

# Comunicação e Mídias Tecnologias na Atualidade

Resiane Silveira (Org.)

**v. 3**  
2023



# Comunicação e Mídias

## Tecnologias na Atualidade

Resiane Silveira (Org.)

**v. 3**  
2023



© 2023 – Editora Ópera

[www.editoraopera.com.br](http://www.editoraopera.com.br)

editoraopera@gmail.com

### **Organizadora**

Resiane Paula da Silveira

**Editor Chefe:** Jader Luís da Silveira

**Editores e Arte:** Resiane Paula da Silveira

**Capa:** Freepik/Ópera

**Revisão:** Respective autores dos artigos

### **Conselho Editorial**

Ma. Heloisa Alves Braga, Secretaria de Estado de Educação de Minas Gerais, SEE-MG

Me. Ricardo Ferreira de Sousa, Universidade Federal do Tocantins, UFT

Me. Guilherme de Andrade Ruela, Universidade Federal de Juiz de Fora, UFJF

Esp. Rícael Spirandeli Rocha, Instituto Federal Minas Gerais, IFMG

Ma. Luana Ferreira dos Santos, Universidade Estadual de Santa Cruz, UESC

Ma. Ana Paula Cota Moreira, Fundação Comunitária Educacional e Cultural de João Monlevade, FUNCEC

Me. Camilla Mariane Menezes Souza, Universidade Federal do Paraná, UFPR

Ma. Jocilene dos Santos Pereira, Universidade Estadual de Santa Cruz, UESC

Ma. Tatiany Michelle Gonçalves da Silva, Secretaria de Estado do Distrito Federal, SEE-DF

Dra. Haiany Aparecida Ferreira, Universidade Federal de Lavras, UFLA

Me. Arthur Lima de Oliveira, Fundação Centro de Ciências e Educação Superior à Distância do Estado do RJ, CECIERJ

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

S587c Silveira, Resiane Paula da  
Comunicação e Mídias: Tecnologias na Atualidade - Volume 3 /  
Resiane Paula da Silveira (organizadora). – Formiga (MG): Editora  
Ópera, 2023. 83 p. : il.

Formato: PDF  
Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader  
Modo de acesso: World Wide Web  
Inclui bibliografia  
ISBN 978-65-85284-13-4  
DOI: 10.5281/zenodo.8330056

1. Comunicação. 2. Mídias. 3. Tecnologias. I. Silveira, Resiane  
Paula da. II. Título.

CDD: 302.23  
CDU: 383/38

*Os artigos, seus conteúdos, textos e contextos que participam da presente obra apresentam responsabilidade de seus autores.*

Downloads podem ser feitos com créditos aos autores. São proibidas as modificações e os fins comerciais.

Proibido plágio e todas as formas de cópias.

Editora Ópera  
CNPJ: 35.335.163/0001-00  
Telefone: +55 (37) 99855-6001  
[www.editoraopera.com.br](http://www.editoraopera.com.br)  
[editoraopera@gmail.com](mailto:editoraopera@gmail.com)  
Formiga - MG  
Catálogo Geral: <https://editoras.grupomultiatual.com.br/>

Acesse a obra originalmente publicada em:  
<https://www.editoraopera.com.br/2023/09/comunicacao-e-midias-tecnologias-na.html>



**AUTORES**

**ALLAN GUSTAVO FREIRE DA SILVA  
BRENO ALVES XAVIER  
CAMILA BENATTI  
CRISTINA D'OLIVEIRA VIDAL BEZERRA  
FELIPE EDUARDO CANUTO BONINI  
ISABELY CAROLINE PORTELA FRANCO MATOS  
LAÍS KARLA DA SILVA BARRETO  
RENATA CARDOSO CARVALHO  
SIDINEI EDUARDO BATISTA  
THALITA ALBUQUERQUE ANDRADE  
VALDIRENE VILHALVA AMARAL**

## APRESENTAÇÃO

Em um mundo em constante transformação, a comunicação e as mídias têm desempenhado um papel fundamental na configuração das sociedades contemporâneas. Nesta obra, adentramos no fascinante universo da comunicação e exploramos as tecnologias que têm impulsionado a forma como nos conectamos, compartilhamos informações e construímos nossa realidade na era digital.

