



PROGRAMAÇÃO & RESUMOS

/// Auditório do PPGCOM – Centro de Artes e Comunicação ///
/// dias 1 & 2 de julho ///
/// dobras teóricas /// work in progress /// percursos metodológicos ///
/// criação & concepção: Isaltina Gomes e Thiago Soares ///
/// logomarca: gabe ///

Dia 1 de julho (manhã)

Horário: 9h às 12h

Debatedora: Soraya Barreto

/// Mesa 1 - DO CONCEITO AO MÉTODO: PERCURSOS GERATIVOS EM INVESTIGAÇÕES COMUNICACIONAIS

Por que falar em método na pesquisa acadêmica? De que maneira a gênese de conceitos auxiliam numa investigação? Quais os caminhos entre teoria e método e como eles se atravessam?

1. A (Im)Pertinência da Imagem-Crime como Conceito Marcador Analítico - Jyan Carlos Sales de França

Este artigo pretende demonstrar a pertinência do uso do conceito de imagem-crime, postulado por Alison Young (2009), como uma ferramenta metodológica que sugere um duplo movimento: um que circunscreve essas imagens a partir do fenômeno crime, aliado às noções de violência de Marilena Chauí (2017) e Slavoj Žižek (2014); e um segundo movimento analítico-interpretativo que envolve ver essas imagens em relação às zonas de afecção nas quais estão inseridas. Nos debruçaremos sobre a teoria da imagem a partir de Gilles Deleuze (2018a, 2018b) a fim de encontrar ressonâncias entre violência como fenômeno social e como fenômeno estético, capturado e operacionalizado por uma parte da filmografia brasileira do início do século XXI. Observaremos como a imagem-crime acaba sendo utilizada como pontuação narrativa, anotando junto a esse argumento a ideia de filiações e adaptações literárias que percorrem nossos objetos de trabalho: Bicho de Sete Cabeças (2001), Cidade de Deus (2002) e Carandiru (2003). A discussão abre-se para a tomada das emoções como parte constitutiva fundamental de uma forma ético-estética de se relacionar, revisando a noção de partilha do sensível de Jacques Rancière (2009). Ainda sobre a emoção, consideramos o trabalho de Georges Didi-Huberman (2015, 2020, 2021) como um operador analítico capaz de decompor o movimento da emoção — ora singularizado como resto do fenômeno violento proposto pelas imagens (o resultado ou o resto: dor, tristeza, angústia), ora como gatilho para a sublevação coletiva. Por fim, buscamos uma leitura interseccional da conjuntura na qual se localizam esses filmes na linha do tempo da filmografia brasileira. A partir de autorias como Cida Bento (2022), Sueli Carneiro (2023), Denise Ferreira da Silva (2024), Muniz Sodré (2023), Patricia Hill Collins (2021), Félix Guattari (2024), entre outros, buscamos balizar conceitos e noções como raça, gênero e sexualidade, cultura e sociedade, a fim de entender como ordenamentos jurídicos e sociais erigem as noções de violência e crime, e direcionam o que podemos compreender desses fenômenos a partir de alteridades fraturadas e não-pacificadas e não-reconciliadas.

