

Doutorado

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

1 *Beleza feminina e publicidade: um estudo sobre as campanhas da marca Dove*

Autor: *Marislei da Silveira Ribeiro*

Orientador: *Francisco Ricardo Rüdiger*

Data da defesa: 03/03/2011

RESUMO

Ao situar os debates sobre a beleza feminina e o culto ao corpo, relacionados à publicidade e ao consumo, o presente trabalho parte do entendimento de que a mulher, no mundo ocidental, vem ocupando um espaço social cada vez mais amplo. Ao tentarem seguir os padrões estéticos da contemporaneidade, muitas mulheres têm pago um alto preço, submetendo-se a procedimentos que, em nome da qualidade de vida, saúde, cuidados com o corpo e o rosto, são capazes de tornar-se uma espécie de rito religioso devido às práticas que impõem ao cotidiano feminino, como se a estética corporal fosse superior a qualquer outro aspecto da vida humana. Ciente desse fato, a publicidade utiliza-se do ideal do corpo perfeito para indicar à mulher modos de estar no mundo e de viver, persuadindo-a, por meio dos anúncios, a consumir produtos embelezadores. Como ponto de partida, investigaram-se as peças publicitárias da marca Dove, que faz grandes investimentos em mídia, direcionados ao público feminino. A análise das campanhas publicitárias dessa marca, que faz parte da empresa multinacional Unilever, constitui-se no corpus da presente pesquisa. Logo, o objetivo principal deste estudo foi analisar a trajetória, a estrutura e os apelos das campanhas de

Dove no Brasil, desde sua origem (1992) até a atualidade. Nesse sentido, para examinar as mensagens das campanhas da marca, optou-se pela mídia impressa, em detrimento dos comerciais de TV e outros recursos audiovisuais e radiofônicos, visto que os textos e as imagens impressas podem ser reproduzidos por inteiro e são de fácil manuseio. Quanto à perspectiva teórico-metodológica, foi adotado o Estudo de Caso, porque se trata de análise documental de apenas uma marca, que tem uma história de destaque, com características diferenciadas em seus produtos, destinados, especialmente, ao consumo feminino. Dessa forma, examinar a publicidade desenvolvida pela Dove é também aprofundar-se no conhecimento da beleza enquanto atributo feminino. Esse tema é relevante, uma vez que vem sendo discutido por estudiosos e pesquisadores desde a Grécia Antiga, nas mais diferentes perspectivas, conforme foi mencionado na parte teórica deste trabalho.

2 **Pensamento tecnológico e criatividade na comunicação: prospecções acerca do pós-humano e da prática gráfica do rafe**

Autor: Paulo Horn Regal

Orientador: Maria Beatriz Furtado Rahde

Data da defesa: 21/03/2011

RESUMO

O pensamento tecnológico que viceja na cena contemporânea tem posto sob suspeição a atitude criativa, uma vez que hoje, e cada vez mais, nossos modos de pensar e de criar passam a ser condicionados e determinados tecnologicamente. A sedução que as tecnologias de computação gráfica exercem sobre os sujeitos envolvidos com a criação em publicidade, design e arquitetura vem provocando o abandono da prática gráfica do rafe nos momentos de concepção e criação em favor do uso acrítico dos computadores e seus softwares. Este trabalho discorre sobre tal circunstância e sobre possíveis perdas criativas daí decorrentes, amparado por áreas do conhecimento como a neurociência, a psicologia, a semiótica, a psicanálise, a filosofia. A prospecção acerca do papel da prática do rafe, no futuro, é levada a cabo tendo em conta o acelerado e constante aprimoramento das tecnologias de computação gráfica, assim como considera os anúncios cada vez mais incisivos de que estamos ingressando em um período pós-humano, no qual nosso corpo e as condições de tudo que o acompanha – consciência, inconsciência, pensamento, criatividade – tendem a se transformar em uma grande interrogação. O trabalho conclui pela necessidade de um pensamento que não dispense os préstimos da tecnologia, mas que continuamente a vigie, como garantia da autonomia de nossas manifestações gráficas criativas.

