

Sumário

Ciências Sociais Aplicadas

- 489 A adaptação fílmica de “v de vingança”: textos, contextos e intertextos
Denise Azevedo Duarte Guimarães
- 493 A construção da estética dark no cinema de Tim Burton
Adriane Majcza
- 497 Conhecimento e espírito empreendedor: desafios e perspectivas para a educação e o mundo corporativo
Osnir José Jugler
- 501 Do calótipo ao photoshop: entre fotografia, fotogenia, estesia e anestesia
Rubens Cesar Stier Portella
- 507 Do cinema às minisséries de Luiz Fernando Carvalho: o caso de A pedra do reino
Renato Luiz Pucci Jr.
- 511 Do consumo à moda: o poder da necessidade e a vitrine do desejo. Uma análise do posicionamento da C&A
Letícia Salem Herrmann Lima
- 515 Empreendedorismo sustentável
Elizabeth M. Zanetti Rodrigues | Mario Sergio C. Alencastro | Norberto F. Kuchenbecker | Osnir Jose Jugler
- 519 Fotojornalismo na era da convergência: entre o impresso e o ciberespaço
kati Caetano | Zaclis Veiga | Ana Paula Rosa | Alberto Viana
- 523 Games invadem telas de cinema
Denize Correa Araújo
- 527 Gestão de custos empresariais: um estudo nas empresas da Região Metropolitana de Curitiba
Cleonice Bastos Pompermayer | Jocelino Donizetti Teodoro
- 530 Índices sociais de valor: mass media, linguagem e envelhecimento
Denise Regina Stacheski | Giselle Aparecida Athayde Massi
- 536 Práxis de transdisciplinariedade na Universidade Tuiuti do Paraná por meio de redes sociais na web
Denise Regina Stacheski

Resumos de Pesquisa

A ADAPTAÇÃO FÍLMICA DE “V DE VINGANÇA”: TEXTOS, CONTEXTOS E INTERTEXTOS

Denise Azevedo Duarte Guimarães - UTP

Proponho uma análise da adaptação fílmica (2006) da graphic novel “V de Vingança”(1988-89) de Alan Moore e David Lloyd, com ênfase no impacto do tema do terrorismo e de suas imagens no contexto do lançamento do filme. Investigo teoricamente o processo de transposição entre os dois suportes, com o foco na construção da imagem do herói mascarado e nas marcas da intertextualidade. Para tanto, faz-se necessário efetuar um recorte no estudo da cultura popular contemporânea, em seus conceitos, contextos e intertextos, para focalizar o intenso diálogo intersemiótico entre Cinema e Histórias em Quadrinhos, escolhidos como objetos empíricos desta pesquisa. Justifica-se o viés escolhido para a presente pesquisa pela necessidade de refletir sobre a comunicação imagética na modernidade avançada, mais especificamente sobre os produtos multimidiáticos como manifestações culturais. Com aporte em teorias estéticas, comunicacionais e semióticas, investigarei elementos expressivos do corpus selecionado para estudo, com ênfase na forma como produtos da indústria cultural, aparentemente ligados ao “puro entretenimento”, podem agregar dimensões estéticas em sua morfogênese. A metodologia de pesquisa prevê reflexões sobre as teorias das imagens seqüenciadas, em sua tipologia, gêneros e modalidades de organização. Na sequência, o estudo das neotecnologias de criação e manipulação de imagens, bem como das modalidades de organização das imagens em movimento, servirá de base para o entendimento da narrativa cinematográfica, em suas diferentes facetas e configurações estéticas e comunicacionais. Finalmente, as etapas anteriores serão incorporadas à abordagem de caráter teórico-crítico, para análise e interpretação do corpus empírico selecionado, com o foco no projeto tecnoestético de cada adaptação fílmica, para mostrar de que forma as imagens impressas preexistentes são re/a/presentadas nas telas. Ao abordar a efetivação dos processos tradutórios, recreativos e transcriativos, procurarei definir as especificidades e as sutilezas dos diálogos sógnicos nesses textos intermediários. Diante das inúmeras narrativas de heróis e super-heróis, que saltam das páginas para as telas com uma desenvoltura quase mágica e que arrebanham uma multidão de espectadores para as salas de cinema, justifica-se o recorte escolhido para o presente artigo, que integra um Projeto de pesquisa mais amplo, intitulado “Cultura popular e intermedialidades: transposições fílmicas de quadrinhos”, desenvolvido junto ao PPGCOM/UTP. O presente trabalho focaliza o

processo tradutório realizado entre duas formas narrativas: a graphic novel “V de Vingança,” de Alan Moore e David Lloyd (1988 e 89) e sua versão cinematográfica, dirigida por James Mc Teigue (V for Vendetta, EUA/Alemanha, 2006). Esta leitura de caráter teórico-crítico tem aporte em teorias estéticas, comunicacionais e semióticas, para investigar elementos expressivos da tradução/adaptação do material impresso para o filme do mesmo nome. Minha abordagem contempla também a figura ambígua do herói vingador romântico, que continua a exercer seu fascínio e a alimentar o imaginário contemporâneo. A graphic novel de Alan Moore e David Lloyd é uma contundente alegoria política, cujo protagonista é um herói às avessas, um terrorista mascarado, cujo objetivo é explodir o Parlamento Inglês e, dessa forma, colocar em prática discursos ideológicos que funcionam como ataque frontal ao poder totalitário. “Lembrai-vos, lembrai-vos o 5 de novembro!” é a frase inicial da narrativa no cinema, numa alusão à “Conspiração da Pólvora”(1605) que pretendia assassinar o rei protestante Jaime I da Inglaterra e todos os membros do Parlamento. A máscara de V remete à imagem de Guy Fawkes, um soldado especialista em explosivos, responsável por guardar os barris de pólvora que seriam utilizados no atentado católico, que não teve êxito. O interessante é que o contexto da obra original revela incríveis similaridades temáticas com a época da filmagem da adaptação, principalmente no que tange

às ações de terroristas no contexto histórico atual. Isso motivou inúmeros questionamentos sobre a proposta de James McTeigue e dos Irmãos Wachowski quando realizaram “V de Vingança”. A estréia do filme causou muita polêmica, além da óbvia pergunta se o filme seria uma espécie de Matrix ressuscitado, por força dos efeitos especiais e das cenas de combate. Especulou-se até mesmo sobre um improvável incentivo ao terrorismo islâmico, devido às coincidências históricas que cercaram seu lançamento, muitas vezes adiado: os ataques terroristas ao metrô de Londres (21/07/2005) e às Torres Gêmeas, em Nova York (11/09/2007). Objetivamente, o que se pode observar é uma coincidência de temas, já que a narrativa gráfica foi publicada entre 1988 e 1989, como uma crítica a regimes autoritários, com claras alusões ao fascismo e a qualquer tipo de tirania. A trama transcorre num futuro apocalíptico e distópico, tanto no original (1997) quanto no filme (2020), ocasião ficcional em que a Inglaterra estaria dominada por um governo neonazista. Mostra uma população robotizada, que aceita abrir mão da liberdade e viver sob rigoroso monitoramento, em um ambiente de policiamento ostensivo e vigilância eletrônica, em troca de segurança. Há alusões à política inglesa e aos EUA, pois a obra é uma metáfora dos símbolos do poder no século XX; mas também pode ser vista como um novo “1984”, filme baseado no romance de George Orwell, com seu indefectível Big Brother. Tendo em vista dois sistemas semióticos

diferentes, porém organizados a partir de uma narrativa ficcional em comum - a GN e o filme -, a ênfase de minha abordagem recai nas modalidades de organização das imagens e respectivos efeitos, com o objetivo de apontar detalhes significantes percebidos na passagem do meio impresso para a tela. Cumpre assinalar que a novela gráfica original apresenta algumas peculiaridades que a configuram como um sistema semiótico desviante em relação ao gênero. O cenário urbano noturno e degradado assemelha-se às obras de Eisner e Miller, mas recebe um tratamento diferenciado. A primeira coisa que se observa é que não há onomatopéias, uma das marcas iconográficas específicas das HQs. Tal ausência poderia ser interpretada como um direcionamento a um público adulto e com um repertório mais sofisticado, o que parece ser previsto pelo uso de citações intertextuais eruditas. Destacam-se também, na organização visual das páginas, os letreiros que anunciam os capítulos. Em sua maioria, os títulos são similares aos dos cinema mudo, sendo sobrepostos às vinhetas, com fundo negro e letras brancas. Como exceção, o capítulo quatro tem letras amarelas e seu nome é Vaudeville, gênero burlesco também conhecido como Teatro de Variedades, com origens do século XVIII, que fazia muito sucesso no final do século XIX e no início do século XX, com notável influência nos filmes da época. Outro aspecto relevante a destacar é o estilo repleto de intertextualidades da graphic novel – versos de Shakespeare, o romance

de capa e espada de Alexandre Dumas, o livro de George Orwell, quadros surrealistas de Max Ernst, a música de Tchaikovski, Rolling Stones e Sex Pistols, o teatro burlesco, quadrinhos de Judge Dredd, entre outras citações. Muitas delas estão presentes na adaptação, no entanto - talvez devido ao tempo estimado para a projeção de um filme - não seja possível contemplar toda a riqueza do dialogismo polifônico criado por Moore, que constrói, através da bricolagem, um futuro distópico, além de sombrio e totalitário. Na transposição filmica, a primeira diferença que se sobressai é a eliminação de muitos personagens dos quadrinhos, pois os roteiristas concentraram a narrativa em apenas três deles: o terrorista da máscara sorridente V e o investigador que o persegue, Finch; além da garota que o herói salva e com quem se envolve, Evey. Mesmo esse trio foi consideravelmente modificado. Nas revistas originais, Evey é menor de idade e trabalha como prostituta; no filme ela é mais velha, menos ingênua e produtora de TV; além de culta e sofisticada. Nos gibis, o primeiro-ministro totalitário da Grã-Bretanha é um quarto personagem importante, enquanto no filme Sutler só aparece brevemente, na TV. Dentre aspectos ideológicos essenciais do texto de Alan Moore, destacam-se: a tese de que é possível um anarquismo utópico e o romantismo idealizado, ligeiramente diminuídos, mas não eliminados pelas modificações efetuadas no filme. Semioticamente falando, acredito que, ao contrário das narrativas

gráficas de Will Eisner e de Frank Miller, principalmente desse último, a concepção gráfica da graphic novel de Moore e Lloyd inviabilizaria qualquer tentativa de tradução icônica (na acepção de Júlio Plaza, 2000)), uma vez que o material impresso demanda por um outro tipo de adaptação para as telas. Muito embora sua estrutura narrativa não seja determinada pelos signos antecedentes, mas sim por uma relação de causa e efeito, valendo-se das diferenças entre os meios, o filme apresenta inúmeras cenas praticamente idênticas às vinhetas originais, manifestando a tentativa de manutenção de uma relação ponto a ponto com os elementos do texto-fonte. O fato de V invadir uma emissora de televisão e usar “A Voz do Destino”- o telejornal assistido por todos, que é um veículo do

governo -, demonstra como a relação com a imprensa é determinante no que se refere à consciência política da população. O filme, diferentemente da narrativa gráfica, termina com as pessoas todas mascaradas servindo de platéia para a última ação do vingador, imagem que reforça a idéia da vida como um teatro, expressa muitas vezes nas falas do protagonista - o que aponta para a continuidade deste estudo, à luz de categorias e molduras teóricas adequadas.

Palavras-chave: Graphic novel; cinema; intersemiose.

¹ Impõe-se o uso do termo em inglês *Graphic Novel*, pois “novela gráfica” ou “romance gráfico” não são expressões usadas no Brasil. É preciso distinguir a proposta estética e ideológica de uma GN (direcionada a um público adulto) dos quadrinhos convencionais, destinados a crianças e adolescentes.

A CONSTRUÇÃO DA ESTÉTICA DARK NO CINEMA DE TIM BURTON

Adriane Majcza - UTP

Minha pesquisa se fundamentará no estudo da Estética em obras midiáticas, mais especificamente, na estética gótica, ou dark, apresentada na obra cinematográfica do diretor americano Tim Burton. Refiro-me à concepção visual e sua alusão ao obscuro, ao misterioso, à cor negra, ao noturno, a morte e ao desconhecido, articulados em elementos estéticos relacionados ao estilo artístico e literário Gótico. A estética gótica, denominada dark, neste presente artigo, a fim de identificar sua expressão a partir dos anos 80, possui elementos estéticos que lhe são particulares e perceptíveis e que são apresentados em diversos produtos culturais contemporâneos. O estudo de sua articulação e seus aspectos semióticos no cinema formam o tema desta pesquisa. A requintada cultura pop de parte do cinema dos anos 80/90, detentora de uma estética particular que poderíamos identificar como dark ou gótica, trouxe às telas de cinema a possibilidade por parte de um determinado público de tomar contato com a arte e com categorias estéticas que não se restringiam aos meios tradicionais ou clássicos. No caso, as categorias estéticas em questão seriam o belo, o feio, o grotesco e o sublime, que compõe a Estética Gótica contemporânea. Esta estética em específico tem sua raiz no advento do Romance Gótico no século 18, por meio da literatura, com o romance “O Castelo de Otranto”, de Horace Walpole, em 1764-5. O Romantismo Gótico é centrado na atmosfera romântico-lúgubre das poesias pré-simbolistas de Charles Baudelaire e Rimbaud, entre outros, de quem herda seu lirismo e atitude reflexiva. O ambiente noturno, as vestimentas em negro, o mistério: seu imaginário de características obscuras emprestou elegância e emprestou uma roupagem sombria à estética denominada dark neste trabalho, surgida em meados dos anos 80. É possível perceber tal concepção cultural-visual tanto na indumentária quanto na ética e no comportamento de personagens de vários produtos culturais contemporâneos em geral a partir dos anos 80 em especial. Nesta época, afinal, o gótico floresce em várias manifestações culturais, como na música, emprestando temática e estilo às bandas como The Cure e Siouxsie and The Banshees, na literatura de Graphic Novels. Destas, podemos citar como exemplo as séries Sandman - Mestre dos Sonhos, e Orquídea Negra, de Neil Gaiman, e o repaginado Batman de Frank Miller. No cinema, isso ocorre muito particularmente na obra de Tim Burton. O cineasta resgata, no final dos anos 80, o personagem Batman, para produzir uma série de filmes em que o homem-morcego, atormentado e soturno, seria apresentado ao grande público como jamais houvera sido, com ênfase em sua natureza psicologicamente dual e torturada. O herói se apresenta ainda

mais dark do que jamais houvera sido, em um universo delirante de seres trans-morfos e que mesclam o humano com o fantástico. Após os coloridos e revolucionários anos 70, os anos 80 trazem para a contemporaneidade um referencial existencialista e reflexivo, influenciado por escritores como Albert Camus e Jean-Paul Sartre, em uma ressaca existencialista cujo discurso envolve um olhar reflexivo sobre a vida coletiva, porém, que se concentra na expressão da angústia voltada aos anseios do individual. Após “Batman”, “Edward Mãos-de-Tesoura”, nos anos 90, e “Sleepy Hollow – A Lenda do Cavaleiro Sem-Cabeça” mostram o mesmo Tim Burton articulando uma concepção visual e discursiva muito particular. Até o início desta trajetória acadêmica e o início da minha pesquisa em si, não haviam sido encontrados trabalhos acadêmicos que concentrassem sua pesquisa neste assunto sob este viés. Considerando Tim Burton um articulador da estética em estudo, como caracterizar a composição estética particular a este diretor, ou seja, qual a postura estética concernente a ele? Qual a lógica dos elementos que a compõe? Elementos característicos que são utilizados recorrentemente na obra cinematográfico-pop, deste diretor, são organizados em articulação com (eventuais) elementos outros – e quais seriam estes? – de modo a compor uma unidade diegética. Como tais elementos estariam fazendo ponte com um público que não é versado em seu repertório, no que se refere aos cânones da estética dark, em aspectos imagéticos, musicais e

