

# O papel da mídia na educação da sociedade

---

## **SALA 10 – Prédio I**

**20/10 - 16h30**

### **MINUTO CONSCIENTE: INFORMAÇÃO, EDUCAÇÃO, CIDADANIA NA MÍDIA RÁDIO**

Lucilene dos Santos Gonzales (FAAC – Unesp /Bauru)

Como a mídia rádio pode contribuir para disseminar informação, educação e levar as pessoas a praticar cidadania? Esse é um dos objetivos do Minuto Consciente, propagandas sociais radiofônicas, divulgadas diariamente na Rádio UnespFM. Os temas desses anúncios abordam assuntos pouco explorados pelas propagandas em rádios comerciais, como Direitos Humanos, integração do idoso e do cego na sociedade, importância da leitura, prevenção ao trote violento, direitos da mulher e outros. As propagandas são produzidas pelos alunos de Comunicação Social da FAAC e divulgam idéias e ações dos projetos de pesquisas e de extensão desenvolvidos pelos docentes da Unesp de Bauru.

Palavras-Chave: Rádio; Educação.

**20/10 – 16h50**

### **A PRESENÇA DA LITERATURA NO RÁDIO: DESAFIO E RESISTÊNCIA**

João Batista Neto Chamadoira (FAAC – Unesp/Bauru)

O Rádio é um veículo que possibilita fácil acesso à informação, seja de jornalismo, seja de elementos culturais. Nesse sentido, esse veículo poderia muito bem ser utilizado para divulgação da Literatura, especialmente num país como o nosso em que o acesso aos livros apresenta muitas dificuldades. Assim, este trabalho tem o escopo de apresentar uma pesquisa com resultados quantitativos sobre a pequena presença da Literatura na programação das emissoras de rádio, bem como levantar as causas desse fato.

Palavras-Chave: Rádio; jornalismo; cultura.

# O papel da mídia na educação da sociedade

---

20/10 – 17h10

## **FIÇÃO E ANTROPOFAGIA EM ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS: UMA ANÁLISE DO COMERCIAL “POEMA”, DA MARCA “O BOTICÁRIO”**

Márcia Valéria Alves Gomes (FAAC – Unesp/Bauru)–

Natália Caroline Rodrigues (Mestranda - Comunicação Midiática)

O objetivo deste artigo é analisar o discurso do comercial “Poema”, da marca “O Boticário”, e relacioná-lo com os conceitos de ficção e antropofagia na cultura midiática. O comercial estreou, em 26 de novembro de 2006, simultaneamente em 09 emissoras de televisão aberta, e em seu discurso apresentou um dos célebres sonetos das “Líricas” de Luiz Vaz de Camões. Tal fato representa um processo intertextual antropofágico, pois a propaganda se apropriou do soneto e com as diversas linguagens televisivas, construiu uma estória, que atraiu a atenção do telespectador, e depois, divulgou a marca do produto, para atingir o seu objetivo.

Ao final, a propaganda alcançou seus objetivos, pois fez o telespectador não perceber a relação entre as várias linguagens midiáticas, repletas de outras mensagens subentendidas, com o intuito de produzir um sentido; cativando e seduzindo o consumidor com a frase “O boticário, presente irresistível”, levando-o ao conhecimento de determinada marca e, possivelmente, à aquisição do produto, através de conceitos e valores sociais, agindo sobre o potencial de consumo dos telespectadores e, conseqüentemente, aumentado, assim, o lucro do anunciante da marca de perfumes.

Utilizamos como referenciais teóricos, as seguintes referências:

NORVAL, BAITELLO JÚNIOR. As quatro devorações: iconografia e antropofagia na Comunicação e na cultura. BALOGH, Anna Maria. O Discurso ficcional na TV. São Paulo:EDUSP, 2002. COSTA, Cristina. Ficção, Comunicação e Mídias. São Paulo: EDUSP, 2002.

Palavras-Chave: Anúncio publicitário; marca; poemas.

# O papel da mídia na educação da sociedade

---

**20/10 – 17h30**

## **MÍDIA DIGITAL: ESPAÇO DE CONSTRUÇÃO DO PROFESSOR 2.0**

Alcione Rodrigues Pires (Mestranda - Lingüística - UNIFRAN/ SP)

Profa. Dra. Maria Regina Momesso de Oliveira (Docente - UNIFRAN/ SP)

A Internet atualmente constitui-se um dos meios de comunicação mais utilizados no cotidiano. Dentro da mídia digital o portal Educarede coloca-se como uma das ações de inclusão digital educativa no país, promovida e apoiada pela Fundação Telefônica; CENPEC; Fundação Vanzolini e outras, que visa a preparar docentes e discentes para a pesquisa, comunicação, publicação e aprendizagem em rede. Para este trabalho recortase um dos fóruns de discussão do portal Educarede intitulado “Professor 2.0”. Objetiva-se refletir sobre as práticas discursivas e de subjetivação e seus efeitos de sentido presentes no fórum do site Educarede, que se propõe orientar e preparar os professores a utilizarem as ferramentas da web 2.0 e com isso os incluïrem no mundo digital da educação. Para tanto, elege-se como perspectiva teórica a Análise de Discurso francesa, os estudos de Michel Foucault acerca da ordem do discurso e das técnicas de si e para as questões das novas tecnologias e identidade autores como Lemos, Lévy, Silva, Bauman, entre outros. Os resultados preliminares apontam práticas discursivas que constroem um sujeito objetivado pelas novas tecnologias, um ser que deve estar “turbinado” pelas ferramentas da web 2.0 para poder incluir-se no mundo digital.

