

**Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo
- SP, Brasil**

**Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e
Semiótica da PUC-SP (COS - PUC-SP)**

**Inovação e convergências tecnológicas em tempos de
hipermídia: perspectivas da produção de conhecimento
nos processos comunicacionais**

RESUMO

No contexto das intensas mediações computacionais e das convergências tecnológicas que presidem os processos comunicacionais da era contemporânea, o projeto tem como objetivo geral analisar o papel da linguagem da hipermídia na inovação e produção de conhecimento, considerando suas inter-relações com a cultura e a política. Como objetivos secundários, a pesquisa visa estabelecer perspectivas para o exame dos efeitos na cultura e na política, considerando seis diferentes perspectivas: 1. Os efeitos culturais e políticos da desinformação; 2. A produção de conhecimento em rede; 3. O percurso da cólera como sintoma nos enfrentamentos das disputas culturais em rede; 4. Diversidade socioeconômica e cultural na ordem midiática e redes sociais; 5. Diversidade de gênero; 6. Diversidade nas instituições e corporações privadas. A pesquisa está sediada no Programa de Pós Graduação em Comunicação e Semiótica da PUC-SP e cada um dos eixos de análise será coordenado por Professores que pertencem ao Corpo Docente Permanente do PPG. A fundamentação teórica é de natureza interdisciplinar e envolve: Greimas, Landovsky, Santaella, Lemos, Leão e Prado, entre outros. Como resultados esperados elencamos, entre outros: desenvolvimento de plataforma em hipermídia para documentação do processo e divulgação dos resultados obtidos, organização de evento científico, publicação de artigos e organização de uma coletânea.

Palavras-Chave: Inovação, hipermídia, produção de conhecimento, processos de comunicação, convergência tecnológica

Innovation and technological convergence in times of hypermedia: perspectives of knowledge production in communication processes

Abstract

In the context of the intense computational mediations and technological convergences that preside over the communication processes of the contemporary era, the project aims to analyze the role of the hypermedia language in innovation and knowledge production, considering its interrelationships with culture and politics. As secondary objectives, the research aims to establish perspectives for examining the effects on culture and politics, considering six different perspectives: 1. The cultural and political effects of disinformation; 2. The production of networked knowledge; 3. The path of cholera as a symptom in the confrontation of networked cultural disputes; 4. Socioeconomic and cultural diversity in the media order and social networks; 5. Gender diversity; 6. Diversity in private institutions and corporations. The research is based on the Postgraduate Program in Communication and Semiotics at PUC-SP and each of the axes of analysis will be coordinated by Professors who belong to the Permanent Faculty of PPG. The theoretical basis is interdisciplinary in nature and involves: Greimas, Landovsky, Santaella, Lemos, Leão and Prado, among others. As expected results we list, among others: development of a hypermedia platform for documenting the process and disseminating the results obtained, organizing a scientific event, publishing articles and organizing a book with a collection of papers.

Keywords: Innovation, hypermedia, knowledge production, communication processes, technological convergence

Introdução

Vivemos em plena era das mediações computacionais (LEMOS, 2020). Com o marco extraordinário da emergência de interfaces humano-computador inaugurado com a WWW no início dos anos 1990 (LEÃO, 1999), passamos a habitar realidades múltiplas, simultaneamente online e off-line, exercendo nossa capacidade da cibercepção (ASCOTT, 2001). Notável foi a explosão, na primeira década do milênio, das redes sociais, dos blogs e das wikis, quando o valor das redes passou a depender não apenas do hardware, ou mesmo do conteúdo veiculado, mas muito mais do modo como essas redes atraem a participação de comunidades sociais em larga escala, coletando e anotando dados para redes hipermidiáticas de usuários (SANTAELLA, 2016).

Na base dos processos comunicacionais em rede encontramos a hipermídia, uma linguagem que congrega imagens, textos, sons e vídeos que podem ser acessados a partir de links e associações de links, e permite novas formas de acesso, produção e interação nas redes comunicacionais digitais (LEÃO, 1999). A hipermídia se faz presente em ambientes e ecologias saturadas de tecnologias, especialmente depois que as mídias móveis computadorizadas passaram a nos acompanhar dia e noite, em qualquer ponto do espaço. Manuel Castells, em sua extensa e profunda pesquisa, desvela os meandros das relações entre comunicação e poder no contexto tecnológico que caracteriza a sociedade em rede (CASTELLS, 2007). Eliseu Veron, por sua vez, preconiza que na cultura das mídias pós-moderna, vivemos a passagem de uma sociedade midiática a uma outra em processo de midiatização, e, nesse movimento, estaríamos entrando em um processo de hipermediatização da sociedade (CARLON, 2020). Nesse contexto, é importante de consideramos as complexidades comunicacionais da cultura digital e que o campo da comunicação se abra para novas possibilidades metodológicas (LEMONS, 2020).

Nas discussões sobre as redes sociais digitais, com exceção de algumas vozes antecipadamente distópicas, predominava certa euforia. Enfim, a informação era anunciada estar encontrando vias de se democratizar, tirando do poder e da decisão de poucos a escolha dos recortes da realidade a serem colocados nos cumes da relevância (CASTELLS, 2013). Todavia, nesta última década, muitas frustrações seguiram-se às gratificações inicialmente prometidas, um verdadeiro anticlímax que vem nos colocando, entre outras reviravoltas, em plena era da chamada pós-verdade e das guerras culturais (SANTAELLA, 2016). São muitas as consequências em vários setores das atividades humanas, especialmente na política, consequências que estarão aqui sendo diagnosticadas como sintomas culturais-comunicacionais. Alguns desses sintomas foram selecionados neste projeto como objetos relevantes de investigação. Quando se fala de circulações de textos e semioses não se pensa em valores-signos isolados em pacotes, mas em discursos e em mensagens de tamanhos e tipologias variadas que presidem as disputas culturais de nosso tempo. A partir dessa perspectiva de complexidade, o

estudo de um simples tweet exige que se investigue seu contexto histórico, econômico e social, suas redes de circulação e os discursos aos quais ele se liga.

