

Programa e resumos



Programa

Link sessão da manhã: <https://videoconf-colibri.zoom.us/j/84161284210>

9:15 Abertura

Magnífico Reitor da Universidade Fernando Pessoa, Prof. Doutor Salvato Trigo

Diretor da Faculdade de Ciências Humanas e Sociais da Universidade Fernando Pessoa, Prof. Doutor Pedro Reis

Coordenador da especialidade de Jornalismo e Estudos Mediáticos do doutoramento em Ciências da Informação e do doutoramento em Ciências da Comunicação da Faculdade de Ciências Humanas e Sociais da Universidade Fernando Pessoa, Prof. Doutor Jorge Pedro Sousa

10:00 O uso dos newsgames como ferramenta para desenvolvimento da literacia midiática digital

Cristiane Lindemann & Carolina Goettems de Oliveira Appel

10:20 O estado da arte das pesquisas acerca do Tik Tok e do jornalismo no Brasil: novos desafios práticos e teóricos

Cristiane Lindemann & Patrícia Regina Schuster

10:40 Revisão sistemática da literatura: jornalismo de dados e visualização de dados em pauta

Silvana Torquato Fernandes Alves & Marco Antonio Gehlen

11:00 O impacto do avanço tecnológico na linguagem do telejornalismo brasileiro

Luís Boaventura

11:20 O Sars-Cov-2 nas agências oficiais de notícias e o mapa das infeções: os casos de Portugal, Brasil e Espanha

Patrícia Weber & Ana Gabriela Nogueira

11:40 Manchetes, títulos e suas formas de expressão no jornal *O Estado de São Paulo* para persuasão e convencimento dos leitores

Aidil Soares Navarro

12:00 Lei de Acesso à Informação e investigação: um estudo com jornalistas em Imperatriz-MA

Matheus Lopes dos Santos & Marco Antônio Gehlen

12:20 Jornalismo, uma mercadoria aberta

Ana Cátia Ferreira

INTERVALO

Link sessão da tarde: <https://videoconf-colibri.zoom.us/j/81847215300>

15:00 Aruanas: a agenda ambiental pautada na ficção seriada brasileira

Adriana Pierre Coca & Jorgelene dos Santos Oliveira

15:20 Um livro é um ponto de partida: narrativas transmediáticas e a cultura participativa em *The Handmaid's Tale*

Rúben Filipe Sousa Ferreira

15:40 Influenciadores de viagens e seu papel no espaço público

Samanta Souza Fernandes

16:00 Perfil ibero-americano na história da Comunicação da Ciência, de Reis a Hernando e de Gleiser a Fiolhais

Leoní Serpa

16:20 Nomes e pronomes de autoras em textos acadêmicos: uma proposta de visibilização da produção científica feminina

Sandra Nodari

16:40 Baralhos e figurinhas: jogando com a materialidade e decolonialidade

Vinicius Souza

Resumos

O uso dos *newsgames* como ferramenta para desenvolvimento da literacia midiática digital

Cristiane Lindemann

Universidade Fernando Pessoa & Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc)

clindemann@unisc.br

Carolina Goettems de Oliveira Appel

Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc)

carolinagoa@gmail.com

Resumo

Este trabalho traz um olhar acerca do impacto que os recursos de interface, usabilidade e narrativa exercem sobre o desempenho potencial de *newsgames* enquanto formato jornalístico imersivo, bem como de que forma esses jogos se apresentam como ferramentas potenciais para práticas pedagógicas de professores com vistas a desenvolver competências e habilidades que favoreçam a literacia midiática digital. Para tanto, optamos pela abordagem qualitativa, a partir do mapeamento do estado da arte da literatura brasileira recente sobre *newsgames* e da adoção da Análise de Conteúdo como método de pesquisa, cuja amostragem compreendeu dois jogos – o brasileiro “Pule o Muro” e o britânico “The Uber Game” – em um universo de 68 *newsgames* mapeados. Os resultados obtidos sugerem que a exploração dos recursos de interface e *affordances* no desenvolvimento dos *newsgames* afeta diretamente a usabilidade, interpretação do conteúdo e experiência do usuário. Além disso, identificamos a imprescindibilidade do conhecimento específico em linguagens digitais e narrativas interativas entre profissionais desenvolvedores de jogos de notícias – não apenas no que concerne à jogabilidade ou experiência do leitor-usuário, mas também no que tange ao respeito a valores jornalísticos. Assim, para que sejam inseridos no contexto escolar de forma estratégica e eficiente, é fundamental que os docentes tenham domínio dos *newsgames*, o que envolve conhecimentos sobre o software, a linguagem verbal e não verbal e os múltiplos recursos comunicacionais presentes na narrativa. Consideramos que a literacia midiática digital faz parte da cultura contemporânea - e, de forma intensa, da vida dos chamados nativos digitais - o que evoca a necessidade de atualização dos profissionais da Educação para explorar os inúmeros recursos que o ambiente digital oferece, transformando-os em matéria-prima no processo de ensino e aprendizagem.