Palavras-Chave: web 2.0. Práticas Discursivas e subjetivadoras; inclusão digital; análise de discurso.

**21/10 – 16h30**

## **A REVISTA FON-FON! E A SOCIEDADE CARIOCA DA BELLE ÉPOQUE**

Maria Cecilia Zanon (Docente – UNESP/Assis)

A revista Fon-Fon!, periódico que circulou na primeira metade do século XX, é um importante documento no que concerne ao registro da vida sócio-cultural do Brasil

## O papel da mídia na educação da sociedade

---

durante a Belle Époque. Ao longo do século XIX, as revistas ilustradas tornaram-se moda e sobretudo ditaram moda e a Fon-Fon!, uma das melhores publicações ilustradas do País, refletia a visão de mundo da sociedade burguesa do início do século XX e influenciava o comportamento da elite carioca por meio do entretenimento e do humor. A Revista Fon-Fon! Surgiu numa fase de grande mudança na imprensa brasileira que se aproximava, pouco a pouco, dos padrões e das características peculiares a uma sociedade burguesa. As revistas ilustradas apareceram na fase em que imprensa e literatura se confundiam e como que separando, ou esboçando a separação entre as duas atividades, submeteram-se, inicialmente, ao domínio da alienação cultural então vigente, buscando emancipar-se depois, ao se tornarem principalmente mundanas, e até femininas umas, e principalmente críticas outras. O periódico Fon-Fon espelhava o esnobismo carioca, fazia crítica, apresentava flagrantes e tipos do set da cidade, com muita fotografia e muita ilustração, e muita literatura na primeira fase, além de trazer excelentes charges políticas e sociais, na representação dos pequenos-burgueses, dos cavalheiros de fraque, das damas elegantes e pomposas, e de todo tipo de rapaz saturado de pretensão e de esnobismo. Nesse sentido, esse estudo visa mostrar a importância que esse periódico ocupa na representação do caráter da sociedade carioca da Belle Époque.

Palavras-chave: *Revista Fon-Fon!*; imprensa; revista ilustrada; belle époque.

**21/10 – 16h50**

### **CTIEDUTEC: REFLEXÃO E RELATO DE UMA EXPERIÊNCIA SOBRE PRÁTICAS EDUCACIONAIS E DISCURSIVAS EM LÍNGUA PORTUGUESA E LITERATURA NA INTERNET.**

Maria Regina Momesso de Oliveira (Docente CTI - Unesp/SP; Unifran /SP)

A Cibernídia - conjunto de mídias digitais existentes em ambientes híbridos fixos ou móveis - pode ser considerada uma metáfora da pluralidade, pois congrega toda a diversidade e heterogeneidade de comunicação e das linguagens pertencentes a outras mídias de massa e interativa. Os blogs, um dos dispositivos de comunicação da Cibernídia, passaram a fazer parte integrante das práticas educacionais da atualidade.

## O papel da mídia na educação da sociedade

---

Logo, este trabalho tem por objetivo refletir sobre as práticas educacionais e discursivas de língua e literatura na Cibernídia e relatar a experiência da autora com o blog educativo CTledutec no ensino médio. A fundamentação teórica centra-se na análise de discurso francesa, fundador Michel Pêcheux, nas idéias foucaultianas acerca das práticas educacionais, discursivas e identitárias e em teóricos das áreas das ciencias sociais, da lingüística e de autores que tratam das questões da pós-modernidade e da Cibercultura.

Palavras-chave: Blogs educativos. Cibernídia. Discurso. Identidade.

**21/10 – 17h10**

### **A PRODUÇÃO DA IDENTIDADE DO PROFESSOR NA MÍDIA**

Marcela de Freitas Ribeiro Lopes (Mestranda - Letras /UEM; Docente – Unicentro/Irati)

Este artigo analisa três capas da Revista Nova Escola apontando assim os efeitos de sentido que se apresentam em relação a memória sobre o professor e sua identidade. Para tal análise, articula-se os postulados teóricos da Análise do discurso de linha francesa e os estudos foucaultianos de discurso. Percebe-se, nos enunciados verbais e visuais estudados, que a identidade do professor é construída pela mídia na relação língua/imagem, discurso e história, ou seja, tem-se a mídia como suporte de historicidade e como constituinte de memória. Nesse sentido, a mídia proporciona a transformação do individuo em sujeito portador de uma identidade de professor, identidade está que sofre alterações e que não é definida e acabada, mas sim produzida pelo discurso.

Palavras-Chave: Identidade; professor; mídia; discurso.

**21/10 – 17h30**

### **LINGUAGEM PUBLICITÁRIA: A COMUNICAÇÃO SIMBÓLICA DA MARCA.**

Giovanna Chaves Parisotto (*Lato Sensu* - Moda e Cultura - UEL/Londrina)

O objetivo deste artigo é refletir, de acordo com a semiologia, como a linguagem publicitária é utilizada na moda para despertar o desejo de consumo pela marca -

## O papel da mídia na educação da sociedade

---

sinônimo de estética da diferença. Nele são discutidas as funções da língua e da fala e suas respectivas características como fundamentais para construção da linguagem e da identidade social, de acordo com o conceito de Ferdinand Saussure. A fundamentação também cita o vestuário como uma analogia entre a realidade individual e institucional, apontando a publicidade como a responsável por atribuir valores aos produtos. Os resultados revelam que, para o sucesso de uma marca, a essência do produto deve ser trabalhada na emoção que existe no imaginário coletivo.

Palavras-chave: linguagem publicitária; moda; identidade pessoal; marca; Ferdinand Saussure