Assim, o objetivo central do projeto é entender os processos interativos comunicacionais em tempos de hipermídia, as características de inovação e convergências tecnológicas e as perspectivas da produção de conhecimento (LEÃO, 2020). Pensando a comunicação hipermidiática como um processo que convoca coletivos híbridos, formados por humanos e não-humanos, objetos, linguagens e sistemas de inteligência artificial, nossa pesquisa considera: a) a natureza semiótica dos processos interativos comunicacionais; b) os dispositivos de potência ligados a tais mediações e às redes; c) as dimensões tecnológicas específicas que caracterizam cada dispositivo no mundo digital; d) os desafios epistemológicos e a necessidade de se pensar metodologias que consigam abarcar as complexidades comunicacionais da cultura digital. (LEMOS, 2020).

Compreendendo a importância do papel da formação de um grupo de pesquisadores no desenvolvimento, apresentação e aplicação de meios analíticos e metodológicos seguros e confiáveis, bem como o papel educativo desse grupo na formação de recursos humanos capacitados de elaborar um pensamento crítico e criativo diante dos desafios dos processos comunicacionais em tempos de hipermídia, nosso projeto propõe colocar em prática procedimentos de pesquisa plurais. Em um primeiro plano destacamos a utilização de tratamentos investigativos de análise semiótica para o estudo das complexidades dos fenômenos comunicacionais estudados. Em uma segunda perspectiva, elegemos a aplicação da abordagem de crítica de processos que valoriza o registro e a criação de documentos bem como aspectos emergentes desses processos. Por fim, destacamos a escolha de abordagens multi, inter e transdisciplinares que propõem aproximações com campos da saúde, da educação e da divulgação científica aos estudos da comunicação, política, antropologia, filosofia, artes e outras ciências.

Por fim, considerando as diferentes características dos fenômenos comunicacionais a serem estudados, serão feitas escolhas de diferentes teorias semióticas como culturalista, pragmaticista e discursiva. Isso posto, este projeto

concentrará suas investigações em seis sub-eixos: 1. Os efeitos culturais e políticos da desinformação; 2. A produção de conhecimento em rede; 3. O percurso da cólera como sintoma nos enfrentamentos das disputas culturais em rede; 4. Diversidade socioeconômica e cultural na ordem midiática e redes sociais; 5. Diversidade de gênero; 6. Diversidade nas instituições e corporações privadas.

Eixo geral: Inovação e convergências tecnológicas nos processos comunicacionais

Neste eixo, coordenado por Lucia Leão, coordenadora geral do projeto, o objetivo geral é investigar como, nas convergências tecnológicas que presidem os processos comunicacionais da era contemporânea, a linguagem da hipermídia desempenha papel fundamental na inovação e produção de conhecimento (LEÃO, 2020). Nosso ponto de partida defende a importância de um estudo aprofundado sobre as complexidades da linguagem da hipermídia no desenvolvimento propostas criativas e críticas e que contribuam com a disseminação do conhecimento científico na cultura das redes. Como objetivo secundário, esse eixo visa estabelecer perspectivas para o exame dos efeitos na cultura e na política, incluindo cadeias meméticas, disputas culturais, fake News, negacionismos etc. Por que nessa época de hipermidiatização e de grande desenvolvimento tecnológico convivemos com a polarização, com a constituição de redes de disputas? Quais são os sentidos de tais configurações políticas e culturais? Como elas afetam as democracias? Como esses efeitos sintomáticos das sociedades hipermidiatizadas se caracterizam nas interações em diferentes dispositivos (facebook, twitter, instagram)? Como a circulação de mensagens trafega entre esses dispositivos e como os discursos disputam o vazio deixado pela crise da democracia? Como a queda da autoridade dos enunciadores tradicionais como jornalistas, políticos e cientistas afeta a potência dos discursos da política e da ciência? Como a polarização se materializa em fluxos comunicacionais nas redes? Como se dão esses embates nas redes no que se refere a gênero e diversidade, racismo, feminismos, etc. ?

Visando analisar os impactos dessa problemática de marcantes impactos em nossa sociedade abordaremos os seguintes objetos a partir de cada sub-eixo:

1. Os efeitos culturais e políticos da desinformação
2. A produção de conhecimento em rede
3. O percurso da cólera como sintoma nos enfrentamentos das disputas culturais em rede
4. Diversidade socioeconômica e cultural na ordem midiática e redes sociais
5. Diversidade de gênero
6. Diversidade nas instituições e corporações privadas

1. Os efeitos culturais e políticos da desinformação

A líder deste sub-eixo é Lucia Santaella. As preocupações com a desinformação estão no cerne das atuais discussões sobre os efeitos colaterais das redes digitais até o ponto da afirmação de que entramos em uma era da pós-verdade. Tais preocupações entraram na cena da cultura e da política a partir de 2016 quando o mundo se viu estarecido com os efeitos que as redes sociais podem provocar não apenas em processos eleitorais quanto também no negacionismo da ciência e outras consequências similares. Desenvolveu-se desde então, especialmente depois do escândalo do Cambridge Analytica em sua parceria com o Facebook, a tendência a se culpabilizar as redes pelas consequências sociais e culturais provocadas pela desinformação (SANTAELLA, 2018).