2. Constelação Acústica como Proposta Metodológica para Escutas Comunicacionais - Antônio Lira

O presente artigo propõe pensar a ideia de Constelação Acústica, a partir da atividade de pesquisa desenvolvida no Grupop, Grupo de Pesquisa em Cultura Pop, coordenado pelo Prof. Dr. Thiago Soares. Partimos da metodologia proposta por Mariana Souto (2020), que propõe a ideia de Constelação Fílmica, para pensar e “adensar os estudos comparativos no cinema”. No entanto, assim como existem diferenças entre a imagem e o som, há também diferenças na maneira de pensar associações entre filmes e entre canções. Dessa forma, partimos do exercício de criar *playlists* no aplicativo Spotify, que tivessem a ver com as nossas pesquisas e praticar o exercício de ouvi-las em conjunto para pensar as potencialidades e limites desse método. Dessa escuta, para além de questões relativas as especificidades de cada constelação/playlist, fomos percebendo as arestas e as aproximações entre a ideia de Constelação Acústica não só com o conceito de playlist (SANTOS, 2017) mas também com as ideias de escuta conexa (JANOTTI; QUEIROZ, 2021) e escuta expandida (LUCAS, 2019). No artigo, após debatermos essas questões e propormos o método, partimos para uma análise da constelação Leão do Norte, proposta por mim para a reunião do grupo de pesquisa, que procura analisar a permanência de certas ideias de Nordeste (ALBUQUERQUE JR, 1999) e pernambucanidade (SILVA, 2021) na canção pernambucana.

3. Contribuições do pensamento freireano à Comunicação Pública: do projeto seminal da Rádio Paulo Freire às discussões epistemológicas atuais (1960-2024) - Rafael Filipe Souza da Silva

A comunicação pública diz respeito a um conceito e a práticas ainda em construção. Um levantamento preliminar sobre o tema sugere que, desde a publicação de *A Comunicação Pública* por Pierre Zémor, na França, em 1995, às pesquisas realizadas no Brasil, a partir da redemocratização, é discussão central o conflito entre lógica econômica e papel do Estado na comunicação à serviço da democracia. Embora tenha refletido sobre a importância da comunicação na ruptura com a cultura do silêncio e a consequente emergência do povo na vida pública, Paulo Freire ainda é pouco abordado nos estudos da área. Assim sendo, propomos uma investigação guiada pelo seguinte problema de pesquisa: em que medida o pensamento de Paulo Freire pode orientar a comunicação pública? Nossa hipótese principal é que, na pedagogia freireana, há elementos para se ampliar a conceituação da comunicação pública, levando em conta suas fronteiras com noções de comunicação de estado, comunicação comunitária e comunicação popular. Ademais, nosso desafio é entender como, em veículos de mídia que assumem uma proposta de comunicação pública, ela é efetivada enquanto prática voltada à cidadania. Para isso, pretendemos estudar o caso da Rádio Paulo Freire, da Universidade Federal de Pernambuco, buscando verificar se, no projeto da emissora, que remonta a 1960 e diz respeito ao único equipamento de comunicação idealizado e gerido por Freire, já é possível identificar as sementes do que se vem tratando como comunicação pública, bem antes da publicação das obras que são fundantes desse campo, as quais datam do final da década de 1980 e do início dos anos 1990. Dispomo nos, então, a realizar uma pesquisa bibliográfica e documental, apoiada ainda em entrevistas e observação participante, em colaboração com o projeto de extensão “A Rádio que Paulo Freire sonhou”, que vem recuperando a escassa memória do equipamento.

Dia 1 de julho (tarde)

Horário: 14h às 17h

Debatedora: Carolina Figueiredo

/// Mesa 2 - TECNOLOGIAS E SUBJETIVIDADES DO SELF MEDIATIZADO

Propõe-se pensar o papel das tecnologias nas reconfigurações sistêmicas de aparatos digitais e, conseqüentemente, das vidas em sociedade

1. Transformações na maternidade visibilizada: discussões sobre *sharenting* comercial e influenciadoras digitais - Janice Leal de Carvalho Vasconcelos

