

Doutorado

- **Teses defendidas de março a agosto de 2011 na linha de pesquisa Práticas Culturais nas Mídias, Comportamentos e Imaginários da Sociedade da Comunicação**

1 *Cinema, mercado e política cultural: os casos do Brasil e México numa visão histórico estrutural*

Autor: Roger Luiz da Cunha Bundt

Orientador: Carlos Gerbase

Data da defesa: 30/03/2011

RESUMO

Esta tese realiza uma análise comparativa das medidas políticas desenvolvidas na área da cultura pelos governos brasileiro e mexicano para a promoção das suas indústrias cinematográficas. Toma-se o contexto das mudanças nas relações entre Política, Economia e Cultura no período proposto, a virada dos séculos XX para XXI, quando os modelos liberais do Estado do Bem-Estar se encontram obliterados pelos avanços das tecnologias e do capital internacionalizado, que resultam no crescente e inevitável contato entre as diversas indústrias culturais do planeta. A Economia Política da Comunicação é o recorte teórico-metodológico, advinda do Materialismo Histórico, que direciona o olhar sobre os fatores e atores no jogo de forças entre o laissez faire do mercado e a regulação estatal. Os resultados demonstram que a contínua organização do mercado mexicano de cinema foi eficiente em pressionar os governos por proteção e fomento em situações específicas, mas falhou ao gerar resultados de longo prazo. No caso do Brasil, comprovam que o estímulo ao mercado cinematográfico nacional foi, antes de tudo, uma ação da iniciativa estatal, pautada pelas agendas dos governos, deixando os mercados dependentes e sujeitos à inconstância desse apoio.

2 **Manifestações do imaginário no cinema contemporâneo**

Autor: *Bruno César Simões Costa*
Orientador: *Cristiane Freitas Gutfreind*
Data da defesa: 10/05/2011

RESUMO

O imaginário apresenta-se como um termo potencialmente rico e especialmente forjado para lidar com as complexidades envolvidas na relação entre os indivíduos e os produtos culturais na contemporaneidade. A potencialidade benéfica desse conceito, entretanto, é contrabalançada por seu alto grau de refinamento teórico e sua natureza escorregadia. Essas características combinadas pedem uma aproximação cuidadosa e detida de forma a tornar aplicável seu uso. O esforço desse trabalho segue duas direções, é um olhar analítico sobre o conceito de imaginário desde sua gênese e um exercício hermenêutico propositivo que tenta sustentar as análises fílmicas tendo o mesmo como norte. Outra ponta do trabalho atende uma diferente requisição do uso do termo imaginário; a necessidade de analisar as condições de representabilidade e factibilidade vigentes, com destaque para a tríplice relação entre real, fictício e imaginário dentro do cenário mais amplo da contemporaneidade. O objetivo geral deste trabalho é destacar as aparições e iluminar algumas das qualidades dos imaginários contemporâneos nos filmes, utilizando para tanto uma pequena seleção de títulos e pesando como estes podem acusar sua aparição a partir do jogo de duplicação do registro ficcional que com seu vai-e-vem entre mundos pode exibir mais claramente algo que não tem determinação ontológica precisa, mas que é inegavelmente presente, considerando, ainda, a riqueza, as especificidades e a capacidade única de trafegar entre o real e irreal do material fílmico.

3 **A era MTV: análise da estética de videoclipe (1984-2009)**

Autor: *Michele Kapp Trevisan*
Orientador: *Francisco Ricardo Rüdiger*
Data da defesa: 06/06/2011

RESUMO

Uma das mais importantes evoluções registradas no reino da cena musical de massas foi o aparecimento do fenômeno videoclipe. Trata-se de um formato audiovisual que modificou a maneira de “ver” a música. Porém, foi a emissora Music Television, criada na década de 80, que deu a este a devida importância, tornando-se referência de uma estética. Assim, o