textuais? Com isso, estudarei a construção desta estética e suas estratégias para que organizar um método de endereçamento a esse público, identificando o modo de construção do leitor. O ângulo teórico a ser tomado se fundamentará em um estudo contextual que partirá do surgimento do gótico para conduzir uma reflexão sobre como este contribuiu com a configuração desta estética contemporânea em particular, culturalmente construída e difundida por meio da cultura de entretenimento. Para cumprir o objetivo de pesquisa, será essencial identificar os elementos e ver como eles se articulam no corpus. A cronologia a partir do surgimento e da construção do Gótico e seu desenrolar junto às culturas juvenis será útil para que haja compreensão sobre a articulação de elementos recorrentes desta estética em obras que lhe são emblemáticas, e, por comparação, as obras fílmicas de Tim Burton em si. Os filmes estudados serão os longas-metragens “Edward Mãos-de-Tesoura”, “Sleepy Hollow - A Lenda do Cavaleiro Sem-Cabeça”, “Batman” e o curta-metragem “Vincent Malloy”. Para que haja boa base para análise e material para comparação, foram escolhidos quatro filmes. Ao investigar sobre a área de pesquisa, foi constatado que há poucas pesquisas sobre o assunto com relação ao dark no cinema e em específico, na carreira de Tim Burton. Entretanto, inegavelmente, há grande interesse sobre o assunto e sobre as obras fílmicas em questão. O diretor possui milhares de admiradores que lhe devotam sites de discussão, fanzines, blogs e comunidades em redes sociais. Tais admiradores

não se restringem a um grupo seletivo de membros da área acadêmica, mas se incluem nesta categoria pessoas sem qualquer conhecimento técnico ou teórico em cinema, e que compõem grande parte destas discussões. O corpus pode ser considerado, portanto, relevante para o estudo. Além disso, a estética gótica exerce um fascínio sobre as culturas juvenis de forma recorrente, sendo quesito premente na moda de tempos em tempos e tema de subculturas urbanas e retratada na arte e na cultura pop de entretenimento frequentemente. A investigação do tema parece ser importante para a compreensão sobre a construção da cultura humana contemporânea. Espero gerar, com a pesquisa, uma pequena contribuição para a Comunicação Social ao jogar luz sob os aspectos que compõem uma estética que sempre parece estar em voga e é trazida à tona constantemente por meio da mídia, e investigar o que torna a obra fílmica de um dos diretores mais celebrados da contemporaneidade tão singular, com suas inflexões específicas dentro desta categoria estética. Os objetivos seriam, portanto, caracterizar a estética dark e conduzir uma reflexão que visa identificar elementos que constituem esta linguagem dentro de obras midiáticas, em especial, da carreira do diretor Tim Burton. Buscar compreender se há singularidades que são perceptíveis em sua obra para além dos cânones do gótico, ou se suas estratégias compreendem o que seria classicamente considerado dark. Compreender seus métodos de construção de leitor para estabelecer uma ponte entre sua linguagem e um público não necessariamente escolado

em um repertório gótico. Por meio da análise dos filmes escolhidos, perceber o que os aproxima, ou seja, quais seriam os elementos que poderiam ser considerados cânones burtonianos, e o que possivelmente os distingue entre si dentro de cada narrativa e aspecto formal. Desta forma, será possível estabelecer a postura estética deste diretor especificamente. Conforme as hipóteses iniciais apresentadas, a pesquisa será teórica e reflexiva. Partindo de cautelosa observação do corpus, buscar a apreensão geral do objeto e comparar/contrastar os elementos observados nos filmes escolhidos para estudo e estabelecer uma reflexão quanto ao contexto de sua produção e sua construção estética. Observar “indícios inicialmente mais evidentes” (BRAGA) e teorias estabelecidas sobre o caso. Em seguida, perceber elementos relevantes e sua articulação por parte do diretor. Tal método de observação sistemática será essencial para cumprir os objetivos da pesquisa. Para que tal aconteça, se faz importante considerar a “metáfora do eixo”, e incluir todas as relações necessárias entre os conceitos considerados e os elementos que os refletem nas obras fílmicas. As teorias de base para este trabalho serão, conforme acordado com a orientação, Jean-François Lyotard, e suas “Lições Sobre a Analítica do Sublime”, por sua elucidação sobre a construção estética contemporânea, bem como Edgar Morin e Michel Maffesoli, Denilson Lopes e Roland Barthes, além dos autores das Teorias de Base sobre Semiótica e Cinema, como Jacques Aumont, Ismail Xavier e Arlindo Machado, entre outros.

REFERÊNCIA

BRAGA, José Luiz. Pesquisa em Comunicação – Método como Tomada de Decisões (artigo enviado aos alunos por e-mail, para estudo).

CONHECIMENTO E ESPÍRITO EMPREENDEDOR: DESAFIOS E PERSPECTIVAS PARA A EDUCAÇÃO E O MUNDO CORPORATIVO

Osnir José Jugler - UTP

O objetivo deste trabalho de pesquisa é ressaltar a importância do conhecimento na chamada era pós-industrial, particularmente sobre o conhecimento detido por empreendedores. O artigo destaca o perfil do empreendedor e a necessidade de empreender no mundo corporativo. Discorre ainda sobre o papel das universidades na formação do empreendedor e na disseminação da cultura empreendedora entre alunos e professores. Salienta que do ponto de vista da economia, a perspectiva para o empreendedor brasileiro é extremamente favorável.

INTRODUÇÃO: O mundo corporativo está vivendo uma grande revolução quando o assunto se refere à gestão do conhecimento. Sabe-se que a informação e o conhecimento, quando bem geridos representam fontes de riqueza imensuráveis, capaz de proporcionar vantagem competitiva no mercado em que uma determinada empresa atua, levando conseqüentemente a organização a obter maiores lucros e maior valorização de seus ativos intangíveis. Notadamente, o “capital intelectual” representa o maior instrumento para geração da informação e do conhecimento, bem como, para seu armazenamento, controle e disseminação. Para Stewart (1998, p. XIV), o capital intelectual é constituído pelo conhecimento, informação, propriedade intelectual e experiência e que isso pode ser utilizado para gerar riqueza. Para ele, “a riqueza é produto do conhecimento. O conhecimento e a informação – não apenas o conhecimento científico, mas a notícia, a opinião, a diversão, a comunicação e o serviço – tornaram-se as matérias-primas básicas e os produtos mais importantes da economia. Compramos e vendemos conhecimento. Não se pode cheirá-lo ou tocá-lo; até o barulho da porta de um carro ao ser fechada provavelmente é o resultado de uma inteligente engenharia acústica. Hoje, os ativos capitais necessários à criação da riqueza não são a terra nem o trabalho físico, tampouco ferramentas mecânicas e fábricas: ao contrário, são os ativos baseados no conhecimento”. De acordo com Webster (apud Crawford, 1994, p. 21), o conhecimento são os “fatos, verdades ou princípios adquiridos a partir de estudo ou investigação; aprendizado prático de uma arte ou habilidade; a soma do que já é conhecido com o que ainda pode ser aprendido”. Sabemos que o conhecimento é um recurso intangível. Pode estar explícito, ou seja, documentado e contido em informações não-estruturadas, ou implícito, residindo na mente humana, podendo ser transferido para o papel ou para outra

mente a partir da comunicação, tornando-se desta forma explícito a qualquer momento. Nesse contexto, a intenção aqui é destacar o conhecimento e o espírito empreendedor existente no mundo corporativo e nas universidades, e ressaltar a importância de poder identificá-lo, organizá-lo e disseminá-lo para o bem social, para o desenvolvimento econômico, para a educação e cultura, para a proteção do meio ambiente e outros.

EMPREENDEDORISMO: Dolabela (1999, p.43) se refere ao empreendedorismo da seguinte maneira: Empreendedorismo é um neologismo derivado da livre tradução da palavra entrepreneurship e utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação. A palavra empreendedor, de emprego amplo, é utilizada para designar principalmente as atividades de quem se dedica à geração de riquezas, seja na transformação de conhecimentos em produtos ou serviços, na geração do próprio conhecimento ou na inovação em áreas como marketing, produção, organização etc. Estão aqui contemplados tanto o empreendedor da área de negócios, em que o dinheiro é uma das medidas de desempenho, como o empreendedor na área de pesquisa e ensino, em que a medida de avaliação não é baseada em dinheiro, mas no potencial de agregação de valores gerados por novo conhecimento ou tecnologia e/ou sua propagação. Na era em que o

conhecimento se torna o principal fator de produção, sucedendo a terra, máquinas e capital financeiro, nada mais natural do que chamar de empreendedor quem o gera. Para J. B. Say (apud Drucker, 1987, p.27) empreendedor é aquele que “transfere recursos econômicos de um setor de produtividade mais baixa para um setor de produtividade mais elevada e de maior rendimento”. Apesar de Say, considerado o pai do empreendedorismo, ter cunhado este termo há mais de duzentos anos, o mesmo não deixa claro quem é esse “empreendedor”. Para Drucker (1987, p.36) o empreendedor vê a mudança como norma e como sendo sadia. Geralmente, o empreendedor está buscando a mudança, reage a ela, e a explora como sendo uma oportunidade. Dolabela (1999, p.67) ressalta que o conceito de empreendedor está relacionado ao desenvolvimento econômico, à inovação e ao aproveitamento de oportunidades de negócios. Para Fortin (apud Dolabela, 1999, p.68) empreendedor “é uma pessoa capaz de transformar um sonho, um problema ou uma oportunidade de negócio em uma empresa viável”. Porém uma definição um tanto quanto mais abrangente é a de Fillion (apud Dolabela, 1999, p.68): “Um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões”. Esse último conceito certamente reforça o pensamento de que o conceito de empreendedor não é somente o daquela pessoa que constitui seu próprio negócio, é possível empreender também como funcionário de alguma empresa.

EMPREENDEDORISMO: O PAPEL DAS UNIVERSIDADES: O processo de desenvolvimento tecnológico, as chamadas novas tecnologias (microeletrônica, informáticas, químicas e genéticas), permitiu ampliar e transformar a capacidade produtiva, proporcionando conseqüências profundas para o mundo do trabalho e para a formação nesse particular, a formação em nível superior. Notadamente, o perfil empreendedor tem-se caracterizado como de caráter urgente no processo de formação das mais diversas profissões. O posicionamento das Instituições de Ensino Superior, no sentido de despertar no âmbito de sua cultura educacional, e a visão empreendedora de seus alunos têm sido percebidos através do veículo de sua aplicação, que pode ser uma disciplina (ou várias), bem como a implementação de núcleos de estudo e pesquisa, objetivando fomentar ações empreendedoras no seio acadêmico. Para Donabela (1999), a introdução da cultura empreendedora no ensino superior propicia o primeiro passo na formação de uma cultura em que tenham prioridade valores como geração e distribuição de riquezas, independência, inovação, criatividade, auto-sustentação, liberdade e desenvolvimento econômico. Salienta que ainda não existe resposta científica sobre se é possível ensinar alguém a ser empreendedor. Mas sabe-se que é possível aprender a sê-lo. Dolabela (1999) ressalta que o professor envolvido na formação empreendedora deve estar disposto a enfrentar o desafio de introduzir novo

conteúdo e novos processos didáticos e a superar os obstáculos que inevitavelmente se apresentam a quem quer inovar. Deve também ter a disponibilidade e a vontade de estabelecer vínculos com o mercado, com empresas e empreendedores, com o ambiente onde os conhecimentos que domina são transformados em riqueza. Porém, acumular um estoque de conhecimentos não garante autonomia profissional por muito tempo, o grande desafio é saber aprender sempre e sozinho, utilizando esse conhecimento para gerar riqueza. Isso induz a aprender a aprender, tarefa que deve ocorrer de maneira contínua, mas que apresenta resultados significativamente positivos no processo de mudanças repentinas inerentes da sociedade pós-industrial, ou seja, na chamada era do conhecimento. Para aprender, muitas vezes devem-se seguir caminhos um tanto quanto arriscados. Um exemplo é quando o aprendizado está diretamente relacionado com os erros e acertos, atitude quase sempre presente naqueles que ousam criar, inovar, correr riscos, implementar uma idéia ou um ideal, ou transformar um sonho em realidade e que particularmente, se vincula ao chamado perfil empreendedor.

DESAFIOS E PERSPECTIVAS PARA O EMPREENDEDOR BRASILEIRO DO NOVO MILÊNIO: No Brasil, o empreendedorismo começou a ganhar maior destaque com o surgimento das micro e pequenas empresas a partir da crise do emprego no início da década de 1990, principalmente em

razão de alguns fatores tais como: programas de demissão voluntária de empresas, privatizações de empresas vinculadas aos governos federal e estaduais, processos de terceirização, fábrica racionalizada, formas de produção flexíveis, inovação científico-tecnológica aplicada aos processos produtivos e de novos modelos de gerenciamento da força de trabalho. Muitos empreendedores já sabem ou pelo menos têm noção de que o planejamento para implementação de um novo empreendimento requer um estudo minucioso sobre o produto ou serviço a ser oferecido pela empresa, que posteriormente deve-se fazer uma análise do mercado (empresas concorrentes, questões políticas, sociais e econômicas, fornecedores, consumidores etc); que se deve identificar a capacidade de produção ou serviços que possui, e desenvolver estudos de viabilidade econômica e financeira para implementação do projeto. Sabem que todo esse planejamento, ainda assim, não garante o sucesso do novo empreendimento, mas certamente possibilita maiores chances do mesmo dar certo. Isso influencia decisivamente não só o início das atividades do empreendimento, como também, todo o processo

de desenvolvimento do negócio. Parece, pelo que tudo indica, que na era da competição desenfreada do mercado global, o Brasil vem se colocando num novo patamar de desenvolvimento e que a participação empreendedora de muitos brasileiros tem se caracterizado como fator preponderante para essa condição.

CONCLUSÃO: Os resultados deste trabalho indicam um movimento de empresas, universidades e governos no sentido de fomentar ações empreendedoras nas mais diversas áreas do saber. Conclui-se que a palavra de ordem para transformar conhecimento em riqueza é a inovação e isto parece estar intimamente ligado ao perfil empreendedor. Notadamente, a cultura empreendedora deve fazer parte da vida dos mais diversos profissionais, seja na gestão de seu próprio negócio, ou como funcionário contratado de alguma empresa. Parece que empreender faz parte de uma decisão inadiável na vida daqueles que almejam sucesso e que atuam no mundo corporativo dos negócios.

Palavras-chave: conhecimento; inovação; empreendedorismo.