Mestrado

- **Dissertações defendidas na FAMECOS/PUCRS de janeiro a março de 2011 na linha de pesquisa Práticas Profissionais e Processos Sociopolíticos nas Mídias e na Comunicação das Organizações**

1 Jornais brasileiros e suas estratégias para sobreviver diante da concorrência do jornalismo online

Autor: Felipe Bortolanza

Orientador: Jacques Alkalai Wainberg

Data de defesa: 11/03/2011

RESUMO

A consolidação da internet como meio de comunicação acirrou a já disputada concorrência na busca da atenção do público. Ao ofertar texto e fotos em quantidades ilimitadas, o webjornalismo tirou do jornal o que, por mais de cinco séculos, foram exclusividades dele enquanto mídia de massa diária. O incremento tecnológico, surgido há 15 anos, ainda leva teóricos a profetizarem o fim da imprensa escrita, tendo como base a falência de famosos periódicos, especialmente nos Estados Unidos e em alguns centros europeus. No Brasil, contudo, este cenário é bem diferente. Ainda que o tempo médio dedicado à leitura venha diminuindo, crescem a circulação e, até mesmo, a variedade de títulos. Afinal, o que Redações brasileiras estão fazendo para ficar imunes à queda de circulação e fortalecer seu produto? Respostas virão ao analisar quatro ícones do atual jornalismo impresso, todos há mais de dez anos entre os dez mais vendidos: os tradicionais Folha de S. Paulo e Zero Hora e os populares Extra e Diário Gaúcho.

2 O jornalismo sensacionalista na imprensa sul-rio-grandense: uma proposta de codificação de gênero

Autor: Fábio Antônio Flores Rausch

Orientador: Jacques Alkalai Wainberg

Data de defesa: 29/03/2011

RESUMO

Este trabalho tenciona propor formas de codificação do gênero Jornalismo Sensacionalista. Segue-se a orientação metodológica da Hermenêutica de Profundidade, proposta por John B. Thompson, e da

Análise do Discurso das Mídias, de Patrick Charaudeau. A partir de revisão bibliográfica, entre autores brasileiros que se dedicaram à temática do Sensacionalismo, foi estruturado um quadro codificador, contendo 19 verbetes e as correspondentes significações semânticas. De posse disso, houve a sistematização de quatro categorias, para verificar níveis de sensacionalização, por assim dizer, nas narrativas de 12 matérias de seis jornais gaúchos que se dedicaram a cobrir, jornalisticamente, os casos Kliemann, Daudt e Eliseu. Pelo teor dos crimes que fundamentaram esses casos, procura-se examinar até que ponto se poderia falar em um jornalismo sensacionalista, no âmbito da trajetória da Imprensa Sul-Rio-Grandense.

3 A comunicação institucional digital no turismo: um estudo sobre os portais turísticos de Brasil e Espanha

Autor: Ana Isaia Barretto

Orientador: Cleusa Maria Andrade Scroferneker

Data de defesa: 31/03/2011

RESUMO

Os portais, como fontes de informação e busca, estão cada vez mais presentes no ambiente organizacional. No Turismo, os portais turísticos qualificam e possibilitam outras formas de divulgação e contato das organizações e/ou destinos, rompendo barreiras, criando expectativas e despertando desejos nos usuários. Ao visualizar o cenário da Comunicação Turística Digital, a pesquisa objetiva evidenciar as ações institucionais nos portais do Ministério do Turismo (Brasil) e do Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (Espanha); analisar as especificidades desses portais no que se refere à Usabilidade relacionada à Comunicação Turística e a WebRP, bem como sugerir uma metodologia para os portais turísticos sob a perspectiva da Comunicação Institucional Digital. Na busca por essa compreensão, utiliza-se a pesquisa exploratória, desenvolvida mediante técnicas de levantamento bibliográfico (Stumpf, 2006) e documental (Moreira, 2006) e contempla-se também a estratégia de estudos de casos múltiplos (Yin, 2001). Em relação ao Método, optouse pela Hermenêutica de Profundidade (Thompson, 1995), utilizando-se para as análises as metodologias de Usabilidade (Nielsen e Tahir, 2002) e WebRP (Stasiak, 2009). A partir da Interpretação/Reinterpretação (Thompson, 1995) nos portais turísticos de Brasil e Espanha, propõe-se a Comunicação Institucional Digital Turística (CIDTUR), a fim de que os portais se estruturem de uma maneira objetiva dentro da Comunicação Turística Digital.