Diante da sociedade hiperconectada, a prática de compartilhar aspectos cotidianos nas plataformas de mídias sociais, como rotina e eventos, tornou-se uma forma significativa de conexão entre indivíduos, sejam familiares, amigos ou seguidores. Nesse contexto, é muito comum que pais e mães façam uso das plataformas digitais de interação social como vitrine de suas vidas e, notadamente, de seus filhos. Este trabalho busca preencher lacunas teóricas ao discutir as implicações da maternidade visibilizada nas redes e a prática do *sharenting* comercial por influenciadoras digitais. Essa cultura de exposição, conhecida como *sharenting* – expressão da língua inglesa que decorre da aglutinação das palavras “*share*”, que significa compartilhar, e “*parenting*”, compreendido como o exercício da maternidade e paternidade (BLUM-ROSS; LIVINSTONE; 2017) – tem gerado debates urgentes. Quando tais crianças são filhas de influenciadoras digitais, esse cenário ganha novos contornos, não só em relação ao grau de visibilidade e exposição, como principalmente pela exploração comercial da infância nas redes sociais, consequência do trabalho que os pais já exerciam e pelo qual já possuíam destaque e prestígio (BLUM-ROSS; LIVINSTONE; 2017). Assim, ao receberem contrapartida financeira para, juntamente com os filhos, divulgarem determinado produto, serviço ou marca, configura-se o *sharenting* comercial por parte desses influenciadores digitais, usuários que ganham notoriedade a

partir dos conteúdos que produzem. Nas plataformas de mídias sociais, em especial o Instagram – onde residirá nossa pesquisa –, os influenciadores são encarados como uma mídia autônoma e, como tal, são inseridos na cadeia comercial de produtos e na comunicação de marcas contemporâneas (KARHAWI, 2016). Nesse panorama, os influenciadores dividem-se em nichos e a temática maternidade é um nicho que se destaca na internet. Nele, as mães influenciadoras transformaram a maternidade em fonte de renda e fazem aparentar como natural a participação dos filhos em suas redes, feeds e stories. Em alguns casos, apesar da idade mínima para possuir perfil na plataforma Instagram ser treze anos, as mães criam perfis para seus filhos, até mesmo antes de nascerem, com imagens do primeiro ultrassom ou exame de gravidez. Assim, vemos bebês e crianças com um alto número de seguidores nas redes sociais, transformando-se em lucrativas micro-microcelebridades, arrecadando grandes quantias (ABIDIN, 2015). Tal qual os influenciadores digitais, as crianças também passam a ser vistas como promotoras de vendas, mesmo que, no caso do *sharenting* comercial, elas não estejam transmitindo a mensagem da marca contratante elas próprias. Fica evidente a relevância de um olhar multidisciplinar que aborde os resultados e implicações do *sharenting* e que essa prática comercial seja analisada tanto sob o prisma da ética e do direito da infância, quanto da estratégia comunicacional.

2. O *prompt* para a imagem: a escrita no processo criativo de imagens geradas por IA - Taís Marques

O presente trabalho se debruça sobre uma questão que circunda a vasta produção de imagens geradas por softwares de Inteligência Artificial: a escrita dos *prompts*, comandos por texto de geração das imagens, que desenvolvem uma relação entre o imaginador (Flusser, 1985) da imagem e a geração pela busca e síntese do sistema, em um processo de interlocução entre o *software* e a imaginação, no entre regimes de parceria (Beiguelman, 2023), assim como as nuances atualizadas da estreita relação secular entre escrita e imagem imbricadas ao longo dos iconoclastos ocidentais. A partir da imagem “*My mother was there in my dreams*” que integra o experimento *Memories Center: The Dreaming Machine p.2* (2021) de Gregory Chontansky, observamos o acidente (Morin, 1970) visual que se mostra na imagem por um *prompt* de descrição de um sonho. Chontansky (2021) conta que o processo criativo desenvolvido no experimento deposita o relato de sonho, retirado de um banco de dados de 20 mil narrativas oníricas, em um software de IA, para que a imagem seja gerada. Iniciamos pelo encontro com a imagem, a partir de uma experiência estética pela sensibilidade, ao lado de Georges Didi-Huberman, Susan Sontag e Marie-José Mondzain, na perspectiva da imagem como um ser sensível e relacional. Percebemos o desvio accidental de uma certa deformidade visual gerada pela escrita do *prompt*, que nos aproxima de Edgar Morin, para pensar diferença entre erro e acidente, assim como, a partir de instrumentos técnicos, o humano procura pôr em prática suas construções mentais (Morin, 1970). Em seguida, nos aproximamos da querela central do trabalho: a imagem operadora de sintomas do *zeitgeist* da reaproximação da escrita e da imagem como linguagens co-operadoras na formação das imagens geradas por IA. Junto a Arlindo Machado, Vilém Flusser e Marie-José Mondzain desenvolve-se o pensamento acerca da relação entre escrita e imagem, o processo de imaginação para geração de uma imagem imaginada (Flusser, 1985), as escritas técnicas e criativas em *softwares* de IA, as regras de *prompt* de texto que circulam os fóruns *online* e, por fim, ao lado de Lev Manovich e Santaella;Röhe, as possíveis viradas criativas na emergência do processo de geração de imagens por IA.