presente trabalho objetiva analisar a estética de videoclipe durante a era MTV, a partir da observação dos vídeos premiados nas principais categorias do evento criado pela emissora, o Video Music Awards, desde 1984, sua primeira edição. Para tanto, será apresentado primeiramente um capítulo introdutório englobando definições do formato videoclipe e do contexto no qual se insere. Em seguida, serão abordadas três das principais obras dentro da literatura especializada (Kaplan, 1989; Goodwin, 1992; Soares, 2004) que demonstram alguns recortes já indicados nas pesquisas sobre a videomúsica, a fim de orientar as análises. Para discutir os videoclipes, Kaplan (1987) se vale de conceitos que circundam o sujeito histórico, teorias contemporâneas sobre o cinema, estética dos vídeos, ideologias existentes nos clipes, questões do endereçamento, do gênero e dos diferentes olhares existentes nesse formato. Já Goodwin (1992), próximo contribuinte, trata da videomúsica, propondo uma interdisciplinaridade em uma análise institucional histórico/econômica, em uma análise textual baseada em estudos sobre filme e televisão e em uma análise do que ele chama de musicologia (no que se refere às formas populares musicais contemporâneas). Soares (2004) busca demonstrar variados aspectos sobre a videomúsica, como os constituintes de sua linguagem, primeiras experiências na associação entre música e imagem, passa por abordagens mais estruturais, notando que o clipe abarca em sua estrutura noções de conflito na montagem, e categoriza o videoclipe a partir de três concepções: o hibridismo, a transtemporalidade e o neobarroco. Apresenta-se também um levantamento histórico onde serão apontadas as formas anteriores que deram origem ao formato da videomúsica, tal qual se apresenta na era MTV. A partir de uma eleição de critérios de observação, tomando como base subsídios encontrados na literatura especializada, foi proposta uma configuração de análise da amostra. Descobriu-se que existem três tipos dominantes que representam a estética de videoclipe, durante a era MTV (1984 a 2009). Por fim, retomando o mote norteador do estudo, suscita-se um questionamento a cerca da relação de tal estética com o conceito de Kitsch.

4 **Comunicação e mídia na literatura distópica de meados do século 20: Zamiatin, Huxley, Orwell, Vonnegut e Bradbury**

Autor: *Rudinei Kopp*

Orientador: *Francisco Ricardo Rüdiger*

Data da defesa: 25/08/2011

RESUMO

Esta tese analisa a forma como são encaminhadas ficcionalmente as representações dos meios de comunicação em cinco textos distópicos no período do entre e do pós-Guerras Mundiais. As narrativas selecionadas como paradigmáticas da literatura distópica neste

espaço de tempo são: Nós (1924), de Eugene Zamiatin; Admirável mundo novo (1932), de Aldous Huxley; 1984 (1949), de George Orwell; Revolução no futuro (1952), de Kurt Vonnegut Jr.; e Fahrenheit 451 (1953), de Ray Bradbury. Toma-se o contexto daquela época como fundamental para a emersão da literatura distópica, da sociedade tecnológica e da comunicação de massa enquanto fenômenos sociais relevantes. As representações dos meios de comunicação apresentadas pelos autores fazem ressoar, de maneira geral, o pensamento crítico que havia, então, acerca desses meios e situa-os como tecnologias fundamentais para a manutenção do poder. O homem, sob essa perspectiva, pode ser modificado e administrado através, justamente, desses meios. Essa manutenção se resume a fazer o indivíduo abdicar de qualquer atitude dissonante daquilo que se define como o modo padrão de estabilidade dessas sociedades.

■ **Teses defendidas de março a agosto de 2011 na linha de pesquisa Práticas Profissionais e Processos Sociopolíticos nas Mídias e na Comunicação das Organizações**

7 **Comunicação e complexidade: dialogismo no discurso verbal e não verbal de uma boneca de panos**

Autor: *Roberta Mânica Cardoso*
Orientador: *Roberto José Ramos*
Data da defesa: 17/06/2011

RESUMO

Considerando a reflexão acerca da Comunicação a partir do Paradigma da Complexidade, sugerido por Edgar Morin, propomos neste trabalho apontar a permanência histórica da personagem Emília do Sítio do Pica Picapau Amarelo, na sua adaptação televisiva. Tentaremos demonstrar a permanência do objeto, através do reconhecimento da tessitura circular que define a composição da personagem da boneca de panos, além da percepção do caráter indagador de sua elaboração discursiva, dialógica e espiral, no jogo entre mundo imaginário e experiência do real. Além dos conceitos de Morin, buscamos na contribuição Semiológica de Roland Barthes, o instrumental teórico para entender, através da análise da personagem de ficção, as relações entre Comunicação, Mito, Poder, Cultura, Imaginário e Socioleto. Percorreremos um caminho circular, de pensamento atemporal sobre Emília. Assim, buscamos desbravar a Complexidade, percebida além da sua visualidade multicolorida, compreendendo seus discursos e suas indagações sobre a vida.