4 **Revistas de cultura no Rio Grande do Sul: os casos de Vox e Arquipélago**

Autor: *Caren Adriana Machado de Mello*

Orientador: *Dóris Fagundes Haussen*

Data de defesa: 31/03/2011

RESUMO

Esta pesquisa analisa as revistas Vox e Arquipélago, editadas respectivamente pelos governos de Olívio Dutra (1999 a 2002), do PT, e de Germano Rigotto (2003 a 2005), do PMDB, respectivamente, buscando contextualizá-las no cenário histórico e político de quando circularam. De início, faz um relato da história da imprensa no país e as suas vertentes para o jornalismo diário e para o jornalismo cultural, partindo do cenário nacional até chegar a Porto Alegre nos anos 2000, ano em que é publicado o primeiro título pesquisado. O estudo analisa o possível uso político das mesmas. Também estuda o discurso como meio de persuasão ou de divulgação política, concluindo, a partir da análise de seus editoriais, que ambas deixaram transparecer os ideais de cada governo. A pesquisa tem, como método de trabalho, a Hermenêutica de Profundidade (HP), de John B. Thompson, cujo enfoque é a análise da produção de sentido, por meio das formas simbólicas que sustentam ou estabelecem relações de poder. Como referencial teórico, apóia-se em Roland Barthes para a análise semiológica, usada dentro da Análise Discursiva (AD), uma das três subdivisões da HP de Thompson.

5 **Comunicação, informação e conhecimento: uma (re)leitura dos weblogs educacionais/profissionais do portal do professor**

Autor: *Candice Campos Habeyche*

Orientador: *Cleusa Maria Andrade Scroferneker*

Data de defesa: 31/03/2011

RESUMO

Esta dissertação investiga os weblogs disponibilizados no link Interação e Colaboração do Portal do Professor, ação desenvolvida pelo Ministério da Educação (MEC) e pelo Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT). Tem como objetivos: evidenciar as “marcas” que qualificam os posts como weblogs educacionais/profissionais, discutir se o weblog educacional/profissional é um canal de informação ou um canal de comunicação e relacionar as especificidades, no que se refere ao conhecimento científico ou senso comum nesses blogs. Em relação ao método, optou-se pelo Paradigma da Complexidade (Morin, 2005). Os procedimentos metodológicos para a realização da pesquisa envolveram levantamento bibliográfico, estudo de múltiplos

casos, estudo dos posts como documentos e envio por e-mail de questionários, compostos por questões abertas, aos blogueiros responsáveis pelos blogs educacionais/profissionais selecionados: Boteco Escola, Discurso Citado e Miriam Salles. Esses blogs possuem objetivos distintos, porém os três oferecem conteúdo profissional como investigação, registro e observação de temas educacionais. Após a análise, conclui-se que estes blogs são canais de informação e que atuam como espaços de geração de conhecimento.

■ **Dissertações defendidas na Famecos/PUCRS de janeiro a março de 2011 na linha de pesquisa Práticas Culturais nas Mídias, Comportamentos e Imaginários da Sociedade da Comunicação**

6 O fator da mobilidade nas redes sociais e tecnologias de comunicação: um estudo sobre as potencialidades da plataforma Locast

Autor: *Sandra Mara Garcia Henriques*

Orientador: *Eduardo Campos Pellanda*

Data de defesa: 04/03/2011

RESUMO

As tecnologias móveis de comunicação e informação, através das conexões via internet sem fio, vêm possibilitando novas formas de socialidade e de propagação da informação na sociedade pós-moderna, remetendo a outras percepções dos espaços urbano e virtual. Este trabalho, busca compreender os impactos que as redes sociais móveis têm nas novas apropriações das cidades e nas manifestações sociais dos indivíduos. O objeto de estudo desta dissertação é o projeto Locast Civic Media, uma plataforma móvel e online, que possibilitará compreender como se desenvolvem estas novas redes sociais no atual contexto móvel. A netnografia proposta por Kozinets é a metodologia que permeia os estudos sobre o Locast, auxiliando na percepção de como se desenvolveram as ações entre os participantes do Projeto e suas motivações para publicar conteúdos sobre os locais da cidade. Desta forma buscou-se compreender como as redes sociais, potencializadas pelas tecnologias móveis de comunicação e informação, podem incentivar os indivíduos a se manifestarem socialmente, e quais os impactos que estas redes sociais móveis possuem do desenvolvimento das cidades e da socialidade entre os indivíduos. Com os estudos realizados foi possível compreender que as redes sociais móveis causam uma alteração nas relações sociais dos indivíduos, pois estas estão diretamente arraigadas aos locais das cidades, mas utilizando para sua comunicação uma plataforma digital, tornando os espaços híbridos. As transformações percebidas demonstram que há uma nova apropriação dos espaços pelos indivíduos remetendo a estes novos significados e experiências que revelam as potencialidades das redes sociais móveis na sociedade atual pós-moderna.