3. Ambiente Desinformativo Religioso: aspectos da recepção para o fluxo da desinformação - Rafael Ferreira

A proliferação de Fake News e a divulgação de outros formatos de informações enganosas são processos antigos, mas que tomaram uma nova dimensão com a popularização das redes sociais (ANDERSEN, RAMUSK e GODOY, 2019). Esse fenômeno ganhou força na campanha presidencial de Donald Trump, em 2016, e tem forte repercussão no Brasil, na eleição de Jair Bolsonaro, em 2018 e 2022. Um aspecto em comum nesses episódios de desinformação generalizada foi a proliferação de conteúdo desinformativo em grupos religiosos (CUNHA, DAÉBIS, SANTANA, 2022). Este estudo faz uma reflexão teórica com o objetivo de aprofundar o conceito de “ambiente desinformativo religioso”. Pretendemos analisar os elementos característicos de recepção nessas comunidades de

fé que contribuem para a constituição desse ambiente. Alguns dos eixos que inferem uma maior suscetibilidade das comunidades religiosas, com um olhar mais atento aos “grupos evangélicos”, às desinformações são: a) valores culturais-teológicos e práticas sociais que desincentivam a checagem de informação ou mesmo a dúvida sobre as informações não confirmadas, incluindo revelações e profecias; b) relação de confiança e submissão a autoridades religiosas que atuam enquanto intermediadores (two-step flow); c) o engajamento dos fieis com a vivência comunitária, incluindo meios tecnológicos, que contribuem tanto para formação das bolhas ou câmaras de eco; d) a intensidade dos integrantes dessas comunidades na propagação da fé, enquanto um elemento que contribui para a disseminação em massa de informações que provocam um pânico moral (CUNHA, 2022) ou intensa repulsa por esses fieis; e) a rejeição dessas comunidades aos conteúdos produzidos pelos grupos de mídias e de combate à desinformação. É nesse ambiente com condições mais propícias às desinformações e mais alheias à checagem produzidas pelos veículos de imprensa, que um grupo diverso e forte de emissores entrega desinformação é camuflada em formatos que confundem os receptores, como notícias falsas (Fake News), memes e pedidos de socorro (WARDLE, 2018), de forma customizada a esse público, com linguagens e conteúdos de maior apelo. Portanto, o olhar focado nos emissores ou na mensagem não consegue contemplar a compreensão do fenômeno, nem de identificar mais alternativas de combatê-lo.