A rápida evolução tecnológica tem desencadeado uma verdadeira revolução nas formas de comunicação, abrindo novos horizontes e desafios para pesquisadores, profissionais e público em geral. É imperativo compreender as complexas dinâmicas que permeiam esse cenário para podermos tomar decisões informadas e contribuir para um uso consciente e ético dessas poderosas ferramentas.

A seleção de estudos e reflexões oferecem uma visão panorâmica e aprofundada sobre a interseção entre comunicação e tecnologia na atualidade. Desde as transformações nas mídias tradicionais até a emergência de novas plataformas digitais, passando pela inteligência artificial, realidade virtual, internet das coisas e muito mais, o leitor será conduzido por um universo rico em perspectivas.

Os capítulos apresentam uma abordagem multidisciplinar, incorporando contribuições das ciências da comunicação, da tecnologia da informação, da psicologia, da sociologia e outras disciplinas relevantes, em um mundo cada vez mais conectado e as tendências futuras que moldarão a comunicação global.

Este livro se destina a estudantes, acadêmicos, profissionais da área e a todos aqueles que desejam compreender o fenômeno das mídias e tecnologias e suas implicações na sociedade contemporânea. Acreditamos que a combinação de análises teóricas e estudos de caso proporcionará uma visão abrangente e informada, permitindo ao leitor uma compreensão crítica dos desafios e oportunidades que a comunicação e as mídias tecnológicas apresentam.

Por fim, agradecemos a todos os colaboradores que enriqueceram este livro com seu conhecimento e perspicácia, e esperamos que essa obra seja uma fonte valiosa de inspiração e aprendizado. Que ela contribua para uma abordagem ética e responsável das tecnologias de comunicação, capacitando-nos a construir um futuro onde a tecnologia seja uma aliada na busca pelo conhecimento e pela coletividade.

Boa leitura!

## SUMÁRIO

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Capítulo 1</b><br><b>TURISMO 4.0: O CLUBHOUSE COMO FERRAMENTA DE CONHECIMENTO NO TURISMO</b><br><i>Isabely Caroline Portela Franco Matos; Camila Benatti</i>   | <b>8</b>  |
| <b>Capítulo 2</b><br><b>SITES HOTELEIROS E ONLINE TRAVEL AGENCY (OTA): UM ESTUDO SOBRE A EXPERIÊNCIA DE COMPRA DO CLIENTE</b><br><i>Valdirene Vilhalva Amaral; Camila Benatti</i>   | <b>16</b> |
| <b>Capítulo 3</b><br><b>A COMUNICAÇÃO VIRTUAL COMO FACILITADORA PARA O ACESSO A DENÚNCIA DE VIOLÊNCIA CONTRA MULHER NO RIO GRANDE DO NORTE</b><br><i>Renata Cardoso Carvalho; Breno Alves Xavier; Cristina D'Oliveira Vidal Bezerra; Allan Gustavo Freire da Silva; Laís Karla da Silva Barreto</i> | <b>26</b> |
| <b>Capítulo 4</b><br><b>UMA PROPOSTA DE LEITURA PARA O ROMANCE PÂNTANO DE SANGUE, DE PEDRO BANDEIRA</b><br><i>Felipe Eduardo Canuto Bonini; Sidinei Eduardo Batista</i>   | <b>52</b> |
| <b>Capítulo 5</b><br><b>COMUNICAÇÃO E SUAS TRANSFORMAÇÕES COM O CONSUMO DE TELEVISÃO</b><br><i>Thalita Albuquerque Andrade</i>  | <b>72</b> |
| <b>AUTORES</b>  | <b>81</b> |



**Capítulo 1**  
**TURISMO 4.0: O CLUBHOUSE COMO**  
**FERRAMENTA DE CONHECIMENTO NO**  
**TURISMO**

*Isabely Caroline Portela Franco Matos*  
*Camila Benatti*



# TURISMO 4.0: O *CLUBHOUSE* COMO FERRAMENTA DE CONHECIMENTO NO TURISMO

**Isabely Caroline Portela Franco Matos**

*Bacharel em Turismo pela Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul. E-mail: isabelycportela@gmail.com;*