2 A comunicação e a responsabilidade socioambiental da Gerdau e da Vale nos portais corporativos: possibilidades de legitimação da identidade, imagem e reputação

Autor: *Lisiane Vasconcellos da Silva*

Orientador: *Cleusa Maria Andrade Scroferneker*

Data da defesa: 29/08/2011

RESUMO

Este estudo aborda as questões relacionadas à comunicação e à responsabilidade socioambiental presentes nos discursos de portais corporativos, como uma das possibilidades de legitimação da identidade, imagem e reputação das organizações Gerdau e Vale. Assim, para a realização desta pesquisa, estabelecemos como objetivos compreender como os discursos sobre responsabilidade socioambiental são apresentados nos portais corporativos da Gerdau e da Vale; analisar como as expressões/palavras responsabilidade socioambiental estão sendo apropriadas nos discursos disponibilizados nos portais pelas Organizações pesquisadas; e discutir as possíveis relações entre esses discursos com a legitimação da identidade, da imagem e da reputação dessas Organizações. Quanto ao método e a condução da análise, optamos pelo Paradigma da Complexidade e seus princípios dialógico, recursivo e hologramático, de Edgar Morin, e a Análise do Discurso, de Charaudeau (2007; 2008). No que se refere aos principais momentos/movimentos da pesquisa, primeiramente, realizamos a revisão teórico-conceitual e, ao estudarmos os conceitos sobre responsabilidade socioambiental, identificamos expressões/ palavras que predominam nas definições elaboradas pelos principais autores estudados. Num segundo momento/movimento, nos dedicamos a “(re)conhecer” as Organizações Gerdau e Vale, por intermédio dos seus portais. No terceiro momento/movimento, utilizamos a proposta de desconstrução e (re)construção dos portais estudados, envolvendo, principalmente, os conceitos de Nielsen e Thair (2002), referentes as Categorias e Diretrizes de Usabilidade. O quarto momento/movimento buscou compreender os discursos sobre responsabilidade socioambiental, assim como a possível ocorrência (ou não) de indícios de alguma relação entre a intenção destes discursos com a legitimação da identidade, imagem e reputação destas Organizações. Acreditamos que, com base nas várias desconstruções e (re)construções realizadas nesta pesquisa, e nos estudos relacionados aos conceitos teóricos revisitados, que a Gerdau e Vale, buscam a legitimação da sua identidade, imagem e reputação por meio dos discursos sobre responsabilidade socioambiental, presentes em seus portais corporativos.

Mestrado

- **Dissertações defendidas de março a agosto de 2011 na linha de pesquisa Práticas Culturais nas Mídias, Comportamentos e Imaginários da Sociedade da Comunicação**

1 ***Diáriodamanha.com (Passo Fundo) um estudo de caso de jornalismo on-line na imprensa do interior do RS***

Autor: *Nadja Maria Hartmann*
Orientador: Francisco Ricardo Rüdiger
Data da defesa: 19/05/2011

RESUMO

Na trajetória do jornalismo online no Brasil, alguns formatos foram gerados para adaptar o gênero jornalístico ao suporte digital. O presente trabalho pretende enfatizar o aspecto local da informação no ambiente comunicacional que é a Internet. A forma é um estudo de caso do site www.diariodamanha.com, do jornal Diário da Manhã, com sede em Passo Fundo. Tendo como suporte teórico a hipótese de *newsmaking*, o estudo apresenta o jornalismo online como uma das espécies emergentes do jornalismo regional, que, a partir da digitalização da informação com o uso das tecnologias telemáticas favoreceu a criação de novos formatos para a veiculação de notícias locais no ambiente digital. A percepção do potencial oferecido pela tecnologia digital para a disponibilização de informações locais tem motivado a criação de diversos projetos, que utilizam, sobretudo, a Web para veiculá-los. Os jornais regionais online são um exemplo e uma tendência crescente, ao passo que vêm contribuindo para ampliar a audiência para os conteúdos locais. Para tanto, destaca-se as características principais do jornalismo digital e suas categorizações, entre elas, o webjornalismo regional. Também traça um breve histórico sobre o percurso do jornalismo na Rede e a imprensa gaúcha.