Acrescem-se a essas condições, o fato de que, de 2016 para cá, tem ficado cada vez mais evidenciado o poder dos algoritmos de inteligência artificial sobre os modos como as redes sociais funcionam. Quando uma pessoa faz uso dos aplicativos de buscas ou de redes sociais, tem-se a ilusão de liberdade para realizar as próprias escolhas na distribuição de ideias. Paradoxalmente, entretanto, estamos todos, sem escapatória, sendo monitorados por algoritmos de inteligência artificial que acabam por saber de nós muito além do que poderíamos supor: o que queremos, o que gostamos, que ideias apreciamos, isso é filtrado com precisão de modo que tudo aquilo de que não gostamos e as ideias que desprezamos desaparecem dos nossos horizontes. Os algoritmos recolhem as escolhas que fazemos, desenham as predileções de que damos notícia nas redes. Portanto, não se trata mais de apenas

demonizar os algoritmos e o poder das redes, pois eles não fazem outra coisa a não ser nos devolver o retrato de nossas mentes, desejos e crenças.

Com isso, passamos a habitar em bolhas informacionais também chamadas de câmaras de eco, ou seja, só recebemos, compartilhamos e disseminamos informação que condiz com aquilo em que acreditamos. Criam-se, assim, monoculturas viciadas em sempre pensar, sentir e agir da mesma maneira o que conduz os indivíduos à prática inadvertida ou deliberada de espalhar informações condizentes com suas crenças mesmo quando essas informações são falsas. O pior prejuízo para o nível pessoal consiste no fechamento que as bolhas filtradas (PARISER, 2011) promovem contra novas ideias, assuntos e informações importantes. No nível coletivo, os filtros são formas de manipulação que colocam o usuário mal informado sobretudo a serviço de interesses mercadológicos e políticos escusos. A desinformação e a disseminação daquilo que veio a ser chamado de fake news afetam prioritariamente o campo da política, campo minado por antagonismos alimentados pela desinformação. Há outros campos, evidentemente, como a medicina, o marketing etc., mas é, na política, que as consequências são as mais destrutivas, desde que dela e dos efeitos que produz depende grandemente o funcionamento saudável ou doentio de uma sociedade e a preservação de seus valores democráticos (BUCCI, 2019).

Diante disso, este sub-projeto tem como objetivo analisar semioticamente (a) quais são as diferentes modalidades de informações falsas, (b) seus modos de disseminação e (c) os efeitos provocados. As informações falsas não são um monolito. Elas variam de graus que vão dos mais inofensivos, como um meme sensacionalista, aos mais nefastos como uma mentira deslavada. Os efeitos sociais que podem provocar variam de acordo com esses graus.

Da mesma maneira, os modos de compartilhamento e disseminação também variam. Eles podem ir da ingenuidade, leviandade, pressa e informação distorcida, até a enganação deliberada com a intenção de defender interesses e atingir resultados espúrios. Os efeitos sociais que as informações falsas podem provocar variam de intensidade na dependência dos graus que vão da brincadeira sem

intenção de mentir até a mentira inescrupulosa. Estudiosos do assunto são unânimes de que há fatores claros responsáveis por turbinar os antagonismos, como por exemplo, os ambientes de alta polarização política, que não favorecem nem o debate racional nem o apreço pelo consenso. A multiplicação de mídias alternativas e independentes competindo com as mídias convencionais também turbinam os antagonismos. Embora haja mídias alternativas confiáveis, elas não passam pelo mesmo sistema de controle que as mídias convencionais. O grande problema é que muitos canais apresentam uma agenda política com compromissos propagandísticos e ideológicos que muitas vezes ficam cegos para informações confiáveis.

Às variações dos tipos de desinformação decorrem os modos de compartilhamento e disseminação e os efeitos sociais que estão aptas a produzir, o que justifica a prioridade que este projeto concede a essas variações a serem submetidas ao escrutínio de uma metodologia semiótica.

Particularmente no que diz respeito às fake news, muitas plataformas e agências no Brasil e no mundo foram abertas para operações de checagem dos fatos. Embora isso seja reação de primeira necessidade, é preciso encontrar tipos de investigação que não sejam meramente reativos como meio de enfrentamento do flagelo dos antagonismos.

Desta forma, é a busca de caminhos de investigação de cunho acadêmico que determina os objetivos estabelecidos por este projeto, a saber:

- a) investigar o papel desempenhado pelos algoritmos na disseminação das informações falsas e explicitação do seu modo invisível de funcionar
- b) Levantar as diferentes modalidades de desinformação e seus graus de intensificação dos antagonismos.
- c) Analisar semioticamente as diferentes modalidades para avaliar seus potenciais de interferência na vida política e social.
- d) Desenvolver um programa piloto para a realização de encontros com jovens a partir dos resultados obtidos pelas investigações acima.
- e) Desenvolver uma campanha educativa por meio de postagens nas redes.

Tarefas do bolsista e metodologia semiótica:

Aqui se prevê um bolsista de mestrado.

- a) Apoio ao bolsista de doutorado no levantamento do corpus de modalidades de signos de desinformação.
- b) Fase de diagnóstico das modalidades de desinformação. O bolsista acompanhará o bolsista de doutorado.
- c) Exame semiótico das relações dos signos com seus objetos de referências para avaliar os graus de intensidade das distorções até o nível da mentira. Isso será feito junto ao líder do sub-eixo.
- d) Exame semiótico dos tipos de interpretantes aptos a serem produzidos a partir das relações signo-objeto. Idem anterior.
- e) Avaliação dos efeitos potenciais na política e na sociedade.