Palavras-chave

Newsgames; literacia midiática digital; Pule o Muro; The Uber Game; jornalismo imersivo.

O estado da arte das pesquisas acerca do Tik Tok e do jornalismo no Brasil: novos desafios práticos e teóricos

Cristiane Lindemann

Universidade Fernando Pessoa & Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc)

clindemann@unisc.br

Patrícia Regina Schuster

Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc)

pati.jornalista@gmail.com

Resumo

Esta comunicação tem por objetivo apresentar uma síntese do conhecimento sobre o tema Tik Tok e jornalismo no Brasil. O mapeamento do estado da arte será feito a partir do Banco de Teses e Dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), uma plataforma que congrega informações sobre teses e dissertações defendidas junto a programas de pós-graduação do país, além de disponibilizar informações estatísticas acerca deste tipo de produção intelectual. Com base nesses dados, aspiramos construir um ensaio crítico acerca desta aproximação, considerando o impacto das novas tecnologias e desta rede social, em específico, no campo do Jornalismo. Partimos do pressuposto de que este foi impactado, nas últimas duas décadas, por, pelo menos, “[...] três mudanças importantes: a migração do analógico para o digital, o advento de mídias sociais e, hoje, a primazia do mobile” (BELL; OWEN, 2017, p. 49). Neste cenário, as plataformas digitais assumem papel primordial, uma vez que refletem sobre as formas de produção, distribuição e consumo de conteúdos. São infraestruturas digitais baseadas em dados, organizadas por algoritmos e governadas por relações de propriedade, com normas e valores inscritos em suas arquiteturas (VAN DIJCK; POELL; DE WAAL, 2018; SRNICEK, 2016), que desencadeiam a chamada plataformação do Jornalismo, quando veículos passam a publicar conteúdos nas plataformas digitais, visando, sobretudo, fortalecer a interação com o público. Assim, torna-se impreterível discutir questões relacionadas à prática jornalística e também sobre a reestruturação de paradigmas teóricos que até então nortearam o campo.

Palavras-chave

Tik Tok; Jornalismo; estado da arte; plataformação; Brasil.

Revisão sistemática da literatura: jornalismo de dados e visualização de dados em pauta

Silvana Torquato Fernandes Alves

Universidade Fernando Pessoa

silvanatorquato@gmail.com

Marco Antonio Gehlen

Universidade Federal do Maranhão

gehlen.m@gmail.com

Resumo

O jornalismo de dados parte da premissa de descobrir histórias a partir dos dados, que junto com a visualização, ajudam o leitor a interpretar da melhor forma a informação. Para entender melhor sobre o tema, fizemos um mapeamento sistemático para categorizar uma grande quantidade de estudos existentes, apontando, dessa forma, as contribuições para o presente trabalho. Com isso, conseguimos identificar lacunas, e, também, oportunidades para novas pesquisas. Utilizamos a ferramenta Parsifal, que é on-line, e projetada para ajudar os pesquisadores na elaboração e entendimento das revisões sistemáticas da literatura. Ao final, buscamos extrair tudo que foi produzido sobre os temas “jornalismo de dados” e “visualização de dados” no Brasil e em Portugal.

Palavras-chave

Jornalismo de dados; visualização de dados; Brasil; Portugal; revisão de literatura.