DO CALÓTIPO AO PHOTOSHOP: ENTRE FOTOGRAFIA, FOTOGENIA, ESTESIA E ANESTESIA

Rubens Cesar Stier Portella - UTP

Como ressaltam as teorias contemporâneas sobre a imagem, pensar os meios de representação significa não somente analisar suas potencialidades técnicas, instrumentais ou expressivas, mas também as diversas conexões advindas ou propostas por eles no âmbito da percepção e da cultura. Sendo assim, o desdobramento histórico desses meios não somente instaura mundos próprios no âmbito da arte e do comportamento, como também interferem na percepção e no sentido de toda produção imagética anterior, fenômeno cada vez mais presente nos sistemas da comunicação, da arte, da cultura. Esta pesquisa pretende refletir sobre as relações entre a fotografia, o homem e o mundo e investigar as conexões entre a imagem e o imaginário pelo ponto de vista das possibilidades do meio constituinte destas imagens, seus sistemas de produção, suas ferramentas e ainda pela influência desse universo prático, técnico e perceptual no âmbito da cultura e da arte. Desde a antiguidade até os dias de hoje, as questões miméticas e representacionais da imagem vêm se mantendo firmemente instaladas dentre as questões principais do universo da arte, quer seja como função, como critério técnico de valor ou pelo simples prazer provocado pelo reconhecimento do objeto retratado ou de sua aproximação com um suposto ideal, que o dignifica e eleva. Para cumprir com essa demanda frente à imagem, os mais diferentes meios materiais, técnicos e tecnológicos que envolvem sua produção foram se sucedendo historicamente e ao mesmo tempo em que superavam as limitações anteriores, conformavam novos modelos, que por sua vez vieram a gerar diferentes expectativas e comportamentos artísticos e culturais. Exemplos destes casos podem ser encontrados desde os efeitos da suposta hierarquia entre as diferentes “Belas Artes” - segundo a qual o desenho seria “inferior” à pintura – até a nossa relação com a fotografia, que de qualidade técnica se transmuta em necessidade estética (cf Sontag, 2004). Em termos representacionais, ainda que a pintura tenha superado o desenho no que diz respeito à verossimilhança, acrescentando à simplicidade do traço e do tom toda uma dimensão de cores, detalhes e texturas, haverá sempre uma película intermediária que separa essa imagem do mundo, que insiste em ressurgir a cada vez que se quebra o encanto do trompe l’oeil. Foi por essa separação fundamental, por um tipo de promessa incompleta de tangência, que a imagem desenhada, gravada ou pintada ocupou um lugar ao mesmo tempo icônico e simbólico, sempre além ou aquém do mundo, como argumentam teóricos como Virilio

(1993) e Couchot (2003). Tendo isso em mente, é emblemático o fascínio provocado pelo surgimento da fotografia na metade do século XIX. Apesar de ser tecnicamente inferior à pintura – faltam-lhe a cor e a definição – ela é, além de imagem, uma lâmina da realidade, uma marca irrefutável da realidade concreta sobre a superfície da foto, um índice ou sinal (cf Barthes, 1984) da passagem de algo ou alguém diante da câmera. A capacidade da luz de produzir imagens – fotogenia - é então atestada por um documento impresso – fotografia – prova irrefutável da conexão física entre objeto e imagem. Nessa nova condição de índice (vestígio, resquício) é que a imagem conquista além do estatuto de realidade, uma nova temporalidade: já não pertence mais à indefinição de um tempo simbólico, mas a um tempo múltiplo que tanto pode estar no passado, quando relativo ao instante de sua captura, como no presente, no momento em que é observada e quem sabe ainda no futuro, implícito em seu sentido documental que é ao mesmo tempo um desejo de eternidade. Foi por esse novo leque de relações que a fotografia encontrou na modernidade de tratores do calibre de Baudelaire, que apregoava a morte do caráter simbólico e transcendente da imagem, bem como entusiastas como Proust, que nela via um novo modo de olhar para o mundo, mais focado e preciso que a percepção visual cotidiana. De todo modo, foi com essa mudança que assistimos a um deslocamento da função técnica e operativamente

representacional da imagem, como aquela do conhecimento secreto dos pintores “fotográficos” de que fala Hockney (2001) e que dividiria a imagem em “imagem-esquema” e “imagem-visão”, em direção a uma conexão dual entre a imagem e o mundo (Nöth e Santaella, 2001), que faz da imagem um documento de concretude, verdade e presença. Além da fotografia, todos os meios modernos de produção de imagem por intermédio de artefatos óticos, tais como o cinema e o vídeo, compartilham desse sentido documental e metonímico da imagem, que se configura como um novo parâmetro, sem equivalente na imagem pintada, gravada ou esculpida. Uma terceira categoria ou paradigma da imagem (Nöth e Santaella, op cit) surge no advento da imagem infográfica. Criada por meio de algoritmos e equações matemáticas no interior de um sistema computacional, indica uma era da “lógica paradoxal da imagem” (Couchot, 1993), na qual o objeto imagético não existe para além do mundo (como no caso da pintura) nem no próprio mundo (como na fotografia ou no cinema), mas se constitui numa unidade autônoma, um simulacro (Baudrillard, 1991) que não representa ou imita a aparência das coisas, mas sua constituição e seu modo de funcionamento. Ao se informar, o computador com uma série de dados tais como forma, escala, material e luz, teremos como resultado a imagem de um objeto de tal forma em tal escala, feito de determinado material e iluminado de um modo específico: uma imagem simbólica (por sua

falta de conexão com seu correspondente concreto) de um objeto inexistente, que no entanto nos aparece como “realidade”. Pela imediatividade com que é tomada pelo seu suposto correspondente objetivo, ela se conecta com os processos perceptivos da imagem de natureza fotográfica; pela autonomia em relação à matéria e aos fenômenos, ela se aproxima à liberdade do imaginário ou da pintura; já pela facilidade de se infiltrar fugidamente nos territórios de ambas as linguagens – sejam nas pinturas digitais ou na manipulação de imagens fotográficas – ela pode bem ser enquadrada como “arte de dissimulação”, uma maneira de se amplificar os efeitos ou de suprir as limitações das técnicas e linguagens anteriores. Esta discussão sobre os meios técnicos de produção da imagem e de seus modos específicos de apropriação e pode ser entrecruzada com as diferentes modalidades humanas de percepção estética e de sensibilidade. Se no esquema mental característico da linguagem do desenho há o predomínio da abstração (tanto como elemento mental quanto gráfico), pode-se encontrar na pintura (pelo menos em determinado tipo de pintura realista ou hiper realista), a transposição de elementos táteis, hápticos, sensoriais, que extrapolam o sentido da visão. Foi por essa condição de “lente de aumento dos sentidos” que se desenvolveu toda uma tradição figurativa na história da arte, desde as naturezas mortas e retratos da tradição renascentista do norte e do período barroco até o hiper realismo contemporâneo.

Em que se pese o conjunto de características da imagem gerada pela técnica fotográfica, há por um lado a reprodução fiel do objeto exposto à lente (o que lhe confere relativo sucesso no que diz respeito à sua cor e textura, por exemplo), e por outro, uma espécie de simplificação radical, uma redução que vai desde sua profundidade até a limitação do ângulo e do enquadramento, resultando numa imagem que é sempre “menos” que o objeto. Por este ponto de vista, comparando-se o mesmo assunto representado de maneira pictórica e fotográfica, pode ser notada nessa última, uma certa melancolia memorial já presentida por Barthes (op cit) e Baudrillard (2000). Para contornar essa estética fotográfica inorgânica, de morte, recorreu-se à intervenção da pintura e mais tarde às técnicas de policromia até que o advento digital e o surgimento dos programas de edição e manipulação digital se tornassem uma forma tão frequente de alterar e retocar a fotografia, a ponto de ser natural o fato de se esperar que toda ou quase toda imagem fotográfica presente em nossa cultura tenha passado por algum tipo de tratamento eletrônico. De seu sentido de elemento criador da imagem, o termo fotogenia passa então a indicar um valor, uma qualidade e uma expectativa estética da imagem (de aparência e não necessariamente de natureza fotográfica), que insiste em retornar à dimensão simbólica presente nas imagens pré-fotográficas. Não há pixel que esteja imune aos ajustes de cor, contraste e luminosidade. Editam-se texturas,

alisam-se superfícies, erradicam-se imperfeições. Apesar de sua conexão com o mundo concreto da matéria, essa nova fotografia contaminada pela imagem digital escapa à determinação objetiva da imagem fotográfica e se desloca de índice a símbolo, como referente de si mesma. Já não está somente ligada à estesia da imagem, mas a uma hiperestesia da fotogenia, que paradoxalmente a aproxima da anestesia, uniformizada pelos padrões ditados pelas tendências dos meios culturais, pelo gosto vigente e pelas possibilidades técnicas dos processos de manipulação da imagem. Ao contrário daquela qualidade tátil dos calótipos e daguerreótipos dos oitocentos, a obsessão perfeccionista implícita nos processos de manipulação digital e da imagem de síntese contemporâneos é indicativa de novas e múltiplas conexões entre a fotografia, o mundo e os sentidos, nos quais é ora vista como objeto, memória e registro ou então como imagem, vontade e desejo. Será esse o futuro da fotografia? Esbater as fronteiras entre o mundo, a imagem e o imaginário? Logicamente, é ainda cedo para traçarmos um panorama exaustivo do conjunto de elementos que articulam a influência deste processo na cultura, mas considerando-se a inquestionável existência de uma permeabilidade entre meios, códigos e linguagens nas imagens da contemporaneidade, notadamente a saturação de uma qualidade “pictórica” e “não documental” na imagem de aparência fotográfica dos dias de hoje, é imprescindível que se pense em sua

importância. Outra questão que permanece sem resposta é em que proporção esse fenômeno está ligado às possibilidades técnicas dos programas de tratamento de imagem? O mapeamento técnico e epistemológico das principais questões relativas às diferentes abordagens e desdobramentos da imagem fotográfica frente ao software é também um objetivo deste estudo. Por esse motivo, em contraponto às reflexões teóricas, é feita uma análise de como o mais popular dos programas de manipulação de imagem, o Adobe Photoshop, pôde contribuir para esse novo estatuto da imagem fotográfica. Com base nas possibilidades técnicas e estéticas dos seus principais grupos de comandos e ferramentas, procurou-se o encontrar o respaldo operativo e tecnológico às questões e temas desenvolvidos pela pesquisa, tão importante aqui quanto às imagens que servem de ilustração e apoio às discussões desenvolvidas pelo trabalho. Foram ainda utilizados dois núcleos de fundamentação teórica. No primeiro deles, sobre as questões das implicações da fotografia, da imagem digital e de seus produtos híbridos, recorreu-se a diferentes matrizes epistemológicas da imagem fotográfica, que vão do “certificado de presença”, como quer Roland Barthes até a da “Simulação” proposta por Jean Baudrillard, para quem “a imagem-foto não é uma representação, é uma ficção” (2002). Para fundamentar as relações entre a fotografia e a imagem digital, utilizou-se do sistema dos “Três Paradigmas da Imagem” proposto

por Nöth e Santaella, da categorização histórica das diferentes formas de representação proposta por Edmond Couchot e das implicações da imagem frente às novas tecnologias feitas por Paul Virilio, André Lemos, Brissac Peixoto, entre outros autores. O segundo núcleo de referência é composto pelo material técnico de suporte ao software, bem como dos trabalhos dos comentadores e críticos do sistema computacional, que servem de base e roteiro para a

análise das possibilidades instrumentais específicas do Adobe Photoshop. A metodologia utilizada parte do cruzamento da pesquisa teórica e da definição dos seus principais núcleos temáticos ao estudo de caso específico de imagens que possibilitem e sustentem a discussão teórica, ligadas, ainda, às possibilidades técnicas do software analisado.

Palavras-chave: estética; fotografia; imagem digital.

REFERÊNCIAS

- AUMONT, Jacques. *A Imagem*. Campinas, SP: Papirus, 1993.
- BARTHES, Roland. *A Câmara Clara*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- BAUDELAIRE, Charles. *A Exposição Universal de 1855; O Público moderno e a Fotografia; O Pintor da Vida Moderna; O Salão de 1846*. In COELHO NETTO, José Teixeira. *A Modernidade de Baudelaire – Textos Inéditos Seleccionados por Teixeira Coelho*. Tradução de Suely Cassal. São Paulo: Paz e Terra, 1988.
- BAUDRILLARD, Jean. *A Troca Impossível*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2002.
- _____. *Da Sedução*. Campinas, SP: Papirus, 2000.
- _____. *Simulacros e Simulação*. Lisboa: Relógio D'Água, 1991.
- COELHO NETTO, José Teixeira. *A Modernidade de Baudelaire – Textos Inéditos Seleccionados por Teixeira Coelho*. Tradução de Suely Cassal. São Paulo: Paz e Terra, 1988.
- COUCHOT, Edmond. *Da Representação à Simulação: Evolução das Técnicas e das Artes da Figuração*. In PARENTE, André (org). *Imagem Máquina*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.
- _____. *A Tecnologia na Arte: da Fotografia à Realidade Virtual*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2003
- HOCKNEY, David. *O Conhecimento Secreto*. São Paulo: Cosac & Naify, 2001.
- LEMONS, André. *Arte eletrônica e Cibercultura* in MARTINS, Francisco Menezes;
- LYNCH, Richard. *The Adobe Photoshop Layer Book*. St. Louis: Focal Press, 2007.
- MARTINS, Francisco Menezes; SILVA, Juremir Machado. *Para navegar no século XXI*. Porto Alegre: Sulina, 2000.
- NÖTH, Winfried, SANTAELLA, Lúcia. *Imagem – Cognição, Semiótica, Mídia*. São Paulo: Iluminuras, 2001.
- PARENTE, André (org). *Imagem Máquina*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.
- PEIXOTO, Nelson Brissac. *Passagens da Imagem: Pintura, fotografia, Cinema, Arquitetura*. In PARENTE, André (org). *Imagem Máquina*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.
- Photoshop CS2*. Rio de Janeiro: Ed. Campus, 2005.
- RUSH, Michael. *Novas mídias na Arte Contemporânea*. São Paulo, Martins Fontes, 2006.
- SANTAELLA, Lúcia. *Culturas e Artes do pós-humano*. São Paulo: Paulus, 2003.
- SONTAG, Susan. *Sobre Fotografia*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.
- VIRILIO, Paul. *A Imagem Virtual Mental e Instrumental*. In Parente, André (Org). *Imagem Máquina*. R Rio De Janeiro Io: Ed. 34, 1993.