Como resultado concreto será elaborado um programa piloto para encontros de conscientização de jovens e uma campanha educativa para ser disseminada nas redes, complementando a série de produtos que o projeto gerará, como se pode ver no último item antes da bibliografia.

2. A produção de conhecimento em rede

Com liderança de Norval Baitello, Cecilia Salles e Amálio Pinheiro, esse sub-eixo tem como foco os processos de criação na comunicação e na cultura. Como meta principal, o eixo visa investigar como os modos de construção de diferentes produtos comunicacionais (científico, artístico, jornalístico, literário, audiovisual, entre outros) estão sendo modificados no contexto dos ambientes hipermediáticos, em plataformas como Instagram, YouTube, Facebook e Twitter, entre outros. As pesquisas partem da perspectiva da complexidade, discutem processos de produção na ciência (BAITELLO, 2019b); processos de criação em grupo (SALLES, 2017); processos de produção de imagens nas redes (BAITELLO, 2019a); jornalismo expandido (PINHEIRO, SALLES, 2016) e América Latina (PINHEIRO, 2013).

Como resultados esperados, o grupo prevê: publicação de artigos em periódicos acadêmicos que documentem os processos de criação vivenciados na experiência de pesquisa coletiva; organização de evento científico; criação, desenvolvimento de plataforma hipermídia e; publicação de livro coletânea com artigos de pesquisadores, convidados e alunos envolvidos no projeto.

Tarefas dos bolsistas

Como resultado concreto da pesquisa desenvolvida no sub-eixo, está programada uma plataforma em hipermídia que objetiva criar um espaço de diálogo, produção de conhecimento e divulgação científica. A plataforma em hipermídia servirá para amplos usos: como material educativo disponível nas redes; como núcleo fomentador de produção coletiva de conhecimento acerca da cultura brasileira e da América Latina e como espaço de diálogo e divulgação da produção científica do Programa de Pós Graduação em Comunicação e Semiótica em seus 50 anos de existência

O sub-eixo 2 prevê três bolsistas de mestrado que irão trabalhar diretamente no desenvolvimento da plataforma em hipermídia que irá dar suporte para a produção do conhecimento em rede. O projeto da plataforma é composto por três principais etapas: (1) design de interface (esboços da interface, estudos de arte final, cores, fontes e layout, estudos de sistemas e escolha de plataforma, registro de domínio); (2) projeto de arquitetura da informação, coleta e organização de dados; (3) publicação do sistema, manutenção do site e divulgação do projeto nas redes comunicacionais (Associações de Pesquisa, Universidades, Escolas e Imprensa, entre outros).

3. O percurso da cólera como sintoma nos enfrentamentos das disputas culturais em rede

Neste sub-eixo, cujos líderes são José Luiz Aidar Prado e Rogério da Costa Santos, os jogos de enfrentamento das disputas culturais operam regimes de

visibilidades/invisibilidades na constituição de sujeitos e coletivos. Com o agravamento de crises políticas decorrentes de uma despotenciação do universo político e da dificuldade de manutenção das políticas democráticas no contexto do capitalismo tecnocomunicacional, as alteridades emergem ora como opacidades, ora como geradoras de uma multiplicidade de confrontos (COSTA, 2019); (PRADO; PRATES, 2017). Que ações performativas são convocadas na lida com os dispositivos reguladores dos processos comunicacionais? Que regimes de mediação e interação emergem dessas micropolíticas?

Para enfrentar tais questões, serão utilizadas as abordagens da análise discursiva e a semiótica das paixões (FONTANILLE, 2017), bem como a psicanálise (SAFATLE, 2015), na medida em que a cena da fala ou das mensagens se articula com a “outra cena” de que fala a psicanálise. Aqui se abrem dois caminhos: um em que a articulação entre psicanálise e semiótica se constrói para dar conta dos percursos afetivos que acompanham as narrativas ligadas aos discursos mais amplos das disputas culturais e outra que se concentra discursivamente nos regimes de interação que presidem tais circulações.

Será organizado um corpus das mensagens que circulam em situações concretas, acontecimentos nas redes em que ocorre a polarização de posições, como por exemplo o recente caso da repercussão do artigo de Lilia Schwarz na Folha de São Paulo, sobre o recém lançado vídeo *Black is King*, de Beyoncé. A historiadora fez uma crítica ao produto cultural, dizendo que não condizia com a herança africana dos negros e foi duramente criticada no tweeter. Faremos uma coleta dos tweets e retweets e o objetivo é classifica-los a partir das posições discursivas a favor de Lilia, contra ela, sem posicionamento, contra a posição da Folha ao titular a matéria, etc. A partir daí serão separados em grupos por faixas de re-tweets (até 100, entre 100 e 500, acima de 500). Nesse teste inicial, coletaremos cerca de 700 tweets. A partir dessa organização de posições, chega-se aos discursos que presidem essa grande controvérsia e às oposições e antagonismos, carregados de afetos. Pretendemos produzir um mapeamento das posições discursivas envolvidas nesses antagonismos, considerando os contratos de comunicação em cada um dos grupos temáticos. Serão examinados também os principais memes

de cada posição. Selecionaremos os principais acontecimentos dessa ordem para mapear as principais circulações no tweeter e instagram. Nesse caso cabe, a partir dessa classificação das posições (canceladora, crítica, defensora, etc), debater questões relativas ao diálogo democrático, pois o cancelamento da posição de Lilia leva a um encastelamento de posições e a um impedimento do diálogo entre antagonistas. Não se criam, portanto, agonistas debatedores em alguns desses grupos. Aqui se coloca uma oposição entre semiótica da triagem e da mistura, na medida em que os grupos mais radicais (os canceladores) negam a dizibilidade da crítica de Schwarz, qualificando-a de produto da branquitude. Entretanto, dentro de outros grupos, apesar da crítica a um certo pedantismo e arrogância da crítica (que teremos de investigar), conseguem explicitar sem ofensas e sem cancelamento, sua posição contrária ao enfoque discursivo da historiadora. Nesse sentido o Outro é encarado e enfrentado a partir de lógicas diversas, que serão investigadas. Os demais acontecimentos a investigar serão aqueles que se colocarem dentro dos topic trends do tweeter. Ao fim e ao cabo, nos interessa debater como essas circulações antagonistas constroem espaços democráticos ou até que ponto os impedem de crescer.