O impacto do avanço tecnológico na linguagem do telejornalismo brasileiro

Luís Boaventura

Universidade Fernando Pessoa & Universidade Federal do Rio Grande do Norte

boaventura84@gmail.com

Resumo

No último dia do ano de 2019 a Organização Mundial de Saúde (OMS) foi comunicada de várias pessoas doentes com uma mutação de coronavírus ainda não identificada em seres humanos. Tudo acontecia na cidade de Wuhan, província de Hubei, na República Popular da China. Em 11 de fevereiro de 2020, o sétimo tipo de coronavírus estava nomeado: SARS-CoV-2, conhecido popularmente como novo coronavírus, que causa a doença Covid-19. Um mês depois, essa doença foi declarada como uma pandemia pela OMS. De um dia para o outro, e depois de 70 anos de práticas telejornalísticas no Brasil, “a pandemia modifica o que estava posto e altera inesperada e apressadamente as rotinas produtivas na maioria das redações brasileiras” (Boaventura & Nodari, 2020, p. 159). Essas mudanças no levaram a refletir sobre o quanto a tecnologia impacta no modo como os jornalistas. Por isso esse trabalho se dedica a fazer uma análise da linguagem desde sua inauguração em 1950 até 2020, e mostrar como é a adaptação às metamorfoses e incorporações o que o mundo digital tem a oferecer. Para tanto será feita uma revisão bibliográfica,

passando por trabalhos de McLuhan (1969); Maciel (1995); Rezende (2000); Silva (2011), Balan (2012), Paternostro (1999), Vizeu (2005), Souza (2020), Temer (2020), Curado (2002), Faxina & Gomes (2016), Boaventura & Nodari (2020). Como resultado espera-se apresentar as transformações causadas pelo avanço das tecnologias no noticiosos televisivos, pode-se ser comprovada a partir da vasta análise bibliográfica que cruzou dados da linguagem jornalística de um determinado período com a disponibilidade tecnológica daquela mesma época.

Palavras-chave

Jornalismo; telejornalismo; linguagem; tecnologia.

O Sars-Cov-2 nas agências oficiais de notícias e o mapa das infeções: os casos de Portugal, Brasil e Espanha

Patrícia Weber

Universidade Fernando Pessoa (UFP)

pweber@ufp.edu.pt

Ana Gabriela Nogueira

Universidade Fernando Pessoa (UFP) & Instituto de Comunicação da Nova (ICNOVA)

ana@ufp.edu.pt

Resumo

O vírus Sars-Cov-2 foi identificado na China em dezembro de 2019, mas foi a partir de 20 de janeiro do ano seguinte, momento em que a Organização Mundial da Saúde (OMS) classificou o surto como Emergência de Saúde Pública de Âmbito Internacional, que as notícias ganharam espaço a uma velocidade galopante nos principais títulos dos Media mundiais. Nas agências de notícias oficiais de Portugal (Lusa), Brasil (Agência Brasil) e Espanha (EFE), o problema de saúde pública passou a ser divulgado entre 09 e 11 de janeiro de 2020 e, até 27 de janeiro de 2022, mais de 120 mil títulos foram publicados, online, sobre a pandemia, nesses três serviços noticiosos estatais os quais, a partir deste cenário, serão o objeto de estudo da investigação proposta. Baseadas nesta pesquisa exploratória, pretende-se verificar dados quantitativos sobre estas publicações, bem como aspectos qualitativos das informações por elas difundidas. Como resultado, de modo a perceber que países mereceram esse destaque, pretende-se projetar um mapa dos seus agendamentos noticiosos e, paralelamente, quais os indicadores de conteúdo observados a partir dos títulos das suas publicações. Assim, retoma-se os estudos sobre as teorias da *Agenda Setting* e *Gatekeeper* (Maxwell McCombs & Donald Shaw, 1993; David Manning White, 1993; Stuart Hall, 1993; entre outros) para traçar o cenário proposto.

Palavras-chave

Covid-19; mundo; agenda setting; gatekeeping; agências noticiosas.

Manchetes, títulos e suas formas de expressão no jornal *O Estado de São Paulo* para persuasão e convencimento dos leitores