2 *Entre o prazer e o pudor: representações do sexo e da sexualidade no cinema produzido no Rio Grande do Sul*

Autor: *Cristina Kessler Felizardo*

Orientador: *Carlos Gerbase*

Data da defesa: *25/05/2011*

RESUMO

Com o objetivo de investigar as representações do sexo e da sexualidade veiculadas, ao longo dos anos, pelo cinema de ficção em longa-metragem produzido no Rio Grande do Sul, o estudo procura mapear algumas das principais estratégias narrativas e estéticas utilizadas para abordar a sexualidade cinematográfica nesta filmografia. Para tal, realiza um levantamento das obras produzidas desde os primórdios do cinema de longa-metragem no estado até o ano de 2009. Em seguida, propõe uma indexação dos fragmentos fílmicos (cenas/seqüências) que contêm representações do ato sexual diegético, cujos conteúdos são analisados levando em consideração aspectos formais e simbólicos, as relações que podem ser estabelecidas entre as obras e, ainda, entre elas e seu contexto histórico-social de produção. estratégias de representação do sexo comuns a diversas obras, ainda que seus usos sofram alterações de acordo com a época de produção. As recorrências e as evoluções de tais estratégias de acordo com o contexto sócio-histórico em que estão inseridas permitem à pesquisa propor um agrupamento dos fragmentos fílmicos, de maneira geral, em três fases distintas: uma fase predominantemente elíptica e metafórica, na qual o sexo é mantido restrito às representações extracampo e que corresponde aos filmes anteriores a 1979; uma fase de ruptura radical com o modelo anterior, operada pelos filmes produzidos durante a década de 1980 e que inauguram novas temáticas e representações de maior explicitude imagética; e uma fase híbrida, correspondente às representações predominantes a partir dos anos 1990 e que parecem revisitar, como se operassem uma espécie de síntese, o repertório simbólico relativamente limitado que se consolidara ao longo das décadas precedentes.

3 Os conceitos estético-visuais dos jogos digitais

Autor: *Eduardo Fernando Müller*

Orientador: *Francisco Ricardo Rüdiger*

Data da defesa: 21/07/2011

RESUMO

Este trabalho de dissertação tem como objetivo realizar um estudo sobre os conceitos estético-visuais presentes nos Jogos Digitais, adaptando as ideias de estética e pós-modernismo às suas visualidades, compreendendo os fatores responsáveis pela escolha de uma determinada estética visual para um jogo, e definindo categorias para os conceitos estético-visuais existentes. Adotamos a Hermenêutica da Profundidade referida por John Thompson como procedimento metodológico, adaptando a visualidade dos Jogos Digitais a uma análise sócio histórica, uma análise de suas formas simbólicas e uma análise de sua interpretação/reinterpretação.

■ Dissertações defendidas de Março a Agosto de 2011 na linha de pesquisa Práticas Profissionais e Processos Sociopolíticos nas Mídias e na Comunicação das Organizações

1 As propriedades do jornalismo sensacionalista: uma análise da cobertura do caso Isabella Nardoni

Autor: *Marieli Rangel Teixeira*

Orientador: *Jacques Alkalai Wainberg*

Data da defesa: 30/03/2011

RESUMO

Este trabalho nasceu das investigações acerca do jornalismo sensacionalista no Brasil. Devido à ampla utilização de inúmeros termos para designar a existência do sensacionalismo nas notícias e uma imprecisão teórica sobre o assunto, verificamos a necessidade de buscar teorias concisas e claras para esta área dos estudos jornalísticos. Devido à lacuna existente a respeito do gênero sensacionalista, este estudo busca desvendar as propriedades – linguísticas ou não – necessárias para designar a ocorrência

de sensacionalismo na atividade jornalística. Como estudo de caso, abordaremos a morte da menina Isabella Nardoni, ocorrida em março de 2008, em São Paulo, que recebeu uma cobertura jornalística espetacular, comoveu os brasileiros e tornou-se um marco para os estudos sobre os rumos do jornalismo no país. Os meios de comunicação – dos mais diferentes programas e linhas editoriais – “elegeram” este caso para dar uma cobertura extraordinária, trabalhando, muitas vezes, à frente da investigação policial. Mas por que a garotinha Isabella recebeu tamanha atenção da imprensa e da própria sociedade, que acompanhou tão de perto este crime? E por que o jornalismo é fundamental para não somente noticiar, mas para formar juízo de valor sobre os fatos? Nesta pesquisa, buscando responder tais questionamentos, iremos abordar a importância do jornalismo na sociedade, mostrando como ele é capaz de influenciar diretamente na opinião pública e incitar, muitas vezes, a violência nas pessoas. Fica evidente que a ampla exposição deste caso na mídia provocou o clamor popular e foi fator determinante para a condenação dos acusados, em júri popular realizado no mês de março de 2010.

