Palavras-chave:** radiojornalismo; divulgação da ciência; programas educativos.

#### MEDIAÇÕES COMUNICACIONAIS DIGITAIS NO CONSUMO: A PUBLICIDADE ALGORÍTMICA

Prof. Dr. Eneus Trindade e Profa. Dra. Clotilde Perez (USP)

Trata-se de uma primeira reflexão que busca defender a ideia da *episteme* das mediações comunicacionais das culturas, conforme as postulações de (MARTÍN-BARBERO, 2001), como eixo epistemológico para compreensão dos fenômenos da comunicação e consumo. Essa perspectiva se atualiza na contemporaneidade, a partir da compreensão do surgimento de uma mediação cultural/comunicacional numérica/digital (VINCK, 2016 e SADIN,2015), que compreende a um conjunto de fenômenos que vão muito além da dimensão técnica em si mesma e que se expande em escala mundial, mostrando mediações e interações que têm midiaticado, isto é, transformado as lógicas culturais em vários âmbitos, inclusive as práticas publicitárias, sobretudo no que se refere aos usos de algoritmos, Inteligência Artificial (IA) e *big data*, para as ações de persuasão no consumo pelo ecossistema comunicativo publicitário. Este texto apresenta uma base teórica possível para compreensão das dimensões dessa escrita numérica/digital no consumo e sinaliza aspectos que configuram os desafios para o estudo da publicidade algorítmica.

**Palavras-chave:** mediações do consumo; publicidade digital; algoritmos.

#### TRÊS DIMENSÕES PARA COMPREENDER AS MEDIAÇÕES COMUNICACIONAIS DO CONSUMO NA CONTEMPORANEIDADE

Profa. Dra. Clotilde Perez e Prof. Dr. Eneus Trindade e (USP)

O artigo atualiza a reflexão teórico-metodológica em Comunicação e Consumo para buscar situar os fenômenos do consumo e sua pertinência ao campo da comunicação. A condição comunicativa da mediação *sígnica* no consumo, é o ponto de partida, respaldado nas proposições da semiótica de Charles Sanders Peirce, situando estes fenômenos em três dimensões: estética, ética e lógica. Ao mesmo tempo, busca-se observar interfaces dessas dimensões do consumo nas realidades socioculturais em que tais fenômenos ocorrem. Nessa complementação o consumo é visto como mediação comunicacional

que articularia instâncias reguladoras ou intermediadoras das dinâmicas socioculturais, a partir do modelo/mapa das mediações Martín-Barbero (2001). Tal modelo é discutido em suas intermedialidades implicadas à dinâmica interacional das mercadorias, serviços e marcas com os consumidores para a constituição de vínculos sógnicos de sentidos na vida cultural.

**Palavras-Chave:** Consumo; Comunicação; Mediações; Ética; Estética; Lógica.

**PARTO MUDIATIZADO: UMA ANÁLISE DO DISCURSO DO PARTO DAS CELEBRIDADES**  
Camila Rabelo Coutinho saraiva (UFRN Pós-graduanda) e Profa. Dra. Maria Angela Pavan (UFRN)

As ferramentas de busca na internet são uma das primeiras fontes de informação sobre qualquer assunto nos dias atuais. O parto enquanto prática social reflete a realidade midiaticada, sendo influenciado e também exercendo impacto na vida das pessoas. No presente artigo é feita uma análise dos principais resultados de termos de pesquisa utilizados no Google Search e evidenciam que o parto é um assunto que ganhou destaque no cotidiano da população e na mídia. Com uma breve análise do discurso de notícias em sites sobre o parto de Ivete Sangalo, Kate Middleton e Eliana é possível verificar como o assunto vem sendo tratado pela mídia, evidenciando como a própria sociedade encara o tema. Para realização deste artigo utilizamos os seguintes teóricos Chareau (2006); Orlandi (2009) e Lopes (2014).

**Palavras-chave:** parto midiaticado; análise do discurso da mídia; celebridades; internet.

**SENTIDOS PRODUZIDOS SOBRE CAMPANHAS DE PREVENÇÃO DA SÍFILIS: ALGUMAS PERSPECTIVAS SOBRE POSSÍVEIS MEDIAÇÕES**

Prof. Dr. Juciano de Sousa Lacerda e Lilian Carla Muneiro (UFRN)

Dados do Boletim Epidemiológico da Sífilis (2017) revelam que de 2010 a junho de 2017 foram notificados 342.531 casos de sífilis adquirida, com taxa de 42,5 casos por 100 mil hab. em 2016. Em gestantes, de 2005 a junho de 2017, foram notificados 200.253 casos, sendo a taxa de detecção no ano de 2016 de 12,4 casos de sífilis em gestantes por mil nascidos vivos. Em 2016, tivemos no Brasil uma taxa de incidência de sífilis congênita (crianças até um ano) de 6,8 casos por mil nascidos vivos (BRASIL, 2017). Diante da gravidade da epidemia de sífilis no Brasil, decretada em 2017 pelo Ministério da Saúde, o presente trabalho pretende se debruçar sobre campanhas nacionais de publicidade sobre prevenção da sífilis, através do método de revisão integrativa, tendo em vista apontar perspectivas sobre possíveis mediações significativas para apropriação de sentidos sobre a prevenção da sífilis.

**Palavras-chave:** Mediações; Publicidade e Propaganda; Campanhas de prevenção da Sífilis; apropriações de sentidos.

**A INFÂNCIA MUDIATIZADA: CONSUMO E VIVÊNCIAS INFANTIS NA ERA DA MUDIATIZAÇÃO**

Emily Gonzaga de Araújo (UFRN Pós-graduanda) e Prof. Dr. Marcelo Bolshaw (UFRN)

Nesta pesquisa, entendemos o fenômeno da midiaticação enquanto engendrador da experiência de infância na contemporaneidade, concebendo-a como uma em que as

lógicas e ordenamentos próprios da cultura midiática são incorporados à vida cotidiana, ao imaginário, às relações sociais da criança, etc. O “ser criança” é vivenciado de maneira integrada à lógica das mídias de muitas telas; da cultura digital e da virtualização. Nossa hipótese consiste em que seja possível que a experiência atual da infância seja distinta de outras que a precederam justamente em razão da consolidação da midiaticização nas sociedades. A perspectiva das mediações nos é válida para entender a relação com os meios e sua cultura (viés do consumo, no qual os elementos midiáticos dos quais o indivíduo se apropria entrelaçam-se com outros de sua experiência).

**Palavras-Chave:** infância; midiaticização; mediação; consumo; cultura.