Aidil Soares Navarro

Universidade Fernando Pessoa (UFP)

aidil@abrangeursos.com.br

Resumo

O principal objetivo desse artigo é dirigir um olhar retórico sobre as manchetes nos jornais com fins persuasivos. A partir do estudo do sistema retórico sobre as quatro partes da retórica de Aristóteles: a *inventio*, a *dispositio*, a *elocutio* e a *actio* – partes fundamentais da retórica na organização do discurso, optamos por fazer um estudo da *inventio* visto ser o momento que o orador busca o que dizer em seu discurso. Selecionamos para estudo e análise manchetes da primeira página do jornal “O Estado de São Paulo”, publicado dia 24.01.22, mais especificamente as manchetes das seções “A10” que remete ao encarte de política (“Procuradores chegam a receber, em um mês, mais de 400 mil”) e a “B2” (“categorias que ganham mais puxam pressão por reajuste”) que aponta para o caderno de economia. Para a edificação do estudo o artigo se articula a partir dos seguintes tópicos: 1. Como são linguisticamente construídos os enunciados/leading, tipo de letras assim como as cores como recursos visuais para atrair o olhar do leitor sobre as manchetes; 2. O auditório como construção do orador; 3. Recursos extralinguísticos presentes nas manchetes. 4. Formas de comunicação humana para persuasão e convencimento. Para dar sustentação à proposta aqui apresentada artigo se apoia, principalmente, nas considerações teóricas dos livros “Leitura e persuasão – princípios da análise retórica”, Ferreira (2010); “Tratado de argumentação” (2000), de Perelman e Olbrechts-Tyteca (2000); “Discurso das mídias”, de Charaudeau P. (2018); “Introdução à retórica” (2004), de Reboul; “Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e dos media”, de Sousa (2006).

Palavras-chave:

Partes de retórica; persuasão; manchetes; jornal; auditório.

Lei de Acesso à Informação e investigação: um estudo com jornalistas em Imperatriz-MA

Matheus Lopes dos Santos

Universidade Federal do Maranhão

lopes-m@outlook.com

Marco Antônio Gehlen

Universidade Federal do Maranhão

marco.gehlen@ufma.br

Resumo

A prática do Jornalismo Investigativo, sua relação com a transparência pública e os conhecimentos que os jornalistas em Imperatriz-MA possuem sobre a Lei de Acesso à Informação (12.527/11) - enquanto ferramenta e base para investigações - são os pilares norteadores dessa pesquisa. O trabalho realizado entre outubro de 2020 e janeiro de 2021 entrevistou sete jornalistas da velha guarda e 83 jornalistas graduados, objetivando compreender o Jornalismo Investigativo no passado e na atualidade em Imperatriz-MA - a segunda maior cidade do estado do Maranhão, no Brasil. O estudo buscou traçar um paralelo sobre transparência e sua relevância para a investigação jornalística, desde o processo de apuração até a utilização de dados públicos nas pautas e reportagens. Concluiu-se, entretanto, que o Jornalismo Investigativo e a Lei de Acesso à Informação (LAI) enfrentam obstáculos, no município, em sua consolidação tanto a nível organizacional como profissional, conforme as análises feitas das entrevistas e dados levantados que apresentam controvérsias entre os profissionais sobre o que é o Jornalismo Investigativo, como colocá-lo em prática, as principais barreiras que incluem salário, profissionalização, recursos e interferência de interesses particulares, bem como o usufruto dos dados públicos por meio da LAI e conhecimentos a seu respeito que apresentaram-se pouco aprofundados.

Palavras-chave

Jornalismo investigativo; Lei de Acesso à Informação; dados públicos.

Jornalismo, uma mercadoria aberta

Ana Cátia Ferreira

Universidade Fernando Pessoa

ana.catia.ferreira@ufp.edu.pt

Resumo

Esta comunicação tem como propósito fazer uma incursão à (inde)definição do jornalismo de informação generalizado, para explorar a especificidade da sua complexidade enquanto mercadoria e em articulação à área da comunicação. São muitos os autores que ao longo da história contribuíram para o entendimento do que é o jornalismo, sem nunca se encontrar uma definição estanque, pois é unânime pensar-se que as mudanças constantes que compõem a história do jornalismo não permitem chegar a um conceito linear,

mas antes a um processo em aberto. O referencial teórico é sustentado pela questão de partida de Traquina: “O que é o jornalismo?”.

Para complementar a investigação empírica, é apresentada uma proposta metodológica com a aplicação de inquéritos a 50 jornalistas profissionais no ativo, dividido em quatro partes: 1. Elementos identificadores dos inquiridos; 2. Posição em torno das (in)definições do jornalismo; 3. Presente do jornalismo, tendo em conta a conotação de mercadoria sujeita ao mercado e aberta ao campo da comunicação; 4. Futuro do jornalismo, em relação às expectativas sobre como será definido e praticado e o seu papel na sociedade. A partir dos resultados dos inquéritos, é feita uma abordagem qualitativa para as seguintes hipóteses de trabalho: 1. O jornalismo é uma mercadoria que estará sempre aberta, devido à mercantilização do mundo e imperativos tecnológicos. 2. O jornalismo é diferente de outras formas de comunicação. 3. Os jornalistas percebem o jornalismo do futuro com perda de importância na sociedade. 4. O jornalismo aberto a especializações terá mais qualidade na informação.