Outro aspecto relacionado a essa concatenação afetiva, raiva-ódio-cólera, embasará os estudos sobre a chamada pós-verdade. Ficou notório o fato do dicionário de Oxford ter eleito, em 2016, o termo “pós-verdade” como expressão do ano, definindo-a como “relativo ou referente a circunstâncias nas quais os fatos objetivos tem menos influência em moldar a opinião pública do que apelos à emoção e a crenças pessoais”. A pós-verdade apontaria para um mundo onde a verdade estaria sendo colocada, cada vez mais, entre parênteses. Um dos primeiros a levantar o problema de uma política da pós-verdade foi o jornalista David Roberts, num artigo publicado em 2010, no qual dizia que “vivemos em uma política da pós-verdade: uma cultura política na qual a política (opinião pública e narrativas da mídia) se tornou quase totalmente desconectada dos programas políticos (a substância da legislação). Isso obviamente enfraquece qualquer esperança de um compromisso legislativo fundamentado. (ROBERTS, 2010)

O que a política da pós-verdade aprofunda é uma forte dissociação entre o debate sobre a relevância ou não de uma política programática determinada, que passa, no limite, a ser totalmente secundária, e a disputa entre as posições político-ideológicas, com seus valores e idiossincrasias. Numa tal disputa, não contariam tanto os fatos concretos e os argumentos racionais, mas muito mais a escolha de fatos ou de supostos fatos para sustentar determinados argumentos ou supostos argumentos e, nesse caso, pouco importa se os fatos são verdadeiros ou não, afinal estamos no efêmero de um debate de conveniências pela disputa de poder. Aqui emergem, então, as fake news como dispositivo que alimenta uma máquina de criação de “fatos” para sustentar quaisquer “argumentos”. Nesse caso, não importa tanto a veracidade ou falsidade do conteúdo da suposta verdade ou verdade de conveniência, importa mais o efeito de verdade momentâneo que produz e propaga. Nesse ponto, as redes sociais fazem toda a diferença e alimentam, nessa disputa, uma rede mais profunda de ódio e cólera.

O exemplo importante a ser trabalhado aqui será a apropriação das campanhas de vacinação como objeto de disputa política. O objetivo é mostrar as estratégias de propagação de fake News nas redes sociais, dentro de uma lógica de desarticulação do debate político programático de saúde pública em função de interesses do campo político partidário.

Tarefas dos bolsistas

Aqui solicitam-se duas bolsas de mestrado. Serão coletados dados do Twitter através da ferramenta escrita em Python, TwittyJar que permite extrair tweets antigos selecionando e combinando os seguintes critérios: data, palavras (incluir ou excluir da busca), frases exatas, hashtag, menções, idioma da mensagem, lugares (conforme a geolocalização do próprio Twitter). Obtemos então uma tabela com as seguintes informações: id da postagem, data de postagem, link do site da mensagem, nome de usuário, nome do perfil, a mensagem (tweet), número de seguidores e número de retweets, - os dois últimos critérios utilizados para estimar o alcance da mensagem. Simplificando o Twittyjar permite extrair em uma tabela as mesmas informações públicas disponível na Pesquisa Avançada do Twitter, unindo informações do texto com informações sobre o alcance.

A tarefa específica dos bolsistas de mestrado será a coleta de dados do tweeter e o tabelamento dos resultados em vários formatos. Depois ele acompanhará o bolsista de doutorado na organização dos grupos temáticos e na análise discursiva propriamente dita, junto ao orientador.

4. Diversidade socioeconômica e cultural na ordem midiática e redes sociais

Neste sub-eixo, cujos líderes são Ana Claudia Mei Alves de Oliveira e Eugênio Trivinho, tratar-se-á de investigar a diversidade sócio-econômica-étnico-cultural, no cenário do século XXI. Com a globalização e a glocalização, essa diversidade tem crescido exponencialmente e está sendo colocada na ordem do dia nos distintos lugares de nosso país, o que torna premente um estudo de sua complexidade discursiva (TRIVINHO, 2013). As diversas manifestações e cenários culturais de discriminação racial, são entendidas aqui como sintomas correntes nas várias mídias e redes sociais (OLIVEIRA, 2020).

Servindo do arcabouço da semiótica discursiva de A.J. Greimas com as complementações teóricas e metodológicas de E. Landowski a partir dos regimes de sentido, interação e risco, tomamos a diversidade em sua amplitude como uma problemática de relevo em nossa sociedade, objetivando nesse eixo de investigação:

- a. fazer um levantamento dos discursos das mídias e redes sociais com o propósito de examinar e categorizar as várias encenações de valores de exclusão e de segregação em circulação;
- b. como resultante dos levantamentos erigir um mapeamento dos valores de modo que esse possibilite uma ampla visibilidade das correlações detectadas;
- c. desenvolver análises semióticas da pluralidade de manifestações levantadas considerando os tipos de narrativas e dos sujeitos em ação, assim como os jogos de enunciação das axiologias em circulação;
- d. analisar como as crises de alteridades estão na base da crise da diversidade.