7 *Transformações tecnológicas no cinema contemporâneo: um estudo sobre a primeira década do século XXI*

Autor: *Eduardo Pires Christófoli*

Orientador: *João Guilherme Barone*

Data de defesa: 16/03/2011

RESUMO

O presente estudo tem como objetivo identificar os principais marcos tecnológicos do cinema e suas implicações nos processos cinematográficos contemporâneos. O trabalho aborda as atividades de produção, distribuição e exibição de filmes, para entender como a substituição da tecnologia vem transformando cada setor, estes em fase de adaptações para o chamado cinema digital. O projeto busca analisar o que ocorre com as principais atividades cinematográficas, verificando como o cinema contemporâneo vem sofrendo a ação direta ou indireta desses processos de transformação. O cinema vive um processo de transição, e este estudo pretende analisar como as tecnologias digitais estão alterando o paradigma do suporte fílmico, transformando o cinema em um hibridismo de tecnologias analógicas e digitais.

8 *Para onde vão nossos filmes: um estudo sobre a circulação do blockbuster nacional no mercado de salas*

Autor: *Karine dos Santos Ruy*

Orientador: *João Guilherme Barone*

Data de defesa: 23/03/2011

RESUMO

Esta Dissertação tem como objetivo refletir sobre a circulação dos filmes brasileiros de longametragem no mercado interno de salas no período correspondente aos anos 2000 a 2009. O interesse do estudo é identificar e interpretar características relevantes da atividade cinematográfica no Brasil no período proposto, observando os fatores que interferiram no sucesso comercial de alguns filmes nacionais lançados nessa época – títulos que registraram mais de 1 milhão de espectadores no mercado de salas, segundo dados da Agência Nacional de Cinema, a Ancine. Para tanto, são abordados no decorrer da pesquisa as transformações nos aparatos institucionais voltados ao apoio e fomento ao cinema brasileiro, a atuação da Globo Filmes no mercado cinematográfico e o crescimento na associação das distribuidoras majors a produções locais. Com o intuito de tornar tais temas mais perceptíveis, a pesquisa analisa a trajetória de quatro filmes: 2 Filhos de Francisco (Breno Silveira, 2005), Se eu fosse você (Daniel Filho, 2009), Se eu fosse você 2 (Daniel Filho, 2009) e Tropa de Elite (José Padilha, 2007).

9 **O imaginário nas imagens de Sandman**

Autor: *James Machado dos Santos*

Orientador: *Maria Beatriz Furtado Rahde*

Data de defesa: 23/03/2011

RESUMO

A presente pesquisa tem por objetivo estudar o imaginário de uma história em quadrinhos específica: Sandman. Para encontrar os motivos que fazem tal gibi tão singular no meio quadrinhístico, investigamos as características intrínsecas presentes na obra. Esta pesquisa norteia-se pela *Hermenêutica de Profundidade* de John B. Thompson (1995). Segundo essa metodologia, é possível chegar a uma reinterpretação através da análise do contexto sócio-histórico e da estrutura discursiva das formas simbólicas estudadas. Deste modo, verifica-se que a pósmodernidade permite um imaginário plural e híbrido, na qual técnicas como a colagem, bem como discursos irônicos, compõem as formas simbólicas, ou seja, Sandman.

10 **Conversação mediada por vídeos no YouTube: o caso Blade376**

Autor: *Stelamaris de Paula Menezes Tassi*

Orientador: *Eduardo Campos Pellanda*

Data de defesa: 25/03/2011

RESUMO

Este trabalho é um estudo descritivo das conversações mediadas por vídeos em vlogs do YouTube. Adotando um ponto de vista que reconhece a importância do imaginário e do cotidiano, a pesquisa aplicou a técnica de estudo de caso na investigação de um vlog de Blade376 e suas 18 vídeo respostas. Com o objetivo de descrever as características próprias desse tipo de conversação e diferenciá-la da conversação que se dá tradicionalmente pela mediação de texto via internet, foram investigados os elementos audiovisuais, os discursos, as estruturas de conversação e os formatos pelos quais os vídeos se apresentam. A investigação demonstrou que as conversações mediadas por vídeos podem apresentar alta coerência na abordagem de tópicos, sendo propícias ao debate de assuntos complexos; por outro lado, elas não se caracterizam pelo aprofundamento das relações interpessoais e tendem a favorecer a formação de laços sociais débeis. Quatro características importantes dessas conversações foram destacadas: assincronicidade, blocos discursivos longos, multiplicação de ruídos na transmissão das mensagens e ambigüidade no papel dos elementos audiovisuais, que podem ajudar a enfatizar ou a dispersar o conteúdo das conversações. Manuel Castells, Henry Jenkins, Susan Herring e Lúcia Santaella estão entre os principais autores que fundamentaram o estudo.