DO CINEMA ÀS MINISSÉRIES DE LUIZ FERNANDO CARVALHO: O CASO DE A PEDRA DO REINO

Renato Luiz Pucci Jr. - UTP

Em meados dos anos noventa, Luiz Fernando Carvalho declarou, num depoimento publicado em livro, que tinha o projeto pessoal de realizar cinema dentro da televisão. Relatou, então, as dificuldades que enfrentara, algumas vezes levando-o a concluir sobre a inviabilidade parcial do projeto, em vista da diferença de linguagens entre as duas mídias, em especial no que concerne ao ritmo das imagens (1994, p. 113-114). Ele era então um jovem diretor de telenovelas, que realizara também um curta-metragem chamado *A Espera – Um Passatempo do Amor* (1987). Tinha, portanto, experiência nos dois campos e, declaradamente, uma formação cinematográfica. Ao longos anos seguintes, ele realizou outros produtos para a Rede Globo, que constituíram uma trajetória de tentativas de introdução de elementos fílmicos no universo ficcional da TV. Em 2001, lançou o longa-metragem *Lavoura Arcaica*, experiência de direção que possivelmente constituiu o momento de virada em sua carreira. Trata-se de um filme com características eminentemente modernas, com elementos de ambiguidade controlada que o colocam na linha do que o teórico David Bordwell chamou de “cinema de arte”, uma das variantes do cinema moderno (1985, p. 205-233). Esse aspecto, aliado à concretização de um refinamento estético dificilmente igualado na cinematografia nacional (PUCCI JR., 2005), teria desencadeado uma nova direção na produção de Luiz Fernando Carvalho, talvez com um acréscimo na ambição artística. A minissérie em que essa ambição estética primeiramente se apresentou foi *Hoje é Dia de Maria*, exibida em duas Jornadas em 2005. Essa minissérie foi um produto com características que o alinharam entre as realizações pós-modernistas da TV brasileira, em razão de uma série de características típicas de programas dessa linha estilística, que teve exemplos em produtos de Guel Arraes e Jorge Furtado, ao menos desde os anos oitenta, que, por sua vez, derivaram-nas do pós-modernismo cinematográfico, surgido no início daquela década (HUTCHEON, 1991; PUCCI JR., 2008). Em *Hoje é Dia de Maria*, contudo, as características pós-modernistas foram levadas a um inusitado extremo de radicalidade. A oscilação entre naturalismo e antinaturalismo, isto é, entre o “parecer real” e o “não parecer real” chegou a uma frequência muito elevada, por meio da combinação entre elementos típicos da narração clássica, como campos e contracampos, associados ao fake dos cenários, à dublagem artificiosa, às quebras de eixo, à iluminação evidentemente falseada e, em especial, à exibição do aparato de produção durante o desenvolvimento

da ficção, tal como o fizera o cineasta italiano Federico Fellini, no final de *E la Nave Va* (1983). De fato, na cena em que Chico Chicote é julgado (na segunda Jornada), abre-se de repente o enquadramento de modo a mostrar a equipe técnica de Luiz Fernando Carvalho: outra câmera sobre um carrinho, cameraman, o domo onde foi gravada a minissérie, com todo o aparato de produção utilizado, como andaimes e operários. Em seguida, fechava-se o enquadramento, e a ficção voltada a se desenrolar com antes. Outras características do pós-modernismo podem ser identificadas no uso abundante da paródia lúdica, na sofisticação artística excepcional aliada a um olhar para os telespectadores, a fim de que não se perdesse a comunicação com o grande público, evitando o que em geral acontece na recepção de filmes modernos, como os de Ingmar Bergan, Michelangelo Antonioni e Glauber Rocha. Destaque-se que *Hoje é Dia de Maria* teve uma audiência excepcional, girando em torno de 32 a 36% de acordo com a fonte, o que para o horário adiantado (em torno de 23 horas) constitui uma comprovação de que o público acompanhou a história por vezes intrincada da menina Maria em busca do mar e do retorno à sua casa. É com a minissérie seguinte, *A Pedra do Reino*, exibida em 2007, que a radicalização estética de Luiz Fernando Carvalho chegou a um ponto realmente extraordinário. Não era mais um produto de linha pós-modernista, cujo interesse na comunicação com o público foi acima ressaltado, mas de uma ficção

construída segundo parâmetros típicos daquilo que caracterizou o cinema político-modernista (PUCCI JR., 2008). Havia uma proliferação do que Noel Burch denominou estruturas de agressão, ou seja, de elementos narrativos e composicionais que provocam a ruptura das expectativas do público habituado a narrativas clássicas ou, mesmo, pós-modernistas. A história de *A Pedra do Reino*, baseada no já complexo *Romance da Pedra do Reino*, de Ariano Suassuna, transcorre em tempos diferentes: 1838, 1905, 1912, 1930, 1932, 1935, 1938 e uma época indefinida em que aparece o narrador intradieético. A complexidade é tamanha que as transições entre cada uma dessas épocas é feita em toda a minissérie sem nenhuma sinalização (como os letterings “30 anos antes” e “30 anos depois” que se sucederam na quinta temporada do seriado *Lost*, que não foram suficientes para atender as expectativas de compreensão da parte do público, mesmo em uma narração que ainda se mantinha dentro do paradigma narrativo clássico). Em *A Pedra do Reino*, por vezes, em cerca de 15 ou 20 segundos, transições temporais eram feitas sucessivamente, de modo que um gesto do protagonista Quaderna começava em 1835 e acabava em 1838, sem indicações explícitas de que ocorrera a mudança. Uma superabundância de transgressões da narrativa clássica, como impressionantes jump cuts e quebras de eixo, colocam a minissérie como uma realização modernista, linha estética que nunca penetrou na ficção televisional brasileira em cerca

de sessenta anos desde a implantação da TV no país. A comunicação tem o objetivo de expor as origens dessa poética modernista de *A Pedra do Reino*, que remonta ao cinema de Glauber Rocha e ao de outros cineastas que marcaram época em décadas passadas. Trata-se, portanto, de examinar a herança intermediática concretizada na minissérie, a fim de estabelecer o patamar em que se encontram as trocas entre cinema e TV atualmente no Brasil. A pesquisa se justifica

devido à possível constatação de novas relações entre mídias que durante longo tempo foram rivais, o que propicia a introdução de parâmetros estéticos que, se não possuem o alcance de público da novela da oito, nem o de *Hoje é Dia de Maria*, ainda assim podem ser significativos para a alteração do panorama da ficção televisional brasileira nos próximos anos.

Palavras-chave: cinema; televisão; modernismo.

REFERÊNCIAS

_____. Cinema Brasileiro Pós-moderno: o Neon-realismo. Porto Alegre: Sulina, 2008.

BORDWELL, David. *Narration in the Fiction Film*. Madison: University of Wisconsin Press, 1985.

CARVALHO, Luiz Fernando. Depoimento. In: ALMEIDA, José Mendes de Almeida; ARAÚJO, Maria Elisa. *As perspectivas da Televisão Brasileira Ao Vivo*. Imago: Rio de Janeiro, 1994. p. 111-118.

HUTCHEON, Linda. *Poética do Pós-Modernismo*. Rio de Janeiro: Imago, 1991.

PUCCI JR., Renato Luiz. Moderna Lavoura Arcaica: a Ambivalência Estrutural no Cinema de Arte. *Contracampo: Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação*. Niterói, 2.º sem., 2005, p. 95-111.

DO CONSUMO À MODA: O PODER DA NECESSIDADE E A VITRINE DO DESEJO. UMA ANÁLISE DO POSICIONAMENTO DA C&A

Letícia Salem Herrmann Lima - UTP

Falar de consumo é abordar um tema cuja participação é freqüente em nossa rotina. Consumimos em diversos locais do mundo e nesta relação de compra, adquirimos produtos e serviços que nem sempre são considerados dispensáveis. Comer, vestir-se, locomover-se, estudar, trabalhar, passear, cuidar da saúde, entre inúmeros outros exemplos são reflexos de uma relação de consumo. O termo sociedade de consumo é utilizado pós-revolução industrial onde a produção em massa com visão capitalista fez com que os consumidores aumentassem sua gama de escolhas e conseqüentemente ocasionou um aumento da oferta e procura de produtos e serviços até então nunca presenciada. É a partir deste cenário produtivo que se iniciou um processo pontual na diferenciação dos tipos de consumo e suas supostas mudanças comportamentais adaptadas ao nosso conjunto de hábitos. O consumo é impulsionado pelo capital, quanto mais recursos financeiros, maior a possibilidade de aquisições de bens. Há inquietações de teóricos da área, ao exemplo de Gilles Lipovetsky, que abordam o tema com ênfase ao consumo democrático, onde qualquer indivíduo possa escolher e comprar o que deseja, sem ser artigo de distinção entre a pobreza ou a nobreza; o acesso a todos os consumidores. A sociedade contemporânea valoriza excessivamente o consumo e faz-se necessário a existência de uma dosagem nas relações de compra e venda; é preciso estabelecer o que realmente é indispensável e o que pode ser substituído ou até mesmo ignorado. Considerando os aspectos comportamentais do consumo e a contextualização dos conceitos teóricos refletindo na realidade comunicacional das marcas, despertou-se o interesse em pesquisar tais fatores e a postura publicitária que as empresas do segmento da moda adotam em relação aos seus públicos. Para isso, pretende-se pesquisar uma empresa deste segmento e fazer a relação com as teorias de base. Inicialmente foi levantado o reporte teórico e a análise do posicionamento de comunicação da empresa escolhida, representada pela C&A, com foco na campanha intitulada por: “Tá na vitrine, tá na C&A”. A seleção da loja C&A foi decorrente de sua representação no segmento, por estar presente freqüentemente na mídia apresentando produtos destinados à grande parte da população. A primeira etapa da pesquisa foi o referencial bibliográfico, tendo como propósito apresentar as diferenças entre o que é o consumo e o que é desejo, o que é necessidade e o que é moda. As teorias de base são relacionadas ao comportamento, como a cultuação do “eu” e a aceitação social, além das necessidades de

consumo analisadas através da pirâmide das necessidades de Maslow, utilizada como indicadora da seqüência racional do consumo. Como idéias norteadoras do estudo, foram utilizados conceitos do sociólogo Jean Baudrillard e do filósofo Gilles Lipovetsky, que trazem as relações de consumo para o cotidiano. Na segunda parte da pesquisa, o estudo contempla a análise e verificação dos conteúdos publicitários das campanhas realizadas pela loja de departamentos C&A baseado no meio televisivo e no site da empresa. Na mídia televisiva, o levantamento foi realizado nas emissoras de canais abertos nacionais e contempla a inclusão das seguintes empresas: Bandeirantes, Globo, SBT, Record e Rede TV. Dentre os formatos comerciais veiculados pelo anunciante, foram apresentados patrocínios de programas com ações integradas, comerciais de 15, 30 e 60 segundos. O período da coleta de dados foi entre janeiro e julho de 2009. Esta etapa foi realizada através de pesquisa de observação e análise dos conteúdos do site “Controle da Concorrência”, que permite acompanhamentos diários das ações publicitárias dos grandes anunciantes do país; separado por dia, emissora, conteúdo e tipo de veiculação. O objetivo desta pesquisa é verificar o comportamento que a C&A adota diante do apelo publicitário e seus aspectos envolvendo o mote das campanhas. Por meio da pesquisa literária, despertou-se uma curiosidade em averiguar uma das questões abordadas pelo pesquisador Jean Baudrillard (2003) que faz referência à utilização

de objetos não pelo seu valor de uso, mas pelo seu signo que distingue os indivíduos. É nesta postura em relação às vestimentas que se aponta a relação e a utilização do corpo humano como vitrine do indivíduo; através das suas roupas demonstra estilos e remete a informação que deseja comunicar. Durante o período de pesquisa, verificou-se a presença da cantora americana Fergie, ícone do público mais jovem, nas propagandas da empresa. Associa-se a imagem da cantora ao moderno, estilizado, pop, o de luxo e ao famoso. Na propaganda a Fergie mostra-se andando nas ruas como se estivesse desfilando e a assinatura da campanha complementa a linha criativa “Tá na vitrine, tá na C&A”. Desta forma, a empresa consolidou a imagem da cantora com a imagem que deseja transmitir a seu público-alvo e desenvolveu uma coleção de roupas em jeans com a assinatura da pop star. Através da análise do conteúdo das comunicações publicitárias da marca, percebe-se a importância destinada ao significado de “vitrine”. Esta palavra é a essência criativa do slogan da empresa que assina desta forma, todas as campanhas do período. O site da empresa segue a mesma linha de comunicação e apresenta o blog tanavitrinetanacea.com.br que faz parte das ações de apoio. A C&A posiciona-se como moderna e democrática e através das facilidades apresentadas nas formas de pagamento, estimula também o público das classes CDE a entrarem na moda e consumirem não apenas pela necessidade, mas também pelo desejo, mote

das linhas comunicativas da empresa. Estes elementos são percebidos através das análises das propagandas e seus respectivos discursos que serão apresentados na próxima etapa da pesquisa. Uma das hipóteses de pesquisa era de que a loja pretendia transformar o consumidor em uma espécie de vitrine ambulante e que a compra dos produtos era para suprir o lado aspiracional do consumo. Após a pesquisa de observação de conteúdos, os resultados obtidos foram os seguintes: do total de anúncios televisivos com veiculações nacionais, na televisão aberta são representados por 10 comerciais de 15 segundos, 512 comerciais de 30 segundos, 67 comerciais de 60 segundos, 88 vinhetas de patrocínio de 5 segundos, 13 ações integradas ao roteiro de novela, 7 ações de estímulo visual em novela e 6 ações de merchandising no formato de testemunhal; somando 703 inserções. O período foi marcado pela utilização de modelos famosas e encenações em todas as propagandas com ícones que remetem a passagens, altura e ascensão social com supervalorização da utilização dos produtos da C&A. Estes ícones são pontes, prédios, escadas, portas, palco e cortinas. O glamour é representado pelos cenários, a representação do vento, dos movimentos em câmera lenta, das passagens do tempo, das top models, da personificação de uma star e cenas de Hollywood. Pouco se utilizam dos apelos de varejo como a demonstração da roupa, dos valores e promoções especiais. O que está sendo focado é na

valorização do indivíduo vitrine e não apenas da roupa. As pessoas parecem estar desfilando em todas as cenas dos comerciais. Um dos recursos que chamou a atenção na análise dos comerciais foi a utilização da expressão “fast fashion” traduzido pelo modelo como “quero agora”; o imediatismo ressalta na mensagem da propaganda, que geralmente não é utilizada no mercado da moda. A palavra fast é encontrada com maior frequência junto a algum serviço, como o fast food, por exemplo. A C&A traz uma mensagem associativa com o uso da roupa, do rápido glamour, do eterno desfile e do indivíduo torna-se uma vitrine com seu corpo em evidência. A vitrine representa o universo constitutivo do nosso imaginário, onde expõe os bens sonhados. Ao mesmo tempo em que ficam expostos, apresentam-se bloqueados através de uma redoma de vidro que, separa o consumidor do objeto desejado; a idéia não é apenas proteger, mas uma barreira à idolatria, do aspiracional, do não pertencimento e da superioridade. No fechamento da pesquisa, detectou-se ainda um complemento a campanha através do site da empresa. As roupas eram apresentadas através de corpos- manequins em forma humana. Todos os corpos foram pintados de preto e apenas as roupas sobressaíram-se naquele corpo; retomando a idéia do corpo vitrine. O site da empresa publicou depoimentos em vídeo com consumidores respondendo sobre suas impressões relacionadas às vitrines e segundo os entrevistados, a vitrine é a representação do coração e

da alma da loja; transparece o que ela tem de melhor e mais atual para oferecer. É através da vitrine que uma loja faz seu manifesto de moda, que mostra quem é e o porquê de ser única e inigualável. Conclui-se, após a análise de todos os elementos, que a C&A estimula o consumo colocando seus clientes como parte de um espetáculo de moda. Personifica sua marca através de modelos e pessoas famosas,

utilizando-se da publicidade para incitar a moda e persuadir os consumidores a se identificarem, a tal ponto de transformarem seus corpos em vitrines ajudando gratuitamente o seu posicionamento no mercado.