**Camila Benatti**

*Doutora em Geografia. Professora Adjunta do Curso de Turismo da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul. E-mail: camila.benatti@uems.br.*

## RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar como o *Clubhouse* pode contribuir para o compartilhamento de informação e produção de conhecimento no campo turístico. A metodologia utilizada para análise baseou-se em revisão bibliográfica, de caráter qualitativo, descritivo e exploratório, tendo como base de dados artigos científicos publicados no Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) e no Google Acadêmico. A partir da análise, foi possível verificar que a plataforma *Clubhouse* se tornou um novo método de comunicação e de ensino, permitindo aos usuários uma troca de informações, de modo a contribuir para a disseminação do conhecimento no turismo.

**Palavras-chave:** Turismo. Tecnologia. Redes Sociais. *Clubhouse*. Conhecimento.

## ABSTRACT

This work aims to analyze how the *Clubhouse* can contribute to the sharing of information and production of knowledge in the tourism field. The methodology used for the analysis was based on a bibliographic review, of a qualitative, descriptive and exploratory nature, based on scientific articles published in the Journal Portal of the Coordination for the Improvement of Higher Education Personnel (CAPES) and Google Scholar. From the analysis, it was possible to verify that the *Clubhouse* platform has become a new communication and teaching platform, allowing users to exchange information, in order to contribute to the dissemination of the knowledge method in tourism.

**Keywords:** Tourism. Technology. Social media. *Clubhouse*. Knowledge.

## INTRODUÇÃO

A Indústria 4.0, anunciada pela primeira vez publicamente em 2011 em uma

feira em Hannover (SCHAHINIAN, 2019), teve seu início com as grandes inovações e mudanças com o surgimento das diversas tecnologias avançadas como Big Data, impressão 3D, robótica avançada e inteligência artificial (ARAÚJO, CARVALHO e BURLAMAQUI, 2021).

Nesse sentido, o presente trabalho tem o objetivo de analisar como o *Clubhouse* pode contribuir para o compartilhamento de informação e produção de conhecimento no campo turístico. Especificamente, pretende-se: a) compreender o que é o Turismo 4.0; b) entender o funcionamento da rede social *Clubhouse*; c) analisar como o conhecimento turístico pode ser discutido no espaço digital do *Clubhouse*.

O texto está estruturado em cinco seções: 1. Introdução; 2. Metodologia; 3. Resultados e discussões; 4. Considerações Finais; e, 5. Referências Bibliográficas.

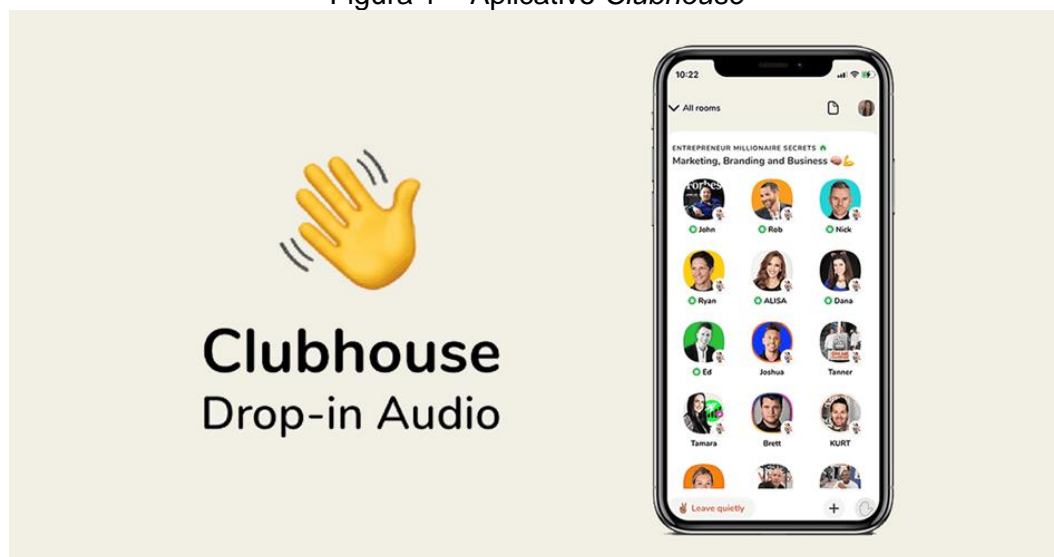
## FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Com a evolução tecnológica, o modo como as pessoas se comunicam e se relacionam entre si se transformou, abrindo fronteiras que antes pareciam muito distantes de serem alcançadas. Para além das relações sociais, o uso da tecnologia, especialmente a internet, se tornou uma grande aliada ao setor educacional, de modo a ampliar e democratizar o acesso à educação por meio do ensino *on-line*, até então cheio de limitações.