11 *Hipermodernidade e suas questões de consumo: o hiperconsumidor e as fastfashions*

Autor: *Carolina Conceição e Souza*

Orientador: *Juremir Machado da Silva*

Data de defesa: 29/03/2011

RESUMO

Vivemos na Hipermodernidade, um fenômeno societal paradoxal de pseudopresentismo, neo-futurismo e busca incessante de satisfação das necessidades emocionais. Este trabalho interessa-se especificamente pelas mudanças no campo do consumo e a reestruturação que o mercado vem passando na tentativa de encantar este novo consumidor. Através de uma pesquisa teórica que versa sobre hipermodernidade, consumo, sedução, imaginário e publicidade, estudamos o caso das fastfashions, já que acreditamos que o campo da Moda encontra-se em estágio avançado de reorganização estrutural. Apoiando-se na sociologia compreensiva e numa forte base teórica, buscamos entender como se dá o processo de compreensão do imaginário e sedução na Hipermodernidade, através da análise do lookbook da marca C&A, sendo nosso estudo de caso ancorado nos consumidores da loja localizada em Pelotas/RS. Os dados coletados, cruzados com a pesquisa teórica previamente realizada, buscaram a compreensão do fenômeno de impressão e compreensão do imaginário, proposto pelas fastfashions neste conceito de Hipermodernidade.

12 *Transgressões à publicidade clássica: novos suportes e formatos da publicidade contemporânea*

Autor: *Camila Pereira Morales*

Orientador: *Eduardo Campos Pellanda*

Data de defesa: 30/03/2011

RESUMO

A partir do final do século passado, novos suportes e formatos de mensagens publicitárias que contrariam paradigmas da publicidade clássica começaram a ser cada vez mais empregados. Esse grupo de mensagens, até então consideradas alternativas, não só se tornaram mais populares, como também passaram a ser utilizadas por anunciantes que dispõem de recursos para utilização dos formatos tradicionais de publicidade. Este fenômeno é o objeto deste trabalho, que tem como objetivo delimitar suas principais características, contextualizando-as em um cenário contemporâneo. Para isso, é utilizado um estudo de casos ilustrativos,

compostos por quatro mensagens publicitárias e suas repercussões no site Youtube. Os resultados obtidos são analisados essencialmente sob o prisma de ideias que explicam características do cenário atual, como a Cultura da Convergência, de Jenkins (2009), e a Sociedade do Hiperconsumo, de Lipovetsky (2007). A análise indica, entre outras questões, que o fenômeno estudado se caracteriza por mutações da linguagem publicitária, cujas repercussões são muito mais complexas que as obtidas por formatos tradicionais, e podem ser consideradas reações a mudanças no cenário contemporâneo.

13 *Identidade visual nos suportes impresso e digital: Unimed Noroeste/RS, um estudo de caso*

Autor: *Leila Gisele krüger*

Orientador: Eduardo Campos Pellanda

Data de defesa: 31/03/2011

RESUMO

A época atual explicita um contexto de tecnocracia, consumismo e predomínio da imagem na sociedade. Deflagra a progressiva influência do meio digital na cultura e nos processos comunicativos, de modo que, das novas mídias da Era Digital – que coexistem com as pré-digitais – destaca-se o ciberespaço. Por outro lado, as identidades e identificações vêm sofrendo modificações significativas advindas dos paradigmas pósmodernos. Assim, este trabalho procurou abordar a identidade visual nos suportes impresso e digital a partir do contexto atual, tendo como estudo de caso a Unimed Noroeste/RS. Buscou-se analisar a linguagem e a imagem na identidade visual da instituição focalizando o impacto de cada suporte na comunicação gráfica, através do método da retórica visual aliado a noções de semiologia de Roland Barthes e teorias de formas. Percebeu-se que os suportes impresso e digital influenciam-se mutuamente em organização e estrutura de informações, compartilhando códigos culturais, porém o ciberespaço organiza as informações hierarquicamente e a partir de menus de escolha, dando à identidade visual novas possibilidades de apresentação a partir de maior interatividade com o leitor e de recursos visuais que não são possíveis no suporte impresso. ●