Palavras-chave: comportamento; consumo; comunicação; publicidade; moda

EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL

Elizabeth Macuco Zanetti Rodrigues

Mario Sergio Cunha Alencastro

Norberto Fernando Kuchenbecker

Osnir Jose Jugler

Este trabalho tem por objetivo relatar e compartilhar as experiências do desenvolvimento e da estruturação metodológica de um projeto de pesquisa que se propõe a reunir, numa abordagem colaborativa, complementar e interdisciplinar, duas linhas de pesquisa recentemente oficializadas na Faculdade de Ciências Sociais e Aplicadas (FACSA) da Universidade Tuiuti do Paraná. Trata-se do projeto “Empreendedorismo Sustentável” que agrega pesquisadores das linhas “Gestão Socioambiental Estratégica e “Governança Corporativa de Micro, Pequenas e Médias Empresas”, ambas ligadas ao Curso de Bacharelado em Administração. Cabe lembrar que a fomentação da pesquisa no âmbito da FACSA é uma iniciativa recente e que o projeto em questão representa um esforço para potencializar o trabalho dos professores e alunos que têm interesse na iniciação científica, mas que ainda estão em pequeno número. É uma iniciativa que se desenvolve em duas áreas com grande potencial de inovação e que juntas, conseguem uma extraordinária ação sinérgica, pelo efeito de realimentação que exercem entre si. O objetivo do projeto é aprofundar as reflexões acerca da importância do empreendedorismo na formação profissional no âmbito dos diversos cursos de graduação da UTP, particularmente naqueles ligados às Ciências Sociais Aplicadas e identificar, divulgar e premiar as melhores idéias e soluções socioambientais que estiverem sendo desenvolvidas nas atividades de pesquisa, ensino e extensão da UTP, fomentando assim, o espírito do empreendedorismo sustentável na comunidade acadêmica da universidade. Algumas questões vêm norteando a construção deste projeto de pesquisa. Dentre elas, destacam-se: Quais os motivos para se disseminar o empreendedorismo numa Instituição de Ensino Superior? A formação dos nossos alunos se dá num contexto no qual possam desenvolver seu potencial empreendedor? Qual o impacto do novo paradigma da sustentabilidade no contexto empresarial? Há espaço para ações empreendedoras sustentáveis no campo das micro, pequenas e médias empresas em Curitiba e região metropolitana? Como a UTP pode atuar como uma “incubadora” de ações empreendedoras nesta área? O desafio do Empreendedorismo Sustentável é fantástico. Hoje em dia é

consenso que esteja ocorrendo um avanço significativo na compreensão de que só será possível garantir a sobrevivência para as futuras gerações por meio de ações integradas, éticas e transparentes, envolvendo os principais atores – empresas, governos e a sociedade civil organizada. É um pensamento que ganha corpo a partir do paradigma emergente do Desenvolvimento Sustentável e das inovações dele decorrentes em todos os campos da vida humana. No que tange às empresas, um dos principais desdobramentos dos princípios do desenvolvimento sustentável, o conceito de ecoeficiência, que significa produzir mais, gastando menos insumos e matérias-primas, já está sendo aplicado com sucesso em muitas grandes empresas instaladas no Brasil e no mundo. Sabe-se que ao reduzir os gastos com insumos e matérias-primas, as empresas reduzem o impacto produtivo no meio ambiente, tornam-se mais competitivas, eliminam áreas de atritos com grupos de interesse (stakeholders), reduzem a possibilidade de acidentes e melhoram a sua imagem. Outro ponto importante é a Produção mais Limpa (P + L), através da não geração, minimização ou reciclagem de resíduos gerados, com benefícios ambientais e econômicos para os processos produtivos, elementos que hoje em dia não podem passar despercebidos. Recentemente, um artigo publicado na Harvard Business Review por C. K. Prahalad, Ram Nidumolu e M.R. Rangaswami, autores que, por conta da sua expertise, são considerados leitura obrigatória

em qualquer estudo sério no campo da inovação empresarial, reafirmam o conceito de que, longe da antiga idéia de que investir em sustentabilidade socioambiental diminui a competitividade de uma empresa, este tipo de ação, certamente irá reduzir custos e aumentar a receita. Para estes autores a sustentabilidade deve ser a base para a inovação empresarial e que, no futuro, somente quem fizer da sustentabilidade uma meta terá vantagem competitiva. Cabe às empresas repensar, não somente seus produtos, mas também suas tecnologias, processos, e – principalmente – seus modelos e estratégias de negócios. Ou seja, trata-se de um imenso, mas sedutor, desafio para a capacidade empreendedora dos futuros profissionais que hoje se preparam para ingressar no mundo dos negócios. Criar produtos e serviços sustentáveis e/ou reformular o que já existe a fim de não agredir o meio ambiente é o grande desafio empresarial para o século XXI. Aliás, o próprio texto da Agenda 21, o principal documento produzido na Rio 92 e que discute os padrões de sustentabilidade a serem perseguidos por todos os setores da atividade humana, afirma, em seu capítulo 30, que, no que tange ao papel da Indústria e do Comércio “as políticas e operações do comércio e da indústria, inclusive das empresas transnacionais, podem desempenhar um papel importante na redução do impacto sobre o uso dos recursos e o meio ambiente por meio de processos de produção mais eficientes, estratégias preventivas, tecnologias e procedimentos

mais limpos de produção ao longo do ciclo de vida do produto, assim minimizando ou evitando os resíduos. Inovações tecnológicas, desenvolvimento, aplicações, transferências e os aspectos mais abrangentes da parceria e da cooperação são, em larga medida, da competência do comércio e da indústria”. Neste contexto, o projeto Empreendedorismo Sustentável oferece, por um lado, a possibilidade da produção de estudos, pesquisas e trabalhos que ofereçam uma contribuição acadêmica sobre o pensamento estratégico relacionado à responsabilidade socioambiental, um dos elementos chave para a sustentabilidade de qualquer organização. É possível, a partir daí, atuar, dentre outras, em estratégias empresariais voltadas ao meio ambiente, responsabilidade socioambiental corporativa, marketing “verde”, sistemas de gestão ambiental e até mesmo em educação ambiental corporativa. Ao mesmo tempo, todo este conhecimento em termos de Desenvolvimento Sustentável, encontra um campo muito fértil nas micro, pequenas e médias empresas, pois não haveria sentido pensar em ecoeficiência e Desenvolvimento Sustentável com a exclusão deste segmento empresarial que representa atualmente 99% das 5,6 milhões de empresas do país e é a base da fonte de geração de emprego. Sendo assim, todo o conhecimento gerado no campo do Desenvolvimento Sustentável, pode se incorporar aos estudos voltados ao empreendedorismo, principalmente no que se refere às pequenas e médias empresas. Desta forma, os

estudos que englobam o planejamento estratégico; a organização interna; redes de empresas; conteúdo e processos estratégicos; formulação, implementação e avaliação de estratégias; estratégia, ambiente e competitividade; relações e impacto da estratégia sobre processos e dimensões da organização, a estrutura de governança em pequenas e médias empresas e seu impacto no crescimento e desenvolvimento das organizações, aliados à questão do Desenvolvimento Sustentável passam a ter um caráter de sinergia e representam uma importante área de pesquisa acadêmica. No que diz respeito à metodologia de trabalho que está sendo seguida, é evidente o caráter aplicado das pesquisas a serem desenvolvidas, pois o foco do projeto está sempre na busca de soluções de problemas concretos, sejam eles imediatos ou não. É fato, porém, que, por atuar numa área ainda pouco explorada tanto no aspecto conceitual quanto prático, também procurar-se-á desenvolver novos conhecimentos tanto no campo da sustentabilidade quanto no do empreendedorismo, o que coloca o projeto também numa linha de investigação exploratória. Também, pelo fato de exigir um envolvimento ativo por parte de seus pesquisadores, o projeto pode se enquadrar na categoria de “pesquisa ação”, pois, ao se propor a resolver problemas coletivos, tais como os de enfoque socioambiental, seus pesquisadores e participantes estão envolvidos de modo participativo e cooperativo. Ainda em fase de consolidação, o projeto de pesquisa

Empreendedorismo Sustentável já apresenta algumas etapas consolidadas e em processo de implementação. Destaca-se aqui o “Núcleo de Estudos e Pesquisas Empreendedoras da Universidade Tuiuti do Paraná (NEPE/UTP)” que está sendo constituído para impulsionar ações empreendedoras junto à comunidade acadêmica da universidade, visando fomentar ações empreendedoras junto à comunidade acadêmica da UTP, contribuindo não só para o surgimento de novos empreendimentos, como também para a formação do aluno empreendedor. O núcleo reunirá alunos e professores dos diversos cursos da universidade, visando a formação de equipes multidisciplinares com vistas às ações relacionadas diretamente ao empreendedorismo. Dentro da proposta do NEPE, já foi realizada, ainda que de forma embrionária, a primeira “Feira do Empreendedor”, um programa que visa provocar no meio acadêmico a capacidade de empreender, realizar parcerias, aprimorar conceitos e transformar conhecimentos em riqueza. Uma vez por ano, durante três dias a UTP promoverá este evento, objetivando proporcionar visibilidade aos projetos e às ações e idéias criativas e inovadoras de empresas e alunos. Para incentivar o empreendedorismo sustentável, diversas ações já estão sendo implementadas, dentre elas uma “parceria” com o projeto “Universidade

Verde”, que está sendo desenvolvido pela Pró-Reitoria de Promoção Humana da UTP e que tem por objetivo promover e apoiar, através de campanhas, programas e incentivos, o desenvolvimento de soluções sustentáveis nos campi da UTP de modo que a instituição se torne um referencial (“universidade modelo”) em termos de sustentabilidade socioambiental. As ações desenvolvidas no projeto “Universidade Verde” estão alinhadas aos princípios da Agenda 21, disseminados na Universidade Tuiuti do Paraná, pelo seu “Fórum Permanente Agenda 21 UTP”, cujas discussões servem de arcabouço conceitual para todas as iniciativas socioambientais da universidade. O projeto “Universidade Verde” pretende ser o laboratório a partir do qual projetos e idéias transformar-se-ão em ações concretas, sendo, naturalmente um parceiro sob medida para as ações de empreendedorismo sustentáveis que serão desenvolvidas na FACS. Uma iniciativa empreendedora inédita e que já está em fase de formatação é o estabelecimento do Green Office (Escritório Verde) da UTP, onde serão planejadas e implantadas todas as atividades sustentáveis nos campi da universidade.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Desenvolvimento Sustentável, Pequenas e Médias Empresas.

FOTOJORNALISMO NA ERA DA CONVERGÊNCIA: ENTRE O IMPRESSO E O CIBERESPAÇO

Kati Caetano – UTP

Zaclis Veiga – Universidade Positivo

Ana Paula Rosa – Faculdades Celer

Alberto Viana – UTP

A modalidade de mesa temática para a discussão do tema proposto – Fotojornalismo na era da convergência: entre o impresso e o ciberespaço – tem dois objetivos fundamentais. De um lado, agregar pesquisadores que se dedicam ao estudo da chamada imagem de informação (fotojornalística ou documental) no cenário sociocultural da contemporaneidade, caracterizado pela convivência de meios impressos e virtuais para a transmissão, produção e discussão de notícias. De outro, dar a essa discussão um perfil interinstitucional, em diferentes níveis de práxis científica, congregando tanto pesquisadores atuais ou egressos da UTP, assim como colegas de outras Instituições de Ensino Superior. Concebendo as imagens documentais como práticas destinadas a compor evidências de realidade e verdade, a pesquisa visa a estudá-las no cenário sociocultural da atualidade, de integração das mídias impressas e eletrônicas. O ambiente contemporâneo oferece justificativa para o interesse nessa temática, tendo em vista que as imagens, no conjunto das mídias, compõem partes de fluxos iconográficos construídos em rede, acionados não só por agenciamentos de aparência do real, predominante nos meios tradicionais, como por novas práticas cotidianas manifestadas em diversas formas de expressão - blogs, fotologs, vídeos caseiros - às quais as imagens da grande mídia se integram e delas se alimentam num processo simbiótico que colapsa qualquer parâmetro rígido de delineamento da imagem de informação. Com tal propósito, serão apresentados os seguintes trabalhos voltados a algumas indagações particulares: 1) Práticas documentais pela imagem: dinâmicas visuais do diálogo intermediático impresso e virtual, de autoria da Prof^a. Dra. Kati E. Caetano, docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens da UTP, que discute os diferentes modos de figuração da imagem em notícias de impacto no impresso e no virtual, e suas implicações para distintos regimes de interação que se movem entre a mediação cognitiva, a imediatez afetiva, os regimes de crença ou de confiança. Indaga-se em que medida essa atitude de captura incessante dos fatos, distribuída em todas as direções

e num ritmo acelerado, consiste na legitimação da aderência ao referente ou é propícia à desestabilização da crença dominante na realidade empírica, em favor de um processo de adesão ao outro amparado em regimes de fidúcias interpessoais. Outro aspecto a ser abordado é relativo ao descompromisso com a imagem em sua condição estética para valorizá-la em seu imediatismo nas relações comunicacionais, motivado pela ação imperiosa da interação. Compõem o corpus da pesquisa, matérias apresentadas em jornais impressos e sites e blogs, que atenderam ao princípio de ancoragem espaço-temporal. As matérias são abordadas em suas interfaces do verbal e do não-verbal segundo postulados de teorias das linguagens que abordam o estudo dos sentidos seja como estratégias, seja como mobilizações sob ação do acaso, definindo, em suas diferenças, distintos regimes interacionais e efeitos-verdade. Confluem nessas perspectivas a estética da comunicação, os estudos sociointeracionistas e teorias da imagem. 2) O valor do dia: estudo do fotojornalismo brasileiro e português, desenvolvido pela Profa. Mestra, doutoranda em Comunicação na Universidade Fernando Pessoa, de Portugal, e docente do curso de Comunicação da Universidade Positivo de Curitiba, que examina as capas de jornais brasileiros e portugueses. O trabalho se propõe a examinar se os temas veiculados por meio do fotojornalismo estão enquadrados em um formato padrão quanto ao critério de noticiabilidade em dois países. O objeto é a análise de fotografias

publicadas na primeira página dos jornais Gazeta do Povo (Curitiba) e o Jornal de Notícias (Porto) observadas por uma semana. O trabalho prevê que diariamente a fotografia jornalística ocupa um espaço privilegiado nas capas dos jornais e que são nelas que o leitor tem o primeiro contato com a representação jornalística do campo simbólico no qual se instala a sociedade. Este campo é recortado pelos pauteiros, fotógrafos e editores e dado a conhecer aos leitores por meio de escolhas sujeitas a critérios de noticiabilidade. A argumentação teórica tem como base os valores-notícia de seleção de Nelson Traquina nos quais se destacam os critérios substantivos como morte, notoriedade, proximidade, relevância, novidade, tempo, notabilidade, conflito e controvérsia e infração e os critérios contextuais como disponibilidade, equilíbrio, visualidade, concorrência e dia noticioso. 3) Internet: espaço da sobrevida das imagens midiáticas, de responsabilidade da Prof^a. Ms Ana Paula da Rosa, egressa do Mestrado em Comunicação e Linguagens, doutoranda em Comunicação na UNISINOS-RS e docente e coordenadora do curso de Publicidade e Propaganda das Faculdades Celer de Xaxim-SC. Seu estudo está voltado a analisar a construção de uma memória coletiva, formada por imagens já vistas em diversos dispositivos midiáticos, e que está ganhando sobrevida na Internet em função dos mais variados sites se constituírem em espaços para postar tais imagens, eternizando-as. Cada vez mais as imagens

técnicas (fotografias, vídeos) se tornam auto-replicas, estão nos jornais, nas revistas e na Internet e mesmo depois que as imagens deixam de aparecer na mídia tida como tradicional, elas passam a ser perenes na web. Desta forma o imaginário coletivo formado pelas imagens internas e externas passa a ser influenciado também por aquilo que é veiculado nas mídias terciárias e, principalmente, nos sites como youtube, que recebem a cada dia um número maior de vídeos. A memória coletiva, formada e abastecida por imagens midiáticas e que se confunde com a própria memória midiática do jornalismo, está ganhando uma sobrevida na Internet, mesmo quando há uma aparente morte ou esvaziamento. A proposta a ser defendida é a de que, mais do que auto-referenciais, as imagens na web são memórias próteses que funcionam como extensões do homem, parafraseando Marshall McLuhan. Para que esta análise seja possível o corpus do trabalho é formado por vídeos da execução de Saddam Hussein e de imagens do 11 de setembro produzidas especialmente para fazer lembrar dos acontecimentos que foram amplamente divulgados, mas que atualmente não são mais lembrados pela mídia com tanta ênfase. 4) Crise no fotojornalismo ou incapacidade da imprensa?, do mestrando do MCL - UTP, Alberto Viana, e fotojornalista, que analisa a dicotomia entre a chamada crise do fotojornalismo no contexto atual e a máquina de poder dos grandes conglomerados de comunicação, responsáveis pelos jornais diários