Esta comunicação propõe ser um contributo teórico à reflexão sobre o jornalismo num presente inquietante e num futuro incerto e tem como base um tema estudado na elaboração da tese de doutoramento, que integra uma análise sobre o jornalismo especializado como uma das pistas para o futuro jornalístico.

Palavras-chave

Jornalismo; indefinição; mercadoria; transformações.

Aruanas: a agenda ambiental pautada na ficção seriada brasileira

Adriana Pierre Coca

Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e Universidade Federal de Goiás (UFG), pós-doutorado pela Universidade Fernando Pessoa (UFP).

pierrecoca@hotmail.com

Jorgelene dos Santos Oliveira

Universidade Federal do Oeste do Pará (UFOPA) e Universidade Fernando Pessoa (UFP).

lennesantos@yahoo.com.br

Resumo

A discussão problematiza como se constroem os sentidos sobre o meio ambiente na produção ficcional, observando a série brasileira *Aruanas* (TV Globo/2019), disponibilizada em plataformas de vídeo *on demand* em mais de 150 países e exibida, posteriormente, na TV aberta no Brasil e, também, no Canal Globo, em Portugal. Acreditamos que, embora a teleficção brasileira seja considerada “uma narrativa sobre a nação” (Lopes, 2003), sobretudo as novelas, o tema ambiental não é regular, mesmo pautando as discussões diárias dos telejornais. No entanto, partimos do pressuposto de que a série *Aruanas* se apresenta como uma irregularidade a essa premissa, porque propõe novos sentidos ao tratar da questão

ambiental no audiovisual, traduzindo problemas que se arrastam há anos na região amazônica e em sintonia com a realidade. A história conta a luta de três mulheres, ativistas, que trabalham em uma ONG (Organização não-governamental) e se deparam com crimes cometidos por uma mineradora. Traçamos um histórico das séries da emissora, sinalizando os enfoques sobre o meio ambiente e analisamos, pontualmente, como a primeira temporada de *Aruanas* faz esse “retrato/tradução”. O suporte teórico-metodológico basilar é a Semiótica da Cultura, a partir dos conceitos de Lotman (2013) sobre a constituição, rupturas e reterritorialização de sentidos. Os primeiros resultados da investigação sinalizam que *Aruanas* é uma narrativa enlaçada por rupturas de sentidos que traduzem de forma mais realista a Amazônia e seus povos, os povos da floresta, consequentemente os problemas ambientais vivenciados por eles. O método de análise é a seleção e análise de cenas atrelada à teoria da produção de sentidos, visando responder: O meio ambiente é mesmo um tema pouco abordado na ficção seriada do Brasil? Diante da emergência da crise ambiental no mundo, os sentidos propostos em *Aruanas* traduzem a realidade? E que papel essas produções podem exercer no cenário mundial?

Palavras-chave

Ficção seriada brasileira; agenda ambiental; Amazônia; produção de sentidos; *Aruanas*.

Um livro é um ponto de partida: narrativas transmediáticas e a cultura participativa em *The Handmaid's Tale*

Rúben Filipe Sousa Ferreira

Universidade Fernando Pessoa

36234@ufp.edu.pt

Resumo

A narrativa transmediática é uma estratégia que tem sido utilizada para a expansão e a reconfiguração do entretenimento em diversos géneros artísticos, uma vez que tem a capacidade de renovar o interesse dos fãs pela história, onde estes têm a possibilidade de construir a sua própria narrativa, criar e participar em canais de interação e de ativismo, desenvolvendo uma cultura participativa. Este conceito é utilizado por Jenkins que o define como sendo uma cultura em que os fãs e outros consumidores são convidados a participar na criação e na circulação de novos conteúdos.