A internet possibilitou a comunicação e o acesso a informações de maneira instantânea. O uso de ferramentas de comunicação adquiriu uma nova dimensão e grau de importância, tornando-se essencial para manter e ampliar as formas de comunicação, surgindo então os recursos de áudio, o qual vêm sendo empregados gradativamente como um recursos didático-pedagógicos para o ensino-aprendizagem como meio de compartilhamento de informação e produção de conhecimento.

Nesse contexto, em março de 2020 surgiu o *Clubhouse*, uma rede social trazendo uma nova vertente de comunicação, com o intuito de criar redes de conexões e disseminar conhecimento. O *Clubhouse* é um aplicativo que apresenta esta modalidade de interação por meio da criação ou participação em salas de áudio, possibilitando, além da conversa em grupos, eleger moderadores e definir os palestrantes da conversa (Figura 1).

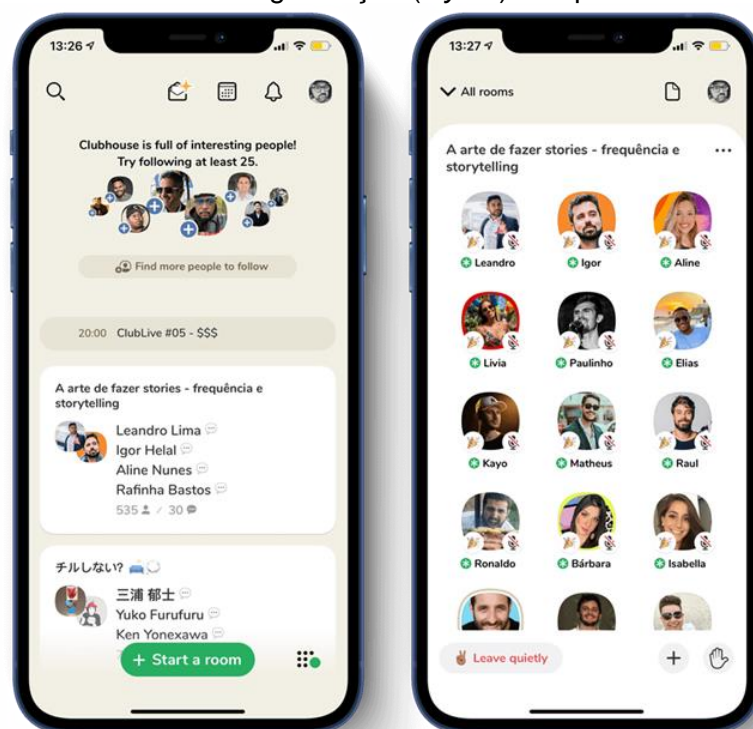
Figura 1 – Aplicativo *Clubhouse*



Fonte: Internet Matters (2021).

A comunicação entre os participantes é *on-line* e ao vivo, e seus usuários podem criar conteúdos e discutir assuntos importantes, dando a oportunidade aos participantes de “levantar a mão” para falar (Figura 2). Recentemente, o aplicativo ampliou o acesso aos usuários do sistema *Android*, porque até então somente era possível o *download* no sistema *iOS*. Para ingressar em uma das salas de aula é necessário receber um convite para poder participar.

Figura 2 – Estrutura e organização (*layout*) do aplicativo *Clubhouse*



Fonte: Eficaz Marketing (2021).