impressos e sites jornalísticos da internet, tendo como foco o delineamento de alguns caminhos a serem vislumbrados pelo fotojornalismo no futuro. Desde o advento da imagem eletrônica tem-se ouvido falar em crise do fotojornalismo. Na verdade, existem grandes problemas com o jornalismo como um todo e, evidentemente, a reportagem fotográfica insere-se nesse contexto. Segundo muitos autores, e atores sociais do fazer jornalístico, o “fotojornalismo de autor” acabou. Aquele que conta uma história, denuncia e revela. Com a velocidade, e a facilidade, dos dispositivos à disposição da maioria da população, as imagens tipo spot news são geradas pelos próprios usuários, que se convertem, na terminologia de Axel Bruns, em “producers”, numa dilatação do processo comunicacional. Por outro lado, se essas imagens já não são mais feitas pelos profissionais, caberia aos jornais impressos a tarefa de um aprofundamento, expresso em reportagens mais pensadas e melhor elaboradas na diagramação dos jornais. O problema, entretanto, situa-se na própria condição desse tipo de imprensa, em mãos de grandes grupos industriais, que, de certa maneira, programaram esse fim ao tomar o rumo da comercialização e ao entrar num jogo com o poder em busca, apenas, da rentabilidade, em detrimento da boa informação. O artigo objetiva examinar essas contradições e redimensionar a polêmica crise do fotojornalismo, na esteira de uma crise do documental. Em suma, a mesa proposta investiga um

período em que não só os suportes se interligam, mas também as narrativas imagéticas se alteram em função das potencialidades do meio. Por isso, lança questões para um reflexão conjunta, algumas das quais orientadas a priori pelos próprios trabalhos. As lógicas das fotografias impressas e empregadas nos jornais ainda teriam validade na web? Qual a estética e que padrões empregados nesse fotojornalismo imediatista e oferecido a cada minuto, numa velocidade vertiginosa? As imagens postadas em sites, blogs e no próprio youtube ainda podem ser configuradas como fotografias ou se hibridizam transformando-se em imagens de outra categoria, uma imagem forjada pelo ciberespaço? Além disso, com a mudança no paradigma da comunicação, ou seja, não mais a emissão de um para

todos, mas de todos para todos, quando os usuários se tornam produtores de imagens, como o fotojornalismo cobre os acontecimentos, já que os profissionais se perdem entre a busca da instantaneidade e da pseudo-interação com o usuário ou leitor? Estas questões perpassam todos os trabalhos a ser apresentados em maior ou menor grau na busca de uma definição mais concreta de que fotojornalismo é esse que o ciberespaço disponibiliza, que condições sócio-econômicas o sustentam e quais as aberturas possibilitadas por essa convergência.

Palavras-chave: imagem; jornalismo; mídias terciárias; memória coletiva, jornais portugueses e brasileiros, estética da comunicação.

GAMES INVADEM TELAS DE CINEMA

Denize Correa Araújo – UTP

A proposta da Mesa “Cinema e Interfaces” é enfatizar as relações do Cinema com interfaces culturais e midiáticas que permeiam obras contemporâneas, produzindo textos híbridos, sem no entanto causar o desaparecimento de elementos característicos dos componentes interrelacionais. Participantes (do PPGCom-UTP): Profa. Dra. Denise Guimarães: Transposições das HQs para o Cinema, Profa. Dra. Denize Araujo: Games invadem telas de cinema, Prof. Dr. Renato Pucci: Do cinema às minisséries de Luiz Fernando Carvalho.

OBJETIVOS: Um dos objetivos desta proposta é demonstrar como as novas tecnologias e, em especial as narrativas de games, estão inseridas em filmes recentes como “Corra Lola Corra”, “Kill Bill” e “Ben X: a fase final”, que será analisado com mais ênfase. O referido filme representa visualmente a transformação de pessoas em avatares e vice-versa, reproduzindo o movimento da mente do protagonista, que é o herói do jogo ArchLord, mas não consegue conviver com sua realidade, seja em seus estudos, seja em sua vida social. A hibridação de imagens nos traz a interação filme-game, não anulando elementos de ambas as mídias e sim parataticamente explorando suas interfaces dialéticas. Outro objetivo é demonstrar que os games no cinema não têm como finalidade única a representação do entretenimento. No filme aqui analisado, o objetivo é demonstrar que o universo do autismo pode contar com o game como elemento essencial para seu refúgio e sobrevivência, sendo que os games já estão sendo usados para meios terapêuticos no combate a certas patologias. Um último objetivo do estudo é a caracterização do protagonista em suas estratégias de escapismo e isolamento. Um dos aspectos da Síndrome de Asperger, que é caracterizada como um tipo mais brando de autismo, é a tendência de criar uma vida interior paralela. Como o filme é baseado em fatos reais, meu estudo se refere também aos procedimentos adotados pelo protagonista em sua imersão na vida paralela, e, no caso em questão, no game que possibilita a realização de sua imaginação.

JUSTIFICATIVA: Filmes e games não têm dialogado continuamente, especialmente na última década, quando as novas mídias possibilitaram formas mais concretas de interfaces polifônicas. A adaptação de games para o cinema e de filmes para games tem acentuado certos pontos de convergência entre a imagem cinematográfica e a representação de jogos eletrônicos. Considerando que o cinema e os games sempre usaram recursos

tecnológicos, a aproximação fica compreensível, e justifica a proposta deste estudo. Apesar do fracasso de algumas adaptações, a sedução pelos games faz parte do universo infanto-juvenil, incentivando uma produção direcionada ao público jovem. Se por um lado os filmes inspiram roteiros de games, por outro a narrativa dos games tem se inserido na fílmica. O personagem Jason, da trilogia Bourne, por exemplo, está inspirando um game da Electronic Arts. Inversamente, o game “Uncharted” está sendo adaptado ao cinema. Corpus: Em produções como “Corra Lola Corra” e “Kill Bill”, a estrutura narrativa se identifica com a rapidez e dinamismo das técnicas de games, onde o personagem deve continuamente decidir estratégias de competição e desempenhar funções para atingir metas e vencer desafios, o que é também uma das características da narrativa de “Ben X: a fase final”, onde o personagem é o herói em seu computador. Entretanto, outras facetas do filme são mais importantes nesta análise, que se deterá em dois temas controversos e estimulantes no debate da relevância dos games: o aspecto cultural dos mesmos, que vai além do entretenimento e do lúdico, ou, mais apropriado ainda, que usa estes aspectos para tratamentos médicos e casos psicanalíticos; e a discussão sobre o aspecto anti-social dos games, ditos serem agentes para o isolamento social e a não-sociabilidade de seus participantes. Ambos os temas são de extrema relevância para a análise do corpus deste paper. Ben, o protagonista, é anti-social e se refugia no

game. Por outro lado, o game lhe proporciona um tipo de vida que se associa ao seu problema de autismo.

RELEVÂNCIA DA PESQUISA: O filme aqui estudado não será tomado só como entretenimento. Pelo contrário, representa um caso real de um assunto bastante sério, que enfoca não só a tendência de entrar em games pelos adolescentes, mas também o uso terapêutico dos mesmos, por autistas ou depressivos. O HopeLab (Redwood, California, USA, 2001) criou o game Re-mission para auxiliar no tratamento de câncer, autismo, depressão, anemia falciforme e obesidade infantil. O tratamento fica mais efetivo quando os pacientes entendem, através do game, o que é necessário fazer para acelerar a cura ou a melhoria das condições de vida. Re-mission, game projetado pela fundadora do HopeLab, Pam Omidyar, foi testado e revelou seu efeito positivo em pacientes adolescentes. Os resultados foram publicados na revista médica *Pediatrics*, na edição de agosto de 2008 (www.re-mission.net). No caso do filme em questão, o game ultrapassa sua função unicamente de entretenimento, exercendo um fascínio que salva o protagonista de sua situação crítica em seu mundo social, ao oferecer um refúgio ao protagonista.

RELEVÂNCIA DO TEMA: Quanto ao debate do game ser uma tecnologia anti-social, há opiniões divergentes. Ao mesmo tempo em que os jogadores se conectam com o universo do game, podem se isolar da realidade que os cerca. Jody Berland cita um

estudo (Kraut et all), cujo resultado foi que os games deixam as pessoas mais isoladas e deprimidas. Por outro lado, Derrick de Kerckhove afirma que “webness is connectedness” e Terry Flew acredita que os games digitais são sociais, e que é um estereótipo imaginar jogadores como adolescentes escondidos em seus quartos escuros, fugindo de suas interações sociais. Para ele, os games são colocados em lan houses e lugares públicos, ou em casas onde a família pode se reunir com os amigos. Paradoxalmente, apesar das pessoas estarem se conectando bem mais, o contato pessoal é bem menor. O mesmo acontece com escritórios e empresas, onde diversos computadores fazem a ponte entre os usuários que, mesmo estando lado a lado, enviam e-mails uns aos outros ao invés de se dirigirem às pessoas que estão em seu redor. Lynn Alves denomina de “tecnologias intelectuais” os jogos eletrônicos, considerando que contribuem para o desenvolvimento social, cognitivo e afetivo dos sujeitos. Huizinga completa suas asserções: “O jogo é mais do que um fenômeno fisiológico ou um reflexo psicológico. Ultrapassa os limites da atividade puramente física ou biológica. É uma função significativa, isto é, encerra um determinado sentido. No jogo existe alguma coisa “em jogo” que transcende as necessidades imediatas da vida e confere um sentido à ação”(livro amarelo 64). Deve-se notar, entretanto, que a realidade criada pelos games pode substituir a outra, que é o que acontece no filme em questão. Ben tenta transpor para seu cotidiano

a contextualização de sua atuação no game ArchLord, no qual sua performance é excelente.

HIPÓTESES: Este estudo vai trabalhar com duas hipóteses básicas: a hipótese de que os games não são somente entretenimento e sim mecanismos de ação médica, e a hipótese de que a narrativa no cinema tem interagido com as novas mídias e, em especial, com a inserção de elementos pertencentes ao universo dos games. A interface cinema-game é particularmente visível em “Ben X”. O filme representa os processos de imersão e escapismo do protagonista. Nos games, de um modo geral, a imersão se dá de maneira parcial ou total. O jogador pode manipular o avatar ou pode identificar-se com ele. No primeiro caso, o jogador tem consciência do aspecto ficcional, enquanto que no segundo há uma tendência à transferência de sua vida cotidiana à esfera do game, confundindo ambas. Ermi e Mayra (2005) sugerem que há três tipos de imersão: a sensorial, a do desafio e a imaginativa. Na sensorial, com o uso de fones, há o isolamento do ambiente externo, fazendo com que o jogador concentre sua atenção só na simulação do game. Na imersão “challenge-based”, o jogador se concentra na solução dos desafios para atingir as metas e ganhar pontos. Na imaginativa, o jogador constrói suas fantasias através dos avatares. Quanto mais imerso o jogador se sente, mas se desvia do contexto em que vive e se insere no universo do game.

ARGUMENTAÇÃO: Em minha pesquisa, argumento

que Ben, o protagonista do filme, oscila entre os dois mundos, ora enfrentando seus colegas na escola, ora vencendo-os no game. Ben tem motivos para uma transferência quase total de sua vida à atmosfera do jogo, considerando que o autismo por si só já cria uma vida paralela, levando-o ao escapismo e à identificação com seu avatar. Além disso, o filme oferece subsídios para sugerir que o protagonista passa pelos três tipos de imersão propostos por Ermi e Mayra. Ao mesmo tempo em que se sente um herói vencendo todos os desafios, molda suas fantasias e se refugia em seu avatar.

METODOLOGIA: A metodologia adotada é a dialética, no sentido de criar um diálogo entre o cinema e os games. Os elementos de ambos estão relacionados e não se pode dizer que sejam contraditórios. O uso de técnica de “machinata” serve para acompanhar mais intensamente a mente do protagonista, cuja síndrome

de Asperger o leva a refugiar-se nas estratégias do game, onde seu desempenho atinge o nível máximo.

REFERENCIAL TEÓRICO: Para o primeiro objetivo, usarei os conceitos de Vicente Gosciola e de Johan Huizinga, no sentido de uma análise das narrativas híbridas de filme-game e da representação das estratégias em ambos os universos. Para o segundo objetivo, usarei resultados de fatos médicos que comprovam a eficácia do game nos tratamentos a pacientes com depressão ou autismo. Para o terceiro objetivo, ou seja, os procedimentos de imersão representados no filme, usarei o diagrama descrito por Ermi e Mayra. Além disso, usarei conceitos de Jesper Jull e Sherry Turkle, para exemplificar a adaptação do universo de games ao fílmico expressando a significância da representação em ambas as esferas.

Palavra-chave: cinema; game; interfaces.

GESTÃO DE CUSTOS EMPRESARIAIS: UM ESTUDO NAS EMPRESAS DA REGIÃO METROPOLITANA DE CURITIBA

Cleonice Bastos Pompermayer - Unifae
Jocelino Donizetti Teodoro - Unifae

O atual ambiente econômico, caracterizado pela acirrada concorrência entre as entidades empresariais, tem exigido destas a constante busca pela vantagem competitiva como pré-requisito para a eficácia empresarial e, conseqüentemente, para a viabilidade quanto à continuidade das organizações. Um dos elementos amplamente explorados com base nesta necessidade trata-se dos custos, que podem ser gerenciados sob uma ótica mais estratégica, com objetivo de tradução e alocação precisa de sua ocorrência nas atividades que os geraram, para que seja possível a tomada de decisões em bases sólidas, bem como a identificação da cadeia de valor da entidade, ou podem ser gerenciados sob uma ótica mais tradicional e conservadora, objetivando simplesmente o controle destes para atender às exigências fiscais. Porém, observa-se que, quando da implantação de um novo sistema de gestão de custos, as empresas normalmente se deparam com algumas dificuldades, tais como: questões conceituais inerentes a custos; a correta conceituação de custos; utilização de informações de custos como ferramenta para gerenciamento estratégico e conhecimento ou compreensão dos métodos e sistemas de custos disponíveis; definição dos objetivos inerentes à implantação do sistema de custo, e dificuldades enfrentadas na implantação. A importância atribuída atualmente pelas entidades empresariais aos custos, quando da manutenção da competitividade e principalmente em relação à sobrevivência no atual contexto econômico, deixa em evidência o questionamento sobre a forma que estas empresas têm utilizado os sistemas de gerenciamento de custos preconizados na literatura, destacando se estes são utilizados sob um enfoque mais voltado ao simples controle (corrente tradicional) ou ao gerenciamento estratégico (corrente estratégica). Este estudo busca apresentar um estudo em empresas localizadas na Região Metropolitana de Curitiba, focalizando os principais métodos teóricos de custeios adotados por estas na gestão de seus custos. Desta forma, o presente artigo apresenta um estudo desenvolvido num conjunto de 22 (vinte e duas empresas) localizadas na Região Metropolitana de Curitiba, pertencentes ao ramo de comércio, indústria e serviços, sobre os seus métodos de custeios utilizados no que tange ao gerenciamento e gestão de custos desenvolvidos nos últimos anos. Nove delas são caracterizadas por