4. Capturas neoliberais da subjetividade feminina: Relações entre o empreendedorismo, autonomia e empoderamento - Danyelle Paixão

As mulheres têm ocupado cada vez mais o mercado de trabalho possibilitando que muitas delas possam vivenciar o processo do “sentir-se empoderadas” ao possuir acesso a determinados espaços e a autonomia financeira, no entanto o mercado de trabalho ainda é um lugar de disputa. De acordo com Marilane Oliveira Texeira e Clara Saliba (2024) por mais que as mulheres ocupem esses espaços, a passagem do tempo revela que a diferença salarial, a concentração de setores e ocupações com estereótipos de gênero e a dedicação aos trabalhos de reprodução social ainda permanecem. Para as autoras a ampliação na força de trabalho não alterou de forma significativa algumas barreiras. Assim, as mulheres inseridas em um contexto social de precarização trabalhista e vulnerabilidade socioeconômica tentam manter sua renda de diversas formas entre elas através do empreendedorismo. Segundo Abilio (2019) o termo empreendedorismo adquiriu novos usos e significados políticos devido ao contexto de flexibilização do trabalho. Diferentemente, do imaginário social influenciado pelos conceitos de Schumpeter(1984) que se caracterizava por quebras de padrões, atualmente a atividade empreendedora obscurece a informalidade do trabalho e transfere risco as trabalhadoras. Em contrapartida, as transformações mercadológicas guiadas pela racionalidade neoliberal (Dardot; Laval, 2016), criaram novos segmentos de mercado, como o aumento de conferências, oficinas e cursos de qualificação feminina. Buscando relacionar o empoderamento feminino com o mercado de trabalho tendo como argumento de que é necessário “investir” nas mulheres e qualificá-las para que se tornem mulheres empoderadas (Cornwall, 2018; Beck, 2021). Posto isto, encontramos diversos trabalhos acadêmicos buscando investigar a relação entre mulheres, mercado de trabalho, autonomia e empoderamento que partem de perspectivas distintas e modos de coleta de dados diferentes. Sendo assim, o presente artigo busca fazer um levantamento dessas pesquisas, explorando as diversas áreas das ciências sociais aplicadas, para que assim, possamos entender a necessidade de pesquisar esta temática no âmbito da comunicação e construir uma tese.

Dia 2 de julho (manhã)

Horário: 9h às 12h

Debatedora: Cristina Teixeira

/// Mesa 1 - CONJUNTURAS SÓCIO POLÍTICAS E IMPLICAÇÕES ESTÉTICO-DISCURSIVAS

De que forma contextos históricos, políticos, geográficos e midiáticos agem no (re)direcionamento de pesquisas? A mesa conjuga formas de observação de materiais investigativos à luz de análises conjunturais

1. As Big Five e a Hegemonia Global da Comunicação: Big Techs e o Projeto de Controle Hegemônico da Comunicação - Antônio Hélio da Cunha Filho

Entendendo o crescimento, em escala global, do controle comunicacional por parte das Big Techs, este estudo pretende estabelecer um panorama das relações midiáticas estabelecidas entre as principais empresas desse formato, conhecidas como as Big Five (Amazon, Microsoft, Meta, Google e Apple). Essas empresas têm desempenhado um papel central na transformação dos novos modelos tecnológicos e midiáticos, influenciando significativamente a maneira como a comunicação é mediada - e controlada - em todo o mundo, inclusive no Brasil. O objetivo é analisar como essas corporações moldam a paisagem midiática e como suas práticas impactam diversos setores da sociedade. A pesquisa utiliza um processo transmetodológico que inclui a Análise de Conteúdo e a Revisão Bibliográfica, essa baseada em autores como Zuboff (2018), Chun (2016), Grohmann (2019, 2023), Empoli (2019), O'Neil (2016), Cheney-Lippold (2017), Van Dijck (2020) e Felinto (2005). Eles oferecem perspectivas teóricas e críticas essenciais para entender a complexidade do controle exercido por essas empresas. Além disso, o estudo se apoia em arquivos jornalísticos e instrumentos legais. Todos esses elementos são instrumentos teóricos e documentais que baseiam a criação de categorias que permitem mensurar e mapear a presença e controle comunicacional dessas empresas. O estudo busca mapear como as Big Techs utilizam seu poder para influenciar políticas públicas, práticas empresariais e o comportamento dos usuários. Essas dinâmicas são cruciais para entender o alcance do poder dessas corporações e os impactos que geram no cenário midiático e tecnológico, e (in)diretamente, político. A pesquisa, portanto, não apenas delinea o cenário atual, mas também reflete sobre caminhos possíveis para equilibrar o poder dessas gigantes tecnológicas com a necessidade de um ambiente comunicacional mais democrático e inclusivo. Em suma, este estudo oferece uma análise abrangente e crítica das interações entre as Big Techs e a mídia global e brasileira, destacando a importância de compreender e regulamentar essas relações para garantir um futuro digital mais justo e equitativo.