Tarefas dos bolsistas

No atual estágio de desenvolvimento, os alunos vinculados a este eixo do projeto (1 de mestrado e 1 de doutorado) são chamados a mapear as configurações da diversidade nos discursos das mídias e redes sociais e, apoiados no arcabouço da teoria semiótica empreender as descrições e análises a partir dos regimes de sentido, interação e riscos, assim como determinar a circulação axiologias com as passagens entre os regimes.

Com estratégias várias para o levantamento do vasto material em circulação a ser recolhido, o propósito é constituir um corpus de estudo que possibilite examinar o temário da diversidade tanto em sua constituição quanto em sua organização. A classificação dos dados em grandes tipos de discursos nos possibilitará levar a cabo uma pesquisa comparativa das narrativas contadas e dos sujeitos que nelas atuam, assim como dos modos como são enunciadas e dos valores que põem em circulação na coletividade. Os modos de interação no social com os jogos de produção subjetal e objetal, os jogos de presença do “eu”, do(s) “outro(s)”, do “neutro”, do “ele(s)”, do corpo social e de suas representações político-sociais designantes dos lugares do poder que, articuladas e interdefinidas, vão nos encaminhar à apreensão e produção de sentido das organizações discursivas da diversidade sócio-econômica-cultural, de gênero, étnico no imaginário social vigente.

O bolsista de mestrado, especificamente, terá como tarefa primordial mapear as configurações da diversidade nos discursos das mídias e redes sociais e, apoiados no arcabouço da teoria semiótica categorizar : 1) as várias encenações de valores em circulação; 2) os vários estereótipos mapeados para marcar os distintos tratamentos dos grupos excluídos e segregados.

5. Diversidade de gênero

Com liderança de Leda Tenório da Motta e Christine Greiner, o projeto deste sub-eixo volta-se à questão das representações de gênero e atos corporais subversivos

em práticas significantes como cinema, moda e publicidade, tomando-os à luz das novas políticas do corpo (GREINER, 2019). Os referenciais teórico-metodológicos compreendem fontes epistemológicas plurais (MOTTA, 2018). A relevância da pesquisa prende-se à possibilidade de se refletir sobre as atuais redesignações sexuais hormonais e cirúrgicas.

Tarefas do bolsista

Neste sub-eixo está previsto 1 bolsista de mestrado. No atual estágio de desenvolvimento, um aluno vinculado a este projeto será chamado a elaborar estudos de caso de performatividade sexual midiaticamente insistentes - Rogéria, Laerte, Tammy, enquanto que o outro será encarregado de acompanhar as novas publicidades que apelam à subversão de gênero para continuar vendendo marcas e datas comerciais. Ganham relevo aí as figurações do homoerotismo e da transexualidade em anúncios da Natura e O Boticário e o assim chamado “femadvertising”, assim como os debates em torno da criação de personagens e intervenções urbanas que expõem os corpos subversivos chamando a atenção para a sua extrema vulnerabilidade. Sendo tais alunos, muito frequentemente, artistas audiovisuais e da performance, o impacto esperado da pesquisa prende-se à possibilidade que lhes oferece de levarem para o âmbito de seu trabalho uma crítica da medicalização da vida, ali onde se pressupõe o advento da liberdade total.

Em termos mais específicos, o bolsista de mestrado deverá realizar a revisão bibliográfica do (s) tema s (s) da pesquisa de acordo com a bibliografia do projeto, com vistas ao restabelecimento de um abrangente estado da arte dos mesmos. Esta tarefa impõe consulta a livros, artigos científicos e repertórios de mestrados e teses afins. Além disso fará: leitura e fichamento dos referenciais teóricos da pesquisa, de acordo com a bibliografia do projeto de pesquisa; e participará das atividades do Grupo de Pesquisa CNPq do orientador, com apresentação regular, neste fórum, dos levantamentos indicados acima.

6. Diversidade nas instituições e corporações privadas

Com liderança de Valdenise Leziér Martyniuk, o sub-eixo aborda a perspectiva comunicacional das organizações privadas na relação com o contexto social, do qual são partícipes, diante das atuais políticas de governança corporativa, que respondem às convocações de diversos interlocutores a assumir sua responsabilidade ambiental, ética, econômica e social, em intervenção que extrapola as obrigações fiscais. Os processos comunicacionais dessa organizações, direcionados a diversos stakeholders, para além dos consumidores, integram meios diversos e valores. A realimentação transmidiática impulsiona o efervescer do debate, dentre os quais os temas que tocam as identidades são mais sensíveis. O subeixo da pesquisa tem em vista o posicionamento das corporações privadas quanto ao tema da diversidade (de gênero, raça e idade), manifesto tanto em ações publicitárias de produtos quanto comunicações institucionais (como divulgação de contratações, de apoio a ações sociais, de suas fundações e órgãos internos de apoio social) de quatro organizações: Natura (indústria), Magazine Luiza (comércio varejista), Itaú (serviços financeiros) e IFood (startup líder em techfood). As empresas foram selecionadas por que são nacionais, estão entre as líderes de seus setores e entre as mais lembradas na comunicação e ação social durante o ano de 2020, operando no B2C – Business to Consumer.