empresas de médio porte e treze por empresas de Grande Porte, conforme os critérios de classificação de porte adotado pelo SEBRAE. Além disso, com relação ao ramo de atuação, quinze são caracterizadas como indústrias, duas são prestadoras de serviços, e cinco são caracterizados por comércios. Os dados necessários para a execução do estudo foram coletados in loco por meio de entrevistas junto ao pessoal encarregado e responsável pela condução dos sistemas de custos nas empresas. Os procedimentos metodológicos para atingir o objetivo inicial do estudo deram-se por meio de uma entrevista no ambiente interno das empresas onde se abordou, a partir da existência de um sistema de gestão de custos, algumas questões sobre o tempo de funcionalidade, os métodos de custeio utilizados e as informações obtidas através da adoção de tais métodos. Em seguida, realizou-se uma comparação destes dados com as informações do Quadro 1 – Resumo dos Sistemas de Custeio e Informações Resultantes apresentado no referencial teórico. Assim, a análise dos dados coletados ocorreu em função de uma comparação entre um portfólio de informações gerado pela adoção dos métodos de custeio, e as respostas obtidas junto às empresas. O artigo encontra-se estruturado, inicialmente, abordando o referencial teórico, para identificar as correntes de custeios distintas, no que se refere aos métodos de gestão tradicional e estratégica de custos. Em seguida, focalizam-se os aspectos referentes a procedimentos

metodológicos adotados para análise dos dados, seguida das características gerais das empresas e os resultados obtidos no estudo. Observou-se, como resultado do estudo, que grande parte das empresas possui um sistema vigente há mais de 52 meses, sendo, desta forma, um sistema consolidado para fins de atendimento das necessidades do cotidiano. Com relação à informação sobre os métodos de custeio mais utilizados pelas empresas, foi aberto a elas a possibilidade de responderem sobre a utilização de mais de um método. A maioria das empresas pesquisadas afirmou utilizar o método de custeio por absorção, enquanto que, em relação ao gerenciamento dos custos em um enfoque mais estratégico, a maior representatividade foi em relação ao Custeio Baseado em Atividades, mas com pouca representatividade no contexto geral. Sobre as informações possíveis de serem obtidas através dos métodos de custeio empregados, buscou-se estabelecer uma relação entre o número de empresas que se utiliza de cada método, as informações que estas empresas afirmaram extrair a partir da aplicação destes métodos, e as informações efetivamente possíveis de serem obtidas a partir da aplicação destes, de acordo com a teoria sobre o assunto. Através deste questionamento para com as empresas, observou-se que todas as empresas que afirmaram a utilização dos métodos de custeio por Ordem de Produção e por Unidade de Esforço de Produção são capazes de obter informações sobre os “custos de cada produto ou serviço”,

informação esta perfeitamente possível de se obter a partir destes métodos. Destacam-se também as empresas que informaram a utilização do método de custo padrão, onde a maioria destas afirmaram obter informações de “identificação os padrões de comportamento dos custos”. Com relação às informações que as empresas disseram ter, a partir da utilização dos sistemas de custos sobre um enfoque estratégico, obteve-se pouca representatividade das empresas pesquisadas. A única relação observada entre as informações originadas pelo sistema de custos e o método de custeio foi com base no Custeio Baseado em Atividades, embora os números observados não tenham sido representativos, uma vez que apenas 3 das 5 empresas que afirmaram utilizar o ABC apontaram as informações que efetivamente se obtém através da aplicação deste método, que seriam “a identificação das linhas de produtos que mais influenciam nos lucros” e “avaliação de desempenho e melhoria contínua”. Para os demais métodos de custeio de cunho estratégico (Custo-alvo, Custo Kaizen e outros), embora algumas empresas afirmem utilizar estes métodos, não foi indicada a apuração de informações possíveis através da aplicação destes sistemas. Por fim, com base nos resultados obtidos, observa-se que a grande maioria das empresas tem preferência pela utilização de métodos de custeio voltados à corrente tradicional, focalizando o uso dos sistemas de custos voltado ao

controle de sua ocorrência e para o atendimento das exigências legais. Faz-se esta afirmativa uma vez que se observa o número consideravelmente superior de empresas que afirmam utilizar os sistemas de custeio tradicionais, em relação aos sistemas de custeio estratégicos, corroborando com as informações possíveis de se obter dos sistemas de custeio vigentes nas empresas, uma vez que estas demonstraram obter informações inerentes aos sistemas de custeio tradicionais em nível superior. Notou-se, pois, uma situação controversa às novas exigências mercadológicas, uma vez que, como já evidenciado, as empresas têm apresentado considerável preocupação em relação aos itens de custos para a manutenção da competitividade e, por outro lado, utiliza-se de ferramentas de gerenciamento de custos voltadas ao simples controle para atendimento das exigências legais. Considerando que a redução de custos trata-se do principal eixo norteador da Gestão Estratégica de Custos, redução esta fundamentada na manutenção da cadeia de valor da empresa, pode-se afirmar a possível obtenção de resultados interessantes, caso as entidades promovessem a utilização dos métodos de gerenciamento estratégico de custos, uma vez que a preocupação em relação aos níveis destes gastos pode ser facilmente observada atualmente nas entidades.

Palavras-chave: gestão de custos; corrente tradicional/estratégico; Região Metropolitana de Curitiba.

ÍNDICES SOCIAIS DE VALOR: MASS MEDIA, LINGUAGEM E ENVELHECIMENTO

Denise Regina Stacheski - UTP

Giselle Aparecida Athayde Massi - UTP

INTRODUÇÃO: O resumo estendido Índices Sociais de Valor: Mass Media, Linguagem e Envelhecimento é resultado de estudo/pesquisa interdisciplinar entre as áreas de saúde e de comunicação desenvolvido nas leituras, nas análises e nas disciplinas do Programa de Mestrado e de Doutorado em Distúrbios da Comunicação, na linha de pesquisa: Fonoaudiologia e Processos de Linguagem, da Universidade Tuiuti do Paraná. O tema é de interesse tanto dos profissionais da saúde – como fonoaudiólogos e psicólogos, que trabalham com a linguagem dos sujeitos e sua subjetividade. Como aos profissionais de comunicação social que trabalham com a mídia e que através de seus instrumentos realizam grande interferência nas representações sociais dos sujeitos. Os fios entrelaçados, entre as áreas destacadas, demonstram a necessidade de um trabalho complexo e em conjunto para que novas construções e significações sobre o envelhecimento sejam contempladas na sociedade em que vivemos. Valorizar o idoso e o seu papel cidadão, ofertando canais para “ouvir a sua voz”, é um trabalho de conscientização e de responsabilidade social. Nessa busca, foram utilizados vários autores, entre eles teóricos que trabalham a constituição dos sujeitos pela linguagem, a partir do social, como Bakhtin (1997); autores que trabalham com a temática do envelhecimento como Debert (1999) e Papaleo Netto (2007); e autores que trabalham com as teorias dos mass media, como Santaella (2001) e Wolf (1987). Objetivo: Este artigo tem como objetivo discorrer sobre os valores sociais construídos a respeito do envelhecimento por meio da relação sócio-histórica da linguagem dos mass media (meios de comunicação de massa) com os sujeitos sociais. Atividades gerais desenvolvidas: Para o desenvolvimento dessa pesquisa foi realizado um levantamento teórico e bibliográfico do tema, a partir do viés da saúde, da linguagem e da comunicação. Também foi executada uma análise discursiva de notícias publicadas sobre o envelhecimento no ano de 2008, no jornal Gazeta do Povo, conforme explicitado na metodologia. Seguem alguns pontos da fundamentação teórica trabalhados. O referencial teórico parte do pressuposto que toda ação humana precede de uma interação social. Que a linguagem é constitutiva do sujeito, por meio de suas relações com o seu mundo. Desde pequena, a criança adquire sua linguagem, percebendo e interagindo com o outro. Uma construção de significados de mundo, e de valores, em conjunto entre os sujeitos e o ambiente social. Ao contrário das teorias behavioristas ou inatistas de linguagem, a teoria sócio-histórica

argumenta que as concepções de mundo e de linguagem partem da prática discursiva entre as ideologias sociais existentes. Bakhtin (1997, pág. 35) diz que “a consciência individual é um fato sócio-ideológico” e que “todo signo é ideológico por natureza”. Assim, a consciência dos indivíduos adquire forma e existência a partir de signos e significações criados por um grupo organizado dentro de suas práticas sociais. Para Bakhtin (1998), essa produção e interpretação de significados é, justamente, o que constitui a linguagem. A situação experienciada em cada contexto social exige dos sujeitos uma determinada estrutura da enunciação, implicando, sempre, um momento ideológico existente. O ato da fala e os discursos produzidos estão carregados de conteúdos ou de sentidos ideológicos ou vivenciais – presentes. Por meio desses repertórios e de suas significações os sujeitos se constituem, se refletem e se refratam (Bakhtin, 1997). Os indivíduos utilizam as estratégias lingüísticas para que se tornem “um signo adequado às condições de uma situação concreta dada” (Bakhtin, 1997, pág. 93) – para que o outro, o interlocutor, compreenda, intervenha e faça sua réplica. Eis o diálogo, a interação verbal. A criação ideológica, para a teoria sócio-histórica da linguagem, não pode ser reduzida em sua superfície empírica, nem limitada a uma consciência individual. E, sim, sempre, social e histórica. Os índices sociais de valor se referem aos valores axiológicos/culturais de cada grupo social. Uma configuração hierarquizada de valores humanos. A

valorização dos fatos e coisas do mundo a partir dos contextos individuais e sociais. Segundo Bakhtin (1997), assim como as interações sociais, o interindividualismo também está presente na construção axiológica dos sujeitos, por este motivo, existem múltiplas e heterogêneas formas de compreensão das enunciações realizadas. Da mesma maneira que o sujeito não tem em si a origem de seu discurso, ele, também, se faz responsivo na medida em que participa atribuindo significado à enunciação recebida. Um processo social de construção da linguagem e dos índices sociais de valor dos fatos do mundo. Outro ponto levantado na pesquisa é o envelhecimento da população mundial. Fato comprovado por várias estatísticas já apresentadas por estudos acadêmicos e demais referências. Os trabalhos e projetos desenvolvidos no Brasil para essa parcela populacional estão voltados, em sua maioria, a uma análise quantitativa/estatística ou para questões de prevenção de doenças advindas da idade avançada. Ainda trabalhado como um fato negativo e homogêneo, o envelhecimento é percebido como um problema pelas pessoas, que refletem e refratam os índices sociais de valor existentes na sociedade em geral. Poucas práticas estão sendo aplicadas pelos órgãos públicos responsáveis para que se busque uma maior qualidade de vida ao idoso brasileiro, principalmente sobre os aspectos subjetivos e de valorização do envelhecer. Destaca-se que as campanhas de saúde lançadas e trabalhadas pelos órgãos responsáveis a esse segmento populacional estão

umentando quantitativamente, mas, em sua grande maioria, planejadas pelo viés de prevenção das doenças advindas do envelhecimento e não voltadas à promoção da saúde, à promoção do envelhecimento. A velhice, no imaginário social, caminha ao lado dessa definição e se constitui de tristezas, de fraquezas e de debilitações físicas, emocionais e psicológicas. Essa concepção começa a aparecer a partir da segunda metade do século XIX, segundo Debert (1999). A velhice começou a ser tratada como decadente e foi caracterizada pela ausência de papel social. Idosos não-ativos socialmente dentro de uma sociedade capitalista, onde os modos econômicos de produção exigem uma atuação direta dos sujeitos na produção em massa. Porém, a autora argumenta que, nos últimos anos, o discurso em relação aos idosos vem, gradativamente, sofrendo modificações, na sociedade. Não sendo mais o idoso um excluído, até mesmo, em discursos políticos. Debert (1999) questiona as razões para essas mudanças discursivas e, até mesmo, questiona sobre a responsabilidade individual que a sociedade está impondo a cada sujeito frente a sua possibilidade de envelhecer de forma saudável. Os sujeitos devem controlar seu corpo e se responsabilizar por suas decadências físicas – retirando dos âmbitos sociais e, por aí, das políticas públicas, a obrigação de lidar com a população idosa. Vale ressaltar que não se pode generalizar e homogeneizar o processo de envelhecimento de forma negativa – ou - apenas – a partir dos conceitos de perdas das funções

biológicas. Para cada sujeito, dependendo de seus contextos sócio-culturais, a velhice pode corresponder a valores positivos e satisfatórios. A concepção do envelhecimento depende do contexto social e histórico, da hierarquização de valores, e do lugar que o idoso ocupa na classificação valorativa da sociedade. Esses índices sociais de valor serão os responsáveis por construir as representações e sentimentos do envelhecimento. Um dos canais da sociedade para a construção das representações sociais, por meio da linguagem, trata-se de os mass media. Os meios de comunicação e seus profissionais utilizam as palavras como matéria-prima primordial às suas funções. A partir de seus discursos e interações, a sociedade reflete e refrata suas representações dos fatos e coisas do mundo. Por meio de estruturas verbais e não-verbais, a construção discursiva dos produtos midiáticos interfere na sociedade e nos indivíduos que a compõem. Os mass media se encontram no campo ideológico, assim como a educação, a psicologia, a política, a ideologia social entre outros. Por isso, verificar a importância dos meios de comunicação como constituintes dos índices sociais de valor, se torna fundamental. De acordo com Bakhtin (1997) “na realidade, não são palavras o que pronunciamos ou escutamos, mas verdades ou mentiras, coisas boas ou más, importantes ou triviais, agradáveis ou desagradáveis, etc. A palavra está sempre carregada de um conteúdo ou de um sentido ideológico ou vivencial” (p. 95). Os

meios de comunicação também são os locutores dessas verdades ou mentiras, coisas boas ou más e etc. As palavras e os discursos dos mass media penetram em todas as relações sociais, “nas relações de colaboração, nas de base ideológica, nos encontros fortuitos da vida cotidiana, nas relações de caráter político, etc. As palavras são tecidas a partir de uma multidão de fios ideológicos e servem de trama a todas as relações sociais em todos os domínios” (Bakhtin, 1997, p. 4). Para Wolf (1987), importante teórico na Comunicação Social, os meios de comunicação desempenham uma função importante, na medida em que agem como elementos ativos da mesma estrutura coletiva/social, das definições e modos de vida de um grupo determinado. Portanto, as palavras e os discursos dos mass media são refletidos e refratados já em sua produção, a partir da linguagem sócio-histórica presente. Segundo Santaella (2001), os meios de comunicação moldam a organização social porque são estruturadores das relações espaço-temporais às quais o pensamento e a sensibilidade do ser humano se conforma. E, se confronta (Bakhtin, 1997). Os mass media são responsáveis por divulgar e medir os fatos cotidianos de uma sociedade. Um agente social, uma base no processo de linguagem histórico-social de um grupo organizado. Através da agenda realizada pelos meios de comunicação de massa, os sujeitos sociais constroem, em grande parte, seus índices valorativos sobre os assuntos presentes na mídia, de acordo com