2 **Comunicação e complexidade: uma análise da produção de sentido na publicidade da Diesel**

Autor: *Cristiane Cirimbelli de Luca*

Orientador: *Roberto José Ramos*

Data da defesa: 20/06/2011

RESUMO

No presente trabalho, estudaremos a produção de sentido e os aspectos verbais e não-verbais da Publicidade da Marca italiana Diesel. Temos por objetivo observar a Comunicação da Diesel por meio da Publicidade, explicar a produção de sentido das peças publicitárias da Marca e compreender a mensagem produzida pela Diesel para atingir o consumidor. Para tal, analisaremos oito peças publicitárias, dois exemplares de cada uma das campanhas primavera-verão de 2007, 2008, 2009 e 2010. A Publicidade faz com que as Marcas fiquem conhecidas no mercado. A Moda faz com que as pessoas se aproximem ou se afastem, criando uma autonomia individual quando se trata de aparência e, ao mesmo tempo, é utilizada como forma de Comunicação. E a Diesel, que está há mais de 30 anos no mercado, utiliza destes elementos para chamar a atenção do seu público-alvo de forma irreverente e muitas vezes irônica e polêmica, com campanhas

que possuem um único briefing criativo e sem modelos famosos. Durante este estudo, serão contempladas as categorias Comunicação, de Morin, com as subcategorias Imagem e Estereótipo, ambas de Barthes; Marca, de Semprini; Mito e Poder, fundamentadas em Barthes; Sujeito, de Morin, e Pós- Modernidade, de Michel Maffesoli. Procederemos à análise utilizando como método o Paradigma da Complexidade, de Edgar Morin e, como técnica, a Semiologia e a Pesquisa Semiológica, de Roland Barthes. Por meio da fundamentação teórica deste trabalho é que observaremos que a Diesel tem características peculiares no que se refere à construção da sua Publicidade já que utiliza, quase que exclusivamente, imagens para passar suas ideias e disseminar o discurso da Marca. As Fotografias são produzidas em cima de um único conceito para cada campanha, abordando assuntos polêmicos de forma a chamar a atenção dos leitores a comprar o estilo de vida oferecido pela Diesel.

3 A relevância dos resultados de pesquisa sobre reputação e imagem nas organizações premiadas no Rio Grande do Sul

Autor: Denise Pagnussatt

Orientador: Cleusa Maria Andrade Scroferneker

Data da defesa: 30/08/2011

RESUMO

As demandas globais e o ambiente cada vez mais competitivo implicam em uma nova postura organizacional, refletida pela preocupação com os diversos públicos e suas opiniões acerca da sua atuação. Uma das formas de evidenciar a organização são os resultados positivos em pesquisas como marcas mais lembradas (*Top of Mind*), marcas mais valiosas, reputação, marcas mais admiradas, melhores empresas para se trabalhar e rankings financeiros promovidos por veículos de comunicação em parceria com Institutos de Pesquisa nacionais e internacionais. Fombrun (2000) afirma que quanto mais respeitada for a premiação que a organização carregar associada ao seu nome, menos exposta a riscos em torno de sua reputação ela estará. Assim, as organizações dedicam esforços na formação da sua identidade, que é entendida como a personalidade, associada à cultura e à gestão; da sua imagem, compreendida como representações mentais que decorrem de experiências particulares; e da sua reputação, que tem o seu fundamento na história e nas estratégias consolidadas ao longo do tempo, reforçados

por atributos como tradição, conhecimento, solidez, responsabilidade e inovação, que gradativamente oferecem vantagem competitiva sustentável. Propomos, assim, um estudo sobre a relevância dos resultados de Pesquisa sobre Reputação e Imagem nas organizações premiadas no Rio Grande do Sul em 2009 para a legitimação da Reputação, Identidade e Imagem junto aos seus públicos de interesse, bem como, a análise de algumas formas adotadas para visibilizar/divulgar tal desempenho. A seleção dos projetos deu-se pela representatividade local das pesquisas: *Top of Mind* e Prêmio Reputação Corporativa, promovidos pela Revista Amanhã e Marcas de Quem Decide realizada pelo Jornal do Comércio. Definimos como objetivo discutir as interfaces entre Reputação, Identidade e Imagem, evidenciar a relevância dos resultados. ●