O objetivo desta comunicação será analisar, comparar e apresentar semelhanças e dissemelhanças entre o livro *The Handmaid's Tale* e as adaptações transmediáticas (a banda desenhada, o filme, a série e a animação). A partir deste ponto, pretende-se perceber e demonstrar como é que as narrativas em estudo suscitam o aparecimento da cultura participativa e de que forma é que estas podem ter influência no atual cenário da comunicação e serem usadas na luta contra as minorias.

A leitura comparativa que irá ser feita para verificar se existe diferenças na adaptação do livro *The Handmaid's Tale* para as adaptações ocorrerá segundo um conjunto de separadores previamente

selecionados tais como: exploração dos cenários; descrição das personagens e apresentação dos episódios chave para a narrativa.

Quando é feito um filme baseado numa obra literária, a obra original sofre modificações, mas não quer dizer que perca a sua qualidade. *The Handmaid's Tale* é um romance distópico que quebra barreiras muito rígidas e fixas entre a realidade e a ficção, mostrando que a história ficcional consegue encontrar ecos no presente ou até projetar um futuro próximo.

Palavras-chave

Cinema; literatura; transmidialidade; *The Handmaid's Tale*; cultura participativa.

Influenciadores de viagens e seu papel no espaço público

Samanta Souza Fernandes

Universidade Fernando Pessoa (UFP) & Instituto de Comunicação da Nova (ICNOVA) & Fundação para Ciência e Tecnologia (FCT)

samantasf31@gmail.com

Resumo

À medida que os viajantes buscam cada vez mais a Internet para planejar e organizar suas viagens, as informações que consultam antes de confirmar qualquer reserva é cada vez mais digitalizada. Essa comunicação pretende divulgar o andamento da investigação sobre Viagens na blogosfera: um estudo dos principais blogues de viagens portugueses. Este estudo investiga a atuação dos blogueiros de viagens como influenciadores digitais, seu conceito e papel no espaço público. Ainda assim, busca observar a forma como os autores incorporam elementos do acervo cultural e social da literatura e do jornalismo de viagens nas suas narrativas de viagens e como transmitem as suas experiências particulares e necessariamente subjetivas ou mesmo críticas de viagens aos seus leitores. A investigação contribuiu, ainda, para entender as dinâmicas entre o mercado de viagens e turismo e os blogues que atuam no setor e para compreender o impacto da comunicação por meio destes dispositivos na criação de narrativas e imaginários sobre destinos turísticos portugueses, ponderando-se o seu valor potencial para a promoção de destinos turísticos. A metodologia combinou a análise estrutural e discursiva dos dez blogues de viagens portugueses selecionados com entrevistas aos blogueiros.

Palavras-chave

Jornalismo de viagens; blogues de viagens; turismo; *blogosfera*; *ciberjornalismo*.

Perfil ibero-americano na história da Comunicação da Ciência, de Reis a Hernando e de Gleiser a Fiolhais

Leoní Serpa

Universidade Fernando Pessoa (UFP), Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e Universidade Federal de Rondônia

leoniserpa@gmail.com

Resumo

Trata-se de um recorte histórico-biográfico que descreve o perfil de quatro comunicadores da ciência ibero-americanos a partir das suas atividades de divulgação da ciência. Configura-se numa apreciação histórica e ilustrativa em que a observação faz-se a partir de retalhos de realidades tendo como panorama o século XX e o atual, nos contextos do tempo presente. A apreciação é de componente inspiracional sobre as formas de fazer chegar ao público as descobertas da ciência, a partir de trabalhos pioneiros. Por outra perspectiva incide-se numa interpretação reflexiva sobre personagens que fizeram e fazem história ao responderem às demandas sociais do seu tempo. No século XX, os pesquisadores e comunicadores José Reis, Brasil e Manuel Calvo Hernando, Espanha. No presente século, os físicos e divulgadores da ciência, Carlos Fiolhais, em Portugal e Marcelo Gleiser, no Brasil. O aporte teórico/metodológico apoia-se nos conceitos da História Cultural e Pública, a partir da definição em: Barbosa (2016); Le Goff (1990); Burke (2011). Por estes pressupostos tem-se a possibilidade de resgatar biografias, daqueles que suscitam legados e podem vir a idealizar novos discursos no tempo presente.

Palavras-chave

Comunicação da Ciência; divulgadores ibero-americanos; perfil; história pública.