2. As virtualidades do encantatório no cinema italiano contemporâneo - Bruno Mesquita

O cinema italiano contemporâneo, mais especificamente, um conjunto de realizadores do Sul, abordando conjuntamente a interface da figuração dos filmes com algumas das problemáticas do Antropoceno, como a descentralização do humano diante de outras formas de existência e o entrecruzamento entre histórias natural e humana. Inicialmente, contextualizaremos, na esteira de Antonio Gramsci, os contrastes históricos, culturais e econômicos entre o Norte e o Sul da Itália, caracterizando esse como uma região de subjugação social. Em seguida, apoiado em Ernesto de Martino, apresentaremos a convivência dessa subjugação com crenças, práticas e saberes que escapam a epistemologia moderna, como o animismo. No final da seção, discutiremos como os realizadores Vittorio de Seta e Cecilia Mangini se voltaram a essa região em um flerte com a antropologia visual. Na seção seguinte, problematizamos que, se, anteriormente, o destaque se dava às esferas históricas, geográficas e sociais das comunidades humanas, como nos contrastes entre o Norte industrializado e urbano, e o Sul empobrecido e agrário, atualmente a ênfase é na inscrição das crises sociais e ambientais do capitalismo tardio. Para isso, descreveremos trechos de filmes dos realizadores Michelangelo Frammartino, Pietro Marcello e Alice Rohrwacher em que a abordagem dessas crises tem os seus graus de realidade contaminados por elementos de indeterminação que desafiam o desencantamento social e científico que se cristalizou com a

modernidade. Munidos de autores como Elizabeth Povinelli e Tim Ingold, discutiremos como os filmes desafiam a bio-ontologia do “imaginário de carbono” através de um animismo que povoa tanto os universos diegéticos quanto as suas tramas figuracionais. Além disso, em cumplicidade com David Lapoujade, Tim Ingold e Georges Didi-Huberman, defenderemos que promovem uma noção de “agência” que não está decalcada na mobilidade figurativa do orgânico, ou na dimensão figurada do intersubjetivo, e, sim, nos modos de existência encantatórios de sua fabulação imagética.

3. A Narrativa Jornalística do Negacionismo Científico: uma análise sobre a forma como a mídia divulga consensos acadêmicos e esclarece a população sobre questões como a imunização por vacina e a preservação do clima – Adriano Cansanção