A investigação adota modelos de gestão de marcas e a teoria semiótica estruturase como fundamento e método de análise (oriundos das obras de Greimas e seguidores). Os objetivos deste sub-eixo da pesquisa visam efetuar comparações intra e entre os discursos de adoção de propósitos ligados à diversidade de gênero, raça e idade, de modo a obter a melhores práticas e compreender eventuais lacunas entre as abordagens para cada público. As divergências sociais, intensificadas pela estrutura de comunicação em rede que sedimenta as “bolhas” refletem na interação com as marcas, quando se relacionam com “lovers” e “haters”, ou quando são encaradas como employer-brands, ou seja, marcas admiradas e captadoras de talentos nas contratações. A intersecção dos pólos de comunicações nas redes nos discursos sobre gênero, raça, idade, oferta a possibilidade de dar a ver pontos segregadores entre os diversos atores sociais. A

análise permitirá chegar a produtos de intervenção social, listados no item antes da bibliografia.

Tarefas do bolsista

Espera-se que esse projeto seja desenvolvido por aluno doutorando, pois as atividades esperadas incluem: a seleção dos recortes das comunicações das empresas, o domínio teórico e empírico de uma vasta quantidade de conceitos, sobretudo para as análises semióticas do material coletado, além de conduzir a capacitação dos alunos e entidades ligados à graduação que se vincularem à pesquisa e orientá-los na concepção dos produtos resultantes das análises.

Tarefa dos bolsistas ligados ao eixo central do projeto:

Aqui são previstos 3 bolsistas de mestrado, voltados às tarefas de elaboração dos resultados concretos (relacionados abaixo, antes da bibliografia). Eles serão conduzidos pela coordenadora geral do projeto, Lucia Leão, com assessoria dos líderes dos sub-eixos e com apoio dos bolsistas de doutorado.

Resumo geral da solicitação dos bolsistas:

Eixo geral: 3 bolsistas de mestrado (coordenação Lucia Leão e demais líderes)

Sub-eixo 1: 1 bolsista de mestrado (coordenação Lucia Santaella)

Sub-eixo 2: 3 bolsistas de mestrado (coordenação Norval Baitello, Amálio Pinheiro e Cecília Salles)

Sub-eixo 3: 2 bolsistas de mestrado (coordenação Jose Luiz Aidar Prado e Rogério da Costa)

Sub-eixo 4: 2 bolsistas de mestrado (coordenação Ana Claudia Oliveira e Eugenio Trivinho)

Sub-eixo 5: 1 bolsista de mestrado (coordenação Leda T. Motta e Christine Greiner)

Sub-eixo 6: 0 bolsista de mestrado (coordenação Valdenise Martyniuk)

TOTAL DE BOLSISTAS DE MESTRADO: 12

PRAZO DAS BOLSAS: dois anos e meio.

Síntese das produções totais entre 2015 e 2020 dos professores envolvidos no projeto:

Apresentação de trabalhos e congressos e eventos	244
Trabalhos completos em anais de eventos	23
Artigos completos em periódicos	132
Capítulos de livros publicados	174
Livros e organizações de coletâneas	58
Textos em jornais e revistas	11
Cursos de curta duração	37
Trabalhos técnicos e outras produções técnicas	278
Outra produção bibliográfica	75

Resultados concretos do projeto como um todo:

1. Desenvolvimento de uma plataforma em hipermídia que vise: (a) criar um espaço de diálogo científico; (b) organizar informações e produzir cartografias; (c) difundir conhecimento sobre as pesquisas realizadas e em andamento no PPEG _ Programa de Pós Graduação em Comunicação e Semiótica da PUC-SP.
2. Criação de um sistema organizado para o projeto no qual se sistematize o material dos sub-eixos coletados como um conjunto de documentos levantados e classificados por categorias a fim de que esse material selecionado possa servir tanto às análises desta investigação quanto para outros desdobramentos.

3. Recortar as distintas narrativas em circulação no social de modo que esse inventário e sua análise semiótica cheguem ao grande público possibilitando depreender os mecanismos discursivos mais frequentes empregados e as estratégias utilizadas que contribuem para a produção e difusão de estereótipos e crenças vigentes no social.
4. Difundir os resultados das análises dos dados coletados em cada um dos sub-eixos a partir de gravações de broadcast com o curso de Jornalismo (FAFICLA) de modo claro e acessível a fim de pôr em circulação os resultados com rigor científico para públicos diretamente afetados pela problemática em colaboração com o curso de Multimeios (FAFICLA)
5. Difundir os resultados das análises dos sub-eixos em programas audiovisuais para distintas faixas de público alvo.
6. Elaborar campanhas publicitárias a serem executadas pela Agência PUC-SP Júnior de Publicidade e Propaganda (FAFICLA) sobre os temas explorados a fim de atingir públicos de segmentos abertos despertando uma conscientização do social das problemáticas tratadas.
7. Elaborar campanhas para as empresas por intermédio da Agência Júnior da Faculdade de Economia e Administração (FEA).
8. Elaborar cartilhas de melhores práticas corporativas para cada assunto resultante das análises, de modo a constituir guia prático para organizações que pretendam melhorar sua gestão corporativa nesses tópicos diferenciadores e necessários à sociedade
9. Criar selos de certificação de práticas empresariais baseados nas melhores práticas para empresas de pequeno, médio e grande portes, voltadas ao desenvolvimento sustentável, à economia colaborativa e ao consumo consciente.
10. Elaborar um programa piloto para encontros de conscientização de jovens e campanhas educativas a partir dos três eixos para ser disseminada nas redes.
11. Em especial, de todas as análises dos levantamentos preparar unidades de ensino com as tecnologias da comunicação, incluindo games, a fim

de esses serem difundidos nas escolas tanto do primeiro ciclo e do ensino médio quanto do ensino universitário;

12. Apresentar os resultados em análises acadêmicas em forma de fórum de apresentação dos resultados alcançados, artigos para periódicos e capítulos de livros da Área de Comunicação, Administração Empresarial, Gestão Cultural e Educação.
13. Apresentar os resultados em uma coletânea a ser publicada com o selo EDUC, Editora Universitária da PUC-SP e em e-books livre acesso.