Nomes e pronomes de autoras em textos acadêmicos: uma proposta de visibilização da produção científica feminina

Sandra Nodari

Universidade Fernando Pessoa & Universidade Federal do Paraná

sandranodari@gmail.com

Resumo

Este ensaio quer apresentar formas de visibilização de autoras mulheres em textos acadêmicos. De partida, sabemos que mulheres publicam menos que homens. A pesquisa *Gender in the Global Research Landscape* demonstra que no mundo somente 28% das produções científicas têm mulheres como autoras (Elsevier, 2017). Mas será que o isolamento causado pelo coronavírus piorou este quadro? O projeto *Parent in Science* (2020) investigou de que forma docentes e estudantes de pós-graduação conduziram pesquisas em *home office*. Analisar os dados levantados por esta pesquisa e apresentar uma proposta de visibilização das autoras mulheres em artigos científicos são os objetivos deste trabalho.

Entre os dados, 15 mil cientistas detalharam o trabalho remoto no ano de 2020 e foi possível identificar que apenas 8% das mulheres e 18,3% dos homens consideraram trabalhar normalmente. Sobre prazos de submissão de trabalhos: enquanto 66,6% das mulheres (com filhos) não perderam prazos, 77,1% dos homens (com filhos) cumpriram os *deadlines*. Com relação a publicações, 47,4% das mulheres e 65,3% dos homens (com filhos) submeteram artigos científicos. As pesquisadoras negras (com ou sem filhos) e as brancas com filhos (principalmente com até 12 anos) tiveram a maior queda de produção de artigos.

Se publicar é mais difícil para mulheres, visibilizar as autoras nas publicações é outro desafio. As normas acadêmicas (ABNT, Harvard, AVA, APA) organizam referências bibliográficas pelo sobrenome de quem assina, muitas vezes, seguido apenas da primeira letra do prenome. Isso pode impedir quem lê o texto de saber se a autoria é de uma mulher ou de um homem. Então, nominar autoras por seus nomes completos no corpo dos textos serve para sabermos quantas são mulheres. Esta exigência é feita por algumas revistas como a Revista Estudos Feministas. Apresentar os nomes de mulheres autoras é uma forma combater o apagamento das intelectuais, principalmente, de países periféricos.

Palavras-chave

Autoras; gênero; feminismos; epistemologia feminista; mulheres.

Baralhos e figurinhas: jogando com a materialidade e decolonialidade

Vinicius Souza

Universidade Fernando Pessoa & Universidade de São Paulo & Universidade Federal de Mato Grosso

vgpsouza@uol.com.br

Resumo

O artigo faz parte do projeto de pesquisa “Quer que desenhe? A mudança do modo de pensamento tempo-histórico-linear para o mágico-imagético-circular”, iniciado em 2018 na Universidade Federal de Mato Grosso a partir, também, de pressupostos desenvolvidos durante o Doutorado Sanduíche na Universidade Fernando Pessoa, e que segue atualmente dentro do Programa de Pós-Doutoramento da Universidade de São Paulo. O projeto analisa, sob várias abordagens e epistemologias, os impactos da mudança na forma de pensamento da humanidade (FLUSSER, 2008, 2009) nos meios de comunicação e na sociedade. O texto ensaístico de revisão bibliográfica a ser apresentado nesta comunicação discute decolonialismo e representação de grupos subalternizados, em especial as mulheres negras, conforme as teorias de Said (2018), Gonzales (1984), Ribeiro (2017), Akotirene (2019), Davis (2019) e Santos (2008). Ele parte do desenvolvimento das linguagens complexas (desenhos e escrita) (HARARI, 2019; RIBEIRO, 2019; e NICOLELIS, 2020), passa pelas estratificações raciais, sociais e de gênero do capitalismo, colonialismo e patriarcado (SANTOS, 2004; e COGGIOLA, 2019) para apresentar exemplos atuais de produções em mídias físicas e digitais de e sobre heroínas negras brasileiras. Assim, veremos como a utilização de textos e imagens em mídia secundária, que pressupõe suporte físico (BAITELLO JÚNIOR, 2005), como livretos de

cordel, jogos de cartas e de figurinhas, pode ajudar a mudar estereótipos. Para tanto, usaremos, ainda, o conceito de *Homo Ludens* (FLUSSER, 1967) e a correlação entre realidades, dimensões e mídias conforme abordado em nossa tese de doutorado (SOUZA, 2016).

Palavras-chave

Decolonialismo; *Homo ludens*; feministas negras.