Esta tese tem como objetivo geral descrever a narrativa jornalística do negacionismo científico, que é a cobertura midiática focada em esclarecer a população sobre pautas sociotécnicas como a imunização humana através de vacinas e o aquecimento causado pelo ser humano ao clima, questões que já se apresentam como consensuais para a comunidade acadêmica, mas sobre os quais a sociedade ainda possui dúvidas e incertezas (Baldini, Santos, 2022). Para realizar a descrição desta narrativa, o estudo destaca a influência que os principais modelos de divulgação científica – déficit cognitivo, contextual, expertise leiga e participação pública – exercem sobre a cobertura dos veículos de comunicação a partir da hipótese de que a narrativa jornalística prima pela divulgação de consensos e paradigmas acadêmicos e reproduz estas conotações consensuais em toda matéria que trate de ciência (Hall, 2017). A pesquisa se filia epistemologicamente aos estudos de Lewenstein (2003), Castelfranchi (2013), Arruda (2017) e outros pesquisadores que descrevem a divulgação científica e apontam a necessidade de a divulgação se aproximar de nichos sociais distintos da academia; e se alinha teoricamente às análises de Meditsch (2001), Sponholz (2009), Rocha et. al. (2020) e outros estudiosos que indicam a necessidade dos meios de comunicação desenvolverem um consenso intersubjetivo que abranja uma diversidade significativa de atores em pautas que envolvam dúvidas e controvérsias sociais. O estudo é realizado através do método da análise pragmática da narrativa (Motta, 2005, 2013) e da análise de conteúdo assistida por computador (Bardin, 2010), (Neves, Massarani, 2022) e se foca na cobertura realizada pelos jornais Washington Post e Folha de São Paulo a incertezas e dúvidas científicas levantadas pela sociedade durante os anos de 2017 a 2026, especialmente às controvérsias lançadas pelos políticos Donald Trump e Jair Bolsonaro, que alimentaram a pauta da negação à ciência com numerosas questões sobre a teoria e metodologia acadêmica (Oro, Alves, 2020). O estudo realiza uma reflexão a este período em que as pesquisas foram debatidas tanto do ponto de vista científico e metodológico como do aspecto político e ideológico e contribui à teoria jornalística através da sugestão de um modelo de divulgação da ciência que compreende que o jornalista científico deve dialogar com o cidadão como se fosse um igual e entendendo que há uma semelhança fundamental entre a narrativa científica e a cobertura jornalística: ambas devem ser aceitas pelos pares.

Dia 2 de julho (tarde)

Horário: 14h às 17h

Debatedor: Eduardo Duarte

/// Mesa 4 - REINSCREVER A PESQUISA: PONTOS DE VISTA EM QUESTÃO

A mesa debate a tomada de ponto de vista a partir da experiência entre pesquisador e empiria, realçando problemas e conflitos no que se chama aqui de “ponto de vista epistemológico”

1. Retratos das mulheres torcedoras: contextualizando a presença delas no futebol brasileiro - Paloma Castro

A lógica do futebol como espaço masculino (Goellner, 2005) influenciou e ainda influencia diretamente na participação das mulheres no futebol como um todo. Mais especificamente como torcedoras, elas historicamente foram encorajadas e depois desencorajadas a participar dos espaços sociais do futebol. A fim de contribuir para a ampliação dos estudos de mulheres torcedoras no Brasil, o artigo pretende abordar a historicidade e discussões acerca da presença feminina nos espaços do futebol. Não temos o objetivo de taxar historicamente uma evolução da torcida, pelo contrário, buscamos identificar e dar visibilidade na história da participação dessas mulheres, pois a história também deve ser pensada pela ótica feminina (Rago, 1998; Pedro, 2005). Para tal, por meio de pesquisa exploratória e revisão da literatura, o artigo desenvolverá uma linha do tempo das torcedoras no país com contribuições de trabalhos de autoras como Leda Costa (2006), Carolina Moraes (2018), Soraya Barreto Januário (2019), Daniela Araújo (2019), Nathália Pessanha (2021), entre outras e outros. Além disso, destacaremos o papel das torcedoras-símbolo a partir de Dona Maria, torcedora do Sport Club do Recife, e discutiremos como sua imagem se torna produto dentro dos espaços do clube rubro-negro. Assim, objetivamos refletir sobre os espaços do futebol e seus significados sociais (DaMatta, 1994) a partir de um olhar para a história das mulheres torcedoras. Por último, acreditamos que a pesquisa poderá indicar contribuições importantes para o desenvolvimento do campo dos Estudos do Esporte (Melo; Fortes, 2010) a partir de uma perspectiva multidisciplinar.