Referências bibliográficas

ASCOTT, R. A arquitetura da cibercepção. In: LEÃO, Lucia (org.). **Interlab: labirintos do pensamento contemporâneo**. São Paulo: Iluminuras, 2001.

BAITELLO, N. **Existências penduradas**: selfies, retratos e outros penduricalhos. Por uma ecologia das imagens. São Leopoldo: UNISINOS, 2019a.

BAITELLO, N. Sete Interrogações Para a Ciência Contemporânea. **Revista Cronos**, v. 20, n. 1, p. 63-68, 2019b.

BRAGA, J. L. Miatização & democracia: sistemas de relações no ambiente social. In: CASTRO, P. C. (org.). **Miatização e reconfigurações da democracia representativa**. Campina Grande: Eduepb, 2019.

BUCCI, E. **Existe democracia sem verdade factual?** São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2019.

BUTLER, J. **Problemas de gênero**: feminismo e subversão da identidade. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2019.

CARLÓN, M. Tras los pasos de Verón... una acercamiento a las nuevas condiciones de circulación del sentido en la era contemporánea. In: Galáxia. São Paulo: PUC-SP, abril, 2020.

CASTELLS, M. Communication, power and counter-power in the network society. **International Journal of Communication**, v. 1, n. 1, p. 29, 2007.

CASTELLS, M. Redes de indignação e de esperança: movimentos sociais na era da Internet. São Paulo: Zahar, 2013.

CIACO, J. B., A inovação em discursos publicitários: comunicação, semiótica e marketing. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2013.

COSTA, R. O autômato digital e os circuitos de afetos nas redes sociais. **Comunicação, Mídia e Consumo** (Online), v. 16, p. 577-597, 2019.

FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FLOCH, J. M. **Semiótica, marketing y comunicación: bajo los signos, las estrategias**. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, 1993.

FONTANILLE, J. Corpo e sentido. Londrina: Eduel, 2017.

GREIMAS, A.; COURTÉS, J. **Dicionário de Semiótica**. Vários tradutores. São Paulo: Contexto, 2008.

GREINER, C. O corpo e os mapas da alteridade. **Moringa: Artes do Espetáculo (UFPB)**, v. 10, p. 54-73, 2019.

IBRI, I. A. **Kosmos Noetos: A Arquitetura Metafísica de Charles S. Peirce**. São Paulo: Paulus, 2015.

KLEIN, N. **Sem logo: a tirania das marcas em um planeta vendido**. Trad. De Ryta Vinagre. Rio de Janeiro: Record, 2002.

LANDOWSKI, E. **Presenças do outro: ensaios de sociossemiótica**. Trad. Mary Amazonas Leite de Barros. São Paulo: Perspectiva, 2002.

LEÃO, L. **O labirinto da hipermídia: arquitetura e navegação no ciberespaço**. São Paulo: Iluminuras, 1999.

LEÃO, L. Pensar o método e a produção de conhecimento. **VIRUS : Nomads.usp**, São Carlos, n. 20, 2020. [online]. Disponível em: <<http://www.nomads.usp.br/virus/virus20/?sec=4&item=2&lang=pt>>. Acesso em: 05 Ago. 2020.

LEMO, A. Epistemologia da comunicação, neomaterialismo e cultura digital. **GALÁXIA** (São Paulo. Online), v. 43, p. 54-66, 2020.

MAINGUENEAU, D. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2001.

MARTYNIUK, V. ; OLIVEIRA, A. C. (orgs.). **Sentidos do Consumo: os desafios do cenário contemporâneo à luz da semiótica de Greimas**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.

MOTTA, L. **Roland Barthes: uma biografia intelectual**. São Paulo: Iluminuras/FAPESP, 2015.

OLIVEIRA, A. C. Por uma partilha estésica da sociabilidade. **COGNITIO-ESTUDOS** (PUC-SP. ONLINE), v. 17, p. 102-117, 2020.

PARISER, E. **The filter bubble**. UK: Penguin Books, 2011.

PINHEIRO, A. **América Latina**: barroco, cidade, jornal. São Paulo: Intermeios,

PINHEIRO, A.; SALLES, C. A. (Org.) . **Jornalismo expandido**: práticas, sujeitos e relatos entrelaçados. 1. ed. São Paulo: Intermeios, 2016.

PRADO, J. L. A.; PRATES, V. **Sintoma e fantasia no capitalismo comunicacional**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.

RECUERO, R. **Redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

ROBERTS, D. Post-truth Politics. In: **Grist**: 01/04/2010. Disponível em: <<http://grist.org/article/2010-03-30-post-truth-politics/>>. Acesso em: 07 set. 2020.

SAFATLE, V. **O circuito dos afetos**. São Paulo: Cosac Naify, 2015.

SALLES, C. A. **Processos de criação em grupo**: diálogos. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.

SALLES, C. A. **Redes da criação**: a construção da obra de arte. Vinhedo: Horizonte, 2016.

SANTAELLA, L. **A pós-verdade é verdadeira ou falsa?** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2018.

SANTAELLA, L. **Temas e dilemas do pós-digital**. São Paulo: Paulus, 2016.

TRIVINHO, E. A civilização glocal: repercussões social-históricas de uma invenção tecnocultural fundamental do capitalismo tardio. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, v. 10, p. 26-41, 2013.