as enunciações realizadas. Não só percebem o outro, o externo, como, também, percebem as suas próprias características subjetivas e se estereotipam frente às representações apresentadas. Mas, é importante salientar que o sujeito não é completamente passivo nesse jogo das palavras ideológicas. A internalização da cultura não é simplesmente imitativa do entorno, existe todo um ativo e sistemático (contínuo) processo de re-significação. É possível que novos significados sejam construídos por meio da linguagem e dos contextos sociais. Os significados se constituem de experiências anteriores já fortalecidas, discursos que ecoam para a significação momentânea. Sujeitos responsivos na medida em que conferem a determinados enunciados, determinados significados e que possibilitam novas interpretações. Os mass media, na maioria de seus enunciados, ainda apresentam os idosos e o processo de envelhecimento como fatores negativos a sociedade. Apesar de insistir em alguns discursos sobre a “pró-atividade” dos idosos, permanece o índice de valor social voltado a dependência econômica, a percepção do envelhecimento como problema familiar e social – a partir de seu papel não-ativo na sociedade. O campo econômico, a infra-estrutura bakhtiniana, começa a se modificar frente às estruturas familiares. Nos últimos três anos, a partir de 2006, a questão do envelhecimento e de questões relacionadas com os idosos entraram na agenda setting dos mass media brasileiros. Basta verificar o aumento de produção

jornalística a respeito do tema, em todo o país: Editorias específicas; Cadernos jornalísticos exclusivos; Programas de televisão dirigidos. Porém, para Debert (1997) a imagem da terceira idade produzida pela mídia não tem dado instrumentos para lidar com problemas físicos e emocionais dos mais velhos. São mensagens que afloram e abordam mercadologicamente um público-alvo consumidor. Mas, e a voz dessa população? Seus conhecimentos? E sua qualidade vida social? E sua cidadania? Seu papel social? Será que essa mudança no campo econômico afetará, também, a esses aspectos? Debert (1997) alerta para o fato de que o sucesso surpreendente das iniciativas voltadas para a terceira idade é proporcional à precariedade dos mecanismos de que dispomos para lidar com os problemas da velhice avançada. Metodologia: O corpus foi retirado do jornal Gazeta do Povo, disponibilizado no endereço eletrônico – www.gazetadopovo.com.br, contemplando matérias jornalísticas publicadas, no período de 01/01/2008 a 31/12/2008. Para se obter as notícias relacionadas à temática, foi utilizado o sistema de busca disponível no sítio do jornal, com as seguintes palavras: envelhecimento, idosos e terceira idade. Dessa busca, mais de 900 resultados gerais foram encontrados. Após leitura das reportagens, foram selecionadas 2 editorias, para a triagem, que mais apresentaram o tema pesquisado: Vida e Cidadania e Viver Bem. Das notícias restantes, 74 foram escolhidas a partir dos seguintes critérios: o tema estar vinculado

ao envelhecimento humano, estar vinculado à promoção da saúde do idoso (sua participação social) e à prevenção da doença do idoso. As 74 notícias foram analisadas discursivamente sobre seu conteúdo, tomando por base a noção de discurso dialogicamente constituído conforme BAKHTIN(1997). Para esta pesquisa, foram selecionadas, aleatoriamente, 10 notícias publicadas sobre o tema para a discussão. Resultados: Estratégias de gestão pública devem ser planejadas para que esse segmento populacional encontre voz na sociedade, uma busca de re-significação de cidadania aos idosos. Ao se constituírem como problemas sociais, os próprios idosos se percebem como tal. Outra citação de Bakhtin, citada por FARACO (2005, pág. 43) reflete essa angústia: “o que ocorre, de fato, é que quando me olho no espelho, em meus olhos no espelho não vejo o mundo com meus próprios olhos e desde o meu interior; vejo a mim mesmo com os olhos do mundo – estou possuído pelo outro”. O idoso percebe a si mesmo, pelos olhos sociais que encontra. Como caminhar para o envelhecimento populacional com uma imagem social tão fragilizada. A velhice não é um processo homogêneo. Cada idoso parte de suas experiências anteriores e de suas vozes sociais. Mas, é necessário elevar hierarquicamente a valorização do idoso. Um dos pilares para fortalecer os índices sociais de valor do envelhecimento é conscientizar a população e, por sua vez, os mass media da importância de multiplicar iniciativas para a

população idosa no sentido de realçar sua autonomia, suas experiências de vida, sua memória, sua história e sua posição social. Um círculo discursivo para que novas significações e novas enunciações sejam construídas frente ao envelhecimento. Uma interligação entre a realidade sócio-histórica e a linguagem midiática para que os sujeitos e - principalmente, os idosos, confiem e acreditem positivamente em seu papel social. As notícias selecionadas, aleatoriamente, no *Jornal Gazeta do Povo*, no ano de 2008, relacionadas ao tema do envelhecimento, dos idosos e da terceira idade, demonstraram conteúdos que abrangem os dois modelos de percepção do envelhecimento. O primeiro modelo corresponde à idéia de que existe uma perda nas funções fisiológicas, no aumento das debilidades físicas e emocionais. Também coloca, de forma isolada, a responsabilidade do envelhecimento saudável nos idosos. Os conteúdos, em sua maioria, abordam

questões que giram em torno de dois aspectos: a prevenção da doença e a promoção de saúde, sendo que questões relativas a prevenção são mais exploradas. O tema do envelhecimento está cada vez mais presente na agenda da mídia impressa. Porém, é importante perceber que das 10 (dez) notícias aleatoriamente pesquisadas, 8 (oito) tratam o tema a respeito da prevenção da doença e apenas duas (2) a respeito da promoção da saúde. O fato é que o aumento considerável do tema demonstra a importância de mobilizar, argumentar o assunto para que novas políticas públicas sejam instauradas em busca de uma melhor qualidade de vida para essa parcela da população e uma nova visão frente ao envelhecimento seja absorvida culturalmente em nosso país.

Palavras-chaves: envelhecimento, linguagem, mass media.

PRÁXIS DE TRANSDISCIPLINARIEDADE NA UNIVERSIDADE TUIUTI DO PARANÁ POR MEIO DE REDES SOCIAIS NA WEB

Denise Regina Stacheski - UTP

INTRODUÇÃO: Grandes reflexões se desenvolvem nas Universidades brasileiras frente às mudanças sociais, econômicas e culturais advindas da globalização e dos conceitos da era planetária (MORIN, 2002). O avanço do conhecimento científico, das novas aplicações das tecnologias de informação e comunicação (TIC), do poder tecnológico emergido nas Instituições de Ensino Superior, exige uma reformulação nos paradigmas educacionais frente aos novos contextos da humanidade. A reforma do pensamento universitário e as discussões sobre a formação de professores na academia, e no espaço onde acontece a ação docente, são necessárias para que as instituições de ensino consigam viabilizar e permitir o emprego total da inteligência dos sujeitos sociais (MORIN, 2002). Dentro das Universidades, e nos demais níveis educacionais, alternativas de estruturação do “saber escolar” e do “saber sistematizado” (SAVIANI, 2007), de gestão, de formação do professor, tem de ser re-planejadas. A busca pelo pensamento complexo, que capte as relações, as inter-relações, as implicações mútuas, os fenômenos multidimensionais e a visão holística das estruturas societárias (MORIN, 2002). No ensino superior, essa inter-relação pode ser fomentada por meio da transdisciplinariedade dos cursos de graduação. Como caminho para favorecer práticas pedagógicas, na Universidade, que vertam a potencializar a transdisciplinariedade entre as áreas do conhecimento, está presente a teoria pedagógico-comunicacional, a pedagogia da comunicação (PORTO, 2000) - que compreende a prática pedagógica como um ato comunicativo e integrador, promovendo a aprendizagem pelos meios de comunicação. Nesta pesquisa, os meios de comunicação a serem investigados são as redes de comunicação e as redes sociais, mediadas por tecnologias. Segundo CAPRA (1996), redes sociais são redes de comunicação (interconexões) que envolvem a linguagem simbólica (elementos representativos), os limites culturais (contextos vivenciados) e as relações de poder inseridos no grupo. As redes sociais podem se tornar redes de aprendizagem dentro das práticas pedagógicas. Importante destacar os problemas formulados para o início da pesquisa, entre eles estão: como a formação dos professores está sendo trabalhada, hoje, nas Universidades, a partir da inter-relação entre as áreas de Educação (Licenciaturas), Comunicação Social e Ciência da Computação (Bacharelados)? Como fomentar a práxis por meio da interdependência entre essas ciências através das redes sociais de aprendizagem?

OBJETIVO: Viabilizar uma comunicação com base na transdisciplinariedade universitária. Também, possibilitar que os indivíduos contextualizem suas percepções e representações por meio do todo, respeitando as diversidades – mas, percebendo as várias ligações entre as idéias, as ciências, os modelos etc. Como objetivos específicos, entender a práxis da inter-relação entre as áreas de Educação, Comunicação Social e Ciência da Computação. Instigar e desenvolver caminhos para a transdisciplinariedade por meio das redes sociais mediadas tecnologicamente. Trabalhar os conceitos de transdisciplinariedade, complexidade e educomunicação na Universidade Tuiuti do Paraná. Atividades gerais desenvolvidas: Já foi realizada pela pesquisadora uma pesquisa teórica, bibliográfica, a respeito do tema. Este estudo teórico rendeu a publicação de um artigo sobre a pesquisa nos anais do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, INTERCOM SUL, realizado em Blumenau / Santa Catarina, em maio de 2009. A pesquisadora também realizou uma análise preliminar das ementas dos cursos especificados para que, em seguida, se desenvolva de forma mais eficaz uma proposta de transdisciplinariedade entre as áreas de conhecimento selecionadas. Seguem alguns pontos da fundamentação teórica já trabalhados. A práxis da transdisciplinariedade e os fundamentos do paradigma da complexidade ainda são embrionários nas Universidades brasileiras. Os contextos estabelecidos por essas teorias são de

fundamental importância para que os cidadãos de hoje, e os de amanhã, sejam capazes de enfrentar os problemas de seu tempo (MORIN, 2002, p.24). Não há muitas propostas de interações mútuas (PRIMO, 2007), de pesquisas e projetos colaborativos (ANDRE, 2008), de transdisciplinariedade entre as áreas do conhecimento, de questões e práticas a serem construídas a partir de um pensamento complexo, de um todo. Métodos coletivos de aprendizagem e de formatação de grupos reflexivos no ensino superior permanecem submetidos a um paradigma conservador de ensino. Grandes resistências ainda se encontram na narrativa e na cultura pedagógica do professor universitário. É muito mais fácil observar culturas de ensino que levam o aluno a aumentar e a aprimorar somente conhecimentos (escolas conteudistas) do que culturas que “dão ênfase à formação de alunos – ensinando-lhes – notadamente, valores e atitudes considerados positivos na orientação da conduta” (DAVIS, NUNES e NUNES, 2005, p. 207). Por outro lado, também, há uma série de dispositivos que impulsionam o professor do ensino superior a utilizar meios tecnológicos, as próprias redes de comunicação, em seu planejamento de aula – porém, muitas vezes, sem direcionamento para práticas do pensamento complexo, reflexivo, transdisciplinar. Esta abordagem remete a dispositivos discursivos (errôneos) - da prática educacional – que percebem as tecnologias de comunicação e informação como “soluções mágicas”

para os problemas existentes. Segundo MOREIRA e KRAMER (2007, p.1038), “a aura de magia que as envolve (TIC) evidencia sua fetichização (...) em síntese, é como se os objetos técnicos pudessem, por um passe de mágica, garantir qualidade na educação”. Alguns professores universitários, inclusive, frente a essa ilusão mágica, estão se tornando, muitas vezes, escravos da tecnologia - causando, assim, um esvaziamento do trabalho docente. O desafio encontra-se em nossa capacidade criativa e de adaptação ao meio e às novas exigências. Em ultrapassar a simples presença da tecnologia e produzir diferenças significativas nos processos de aprendizagem com os novos recursos disponíveis. Partindo de simples questões: Onde? Para quê? Para quem? Utilizar as tecnologias a favor de uma transdisciplinariedade entre as áreas do conhecimento, fomentando a religação do todo, do complexo. “A Universidade precisa superar-se para se encontrar a si própria” (MORIN, 2002, p.25). A participação, a intervenção, a bidirecionalidade, a multiplicidade de conexões são alguns termos que devem estar inseridos na prática pedagógica universitária (SILVA, 2001). Ações que são facilitadas pelo fortalecimento das redes de comunicação proporcionadas pelas TIC. O incentivo ao diálogo, à prática de discussão com as demais áreas do conhecimento, ao agir comunicativo de HABERMAS (1989) são ações que as redes sociais de aprendizagem potencializam com sua interação comunicacional. As linhas teóricas que embasam a

formação da transdisciplinariedade, do pensamento complexo e das redes sociais de aprendizagem são: MOARES (1997) quando coloca o paradigma emergente como a aliança entre as abordagens construtivista, interacionista, sociocultural e transcendente. Uma busca para atender os novos pressupostos exigidos pela “sociedade do conhecimento”. BEHRENS (1999) quando coloca a necessidade de uma visão da totalidade e da superação da reprodução para a produção do conhecimento. MORIN (1977, p.19), quando teoriza o paradigma da complexidade, defendendo a necessidade de se ter “um método capaz de articular aquilo que está separado e unir aquilo que está dissociado, capaz de detectar e não ocultar as ligações, as solidariedades, as implicações, as interdependências e as complexidades, recusando o discurso linear como ponto de partida e fim, e a simplificação abstrata”. O paradigma da complexidade estimula a comunicação, o diálogo colaborativo – ao invés da separação – dando uma visão geral das multidirecionalidades da realidade. CAPRA (1996) quando trabalha com a visão holística e com o paradigma ecológico, no qual o indivíduo se sente ligado ao cosmo como um todo. FREIRE (2006, p.38) quando, em seus textos, diz que: “a tarefa coerente do educador que pensa certo é, exercendo como ser humano a irrecusável prática de entender, desafiar o educando com quem se comunica e a quem se comunica, produzir sua compreensão do que vem sendo comunicado. Não há inteligibilidade que não seja comunicação e

intercomunicação e que não se funde na dialogicidade”. Em relação às modalidades de aprendizagem, via mediação tecnológica, se destaca SILVA (2001) quando caracteriza a modalidade interativa, sendo intuitiva – que conta com o inesperado, com o acaso, com as junções não lineares e com o ilógico (p. 76). A interatividade é embasada, de forma transdisciplinar por PRIMO (2007, p.40). Trabalhar “com” e “na” interatividade é o foco a ser seguido nas redes sociais de aprendizagem, prática pedagógica que vem sendo potencializada pela mediação tecnológica. Segundo PRIMO (2007, p.40) e SILVA (2001, p.105), essa interatividade deve ser embasada por três binômios: participação-intervenção, bidirecionalidade-hibridação e potencialidade-permutabilidade. A participação-intervenção possibilita que os receptores intervenham nos processos da comunicação, a bidirecionalidade-hibridação trata da “dissolução de fronteira, da mestiçagem e da fusão de suportes, linguagens e imagens” (PRIMO, 2007, p. 42) e o binômio de potencialidade-permutabilidade discute

“não só o armazenamento de grande quantidade de informação, mas também ampla liberdade para combiná-las (permutabilidade) e produzir narrativas possíveis (potencialidade)” (SILVA, 2001, p.137). Os três binômios se encaixam no planejamento de novas práticas didáticas – que possibilitem a transdisciplinariedade entre as áreas do conhecimento, a formação de uma rede social de aprendizagem reflexiva e crítica. Um modelo direcionado à comunicação, ao diálogo e não – apenas – à distribuição da informação – “à educação bancária”, como se referia FREIRE (2006). Resultados esperados: desenvolver uma proposta de rede social com o intuito de fomentar a transdisciplinariedade entre professores e alunos da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP), além de produzir artigos sobre o tema para publicação em outros meios pertinentes.

Palavras-chaves: transdisciplinariedade; ensino superior; redes sociais.