2. “Fortaleza ou nada”: a amizade como um pilar na (des)construção de cenas musicais na capital cearense - Gabriel Monteiro

O seguinte trabalho constitui-se como parte integrante do primeiro capítulo da minha Tese de Doutorado, que investiga as dinâmicas da música pop em Fortaleza a partir do coletivo Berlim Tropical. Partindo de uma introdução sobre a amizade como um vetor fundamental para a (des)construção de cenas musicais em Fortaleza, a pesquisa adentrará dois tópicos conceituais que abordam, respectivamente, as relações sociais de amizade em cenas musicais fortalezenses (a partir de uma reflexão sobre o financiamento da música na Cidade); e uma discussão teórico-metodológica que busca aproximar a cartografia musical (FERNANDES; HERSCHMANN, 2015) dos estudos da Escola Semiótica de Tártu-Moscou, mais especificamente de conceitos delineados por Iuri Lotman (1996), para desenvolver o aporte metodológico a ser trabalhado ao longo da investigação. Tomando como referencial teórico alguns estudos sobre cenas musicais (Will Straw; Jeder Janotti Jr; Micael Herschmann; Simone de Sá, 2013), relações sociais de amizade (Giorgio Agamben, 2009) e pesquisas sobre cenas musicais fortalezenses (Kaciano Gadelha, 2007; Rafael Aguiar, 2018; Symone Gadelha, 2018; Márcio Benevides, 2019), a discussão teórica tecida no presente excerto do capítulo levará a um último tópico (a ser desenvolvido após a disciplina), de caráter analítico, que se debruça sobre uma cartografia musical que parte da canção Clube Pop (lançada em 2024 por Clapt Bloom, membro da Berlim Tropical) com o objetivo de mapear artistas, obras, territórios, corpos e narrativas de Fortaleza e demais espaços físicos e virtuais que envolvam e reflitam sobre as relações entre amizades e cenas musicais desenvolvidas ao longo do capítulo.

3. Reflexões sobre a etnocomunicação: um audiovisual realizado de forma “cosmoperspectivada” - Dina Tatiana Quintero Quintero

Neste artigo realizamos reflexões sobre como a etnocomunicação em suas diferentes formas de ser desenvolvida por algumas comunidades indígenas é concebida, carregando particularidades que identificamos no exercício da comparação com o modo padrão de desenvolver audiovisual da sociedade ocidentalizada, entendendo que a etnocomunicação feita pelos povos originários é, na sua maioria, um processo decolonial que se apresenta de forma singular em cada comunidade. A metodologia aplicada é bibliográfica e parte da etnografia feita no e com o povo Xukuru do Ororubá consignada na dissertação fruto do mestrado em 2023, seguida do relato de observação participante em “Minga por la vida”, relato experiencial e textos basilares de autores dos pensamentos decoloniais. Conseguiu-se levantar e descrever distintos modos de concepção e execução do processo audiovisual em quatro comunidades indígenas diferentes, localizadas entre

Colômbia e Brasil. Decorrente disso, propõe-se desenvolver uma primeira ideia de “comunicação cosmoperspectivada”, que define um modo específico (ou diferenciado) de conceber audiovisual, relacionado diretamente aos povos indígenas e aos pensamentos decoloniais latinoamericanos. Com um apontamento sobre as epistemologias do sul entrelaçados aos estudos sobre comunicação comunitária brasileira, trabalhamos a ideia de “comunicação cosmoperspectivada”, atrelando teoricamente suas bases aos conceitos trabalhados por Anibal Quijano, Erick Torrico, Boaventura de Sousa Santos, entre outros. As reflexões sobre a etnocomunicação no exercício da comparação com um audiovisual desenvolvido com noções ocidentalizadas, nos levam a considerar a “negociação” como um dos pilares para o entendimento dessa diferenciação ou singularidade que esse modo de fazer audiovisual por parte de algumas comunidades originárias nos apresenta. Constatando-se que, é uma comunicação que se faz através de cada visão de mundo e que ao mesmo tempo não pode ser desvinculada da mesma, isso a torna única na sua forma de pensar, produzir e exibir audiovisual.