Dessa maneira, percebe-se que o *Clubhouse* produz então, uma troca de informações entre os criadores de conteúdo e os usuários da plataforma, se apresentando como uma nova modalidade no processo de aprendizagem a partir do compartilhamento de informação e promoção do conhecimento.

## **METODOLOGIA**

A abordagem do presente trabalho baseou-se em uma pesquisa bibliográfica de caráter qualitativo, descritivo e exploratório, utilizando-se do levantamento de dados para investigações a respeito da plataforma digital *Clubhouse*. Como base, foram utilizados artigos científicos disponíveis no Portal de Periódicos da CAPES e no Google Acadêmico.

Segundo Gil (2002, p. 45), “a principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente”. Portanto, a pesquisa bibliográfica é o ponto de partida para toda pesquisa científica, uma vez que busca elaborar a temática a partir de materiais disponíveis nas diversas bases de dados. Para Lima e Miotto (2007) uma pesquisa bibliográfica bem elaborada, é capaz de gerar, especialmente em temas pouco explorados, a postulação de hipóteses ou interpretações que servirão de ponto de partida para outras pesquisas.

Quanto a forma de abordagem, foi utilizada a pesquisa de caráter qualitativo, que conforme Silva e Menezes (2001),

Considera que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números. A interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicas no processo de pesquisa qualitativa. Não requer o uso de métodos e técnicas estatísticas. O ambiente natural é a fonte direta para coleta de dados e o pesquisador é o instrumento-chave. É descritiva. Os pesquisadores tendem a analisar seus dados indutivamente. O processo e seu significado são os focos principais de abordagem (SILVA e MENEZES, 2001, p. 20).

Do ponto de vista dos objetivos, a pesquisa se classifica como exploratória, visto que se dedica a analisar a contribuição do *Clubhouse* como fomentador de conhecimento no campo turístico. De acordo com Silva e Menezes (2001), esta modalidade de pesquisa visa:

proporcionar maior familiaridade com o problema com vistas a torná-lo explícito ou a construir hipóteses. Envolve levantamento bibliográfico; entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; análise de exemplos que estimulem a compreensão. Assume, em geral, as formas de Pesquisas Bibliográficas e Estudos de Caso. (SILVA e MENEZES, 2001, p. 21).

Portanto, a pesquisa exploratória permite compreender o objeto de estudo em sua totalidade, de modo a construir e levantar hipóteses para a pesquisa.

No que se refere à abordagem descritiva, conforme Silva e Menezes (2001, p. 21), esta busca descrever as características de determinada população ou fenômeno, ou o estabelecimento de relações entre variáveis.

Destarte, a partir dos métodos escolhidos, será possível alcançar os objetivos traçados para a presente pesquisa.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com o advento das tecnologias de comunicação e informação (TICs), destaca-se o surgimento das plataformas de áudio como ferramentas que possibilitam a emissão e recepção de conteúdos para fins educacionais, de modo a contribuir para a disseminação do conhecimento no ambiente virtual, causando transformações nas estruturas educativas (SILVA, 2001).

Nesse contexto, entende-se que o *Clubhouse* pode se configurar como um espaço digital no qual promove o aprendizado e a diversidade de ideias. Incorporar essa ferramenta de comunicação e educação para a transmissão de assuntos referentes ao campo turístico pode ser considerado enriquecedor, no intuito de, assim, promover a construção de novas ideias que auxiliem na inovação do setor e na discussão de assuntos pertinentes ao *trade*, do ponto de vista do turista e dos profissionais.

No entanto, o uso desta ferramenta de comunicação no campo turístico ainda não é utilizado, embora o modelo de conversa tenha crescido nos últimos anos. Mas de que maneira o conhecimento no campo turístico pode se inserir nessas plataformas?

A verdade é que a tecnologia de áudio está se tornando cada vez mais corriqueira em nossas vidas com o crescimento dos comandos de voz disponíveis nas mais diversas plataformas de conversa e redes sociais. Por isso, torna-se importante

a utilização destas ferramentas para ampliar e democratizar a temática do turismo.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do exposto, é possível observar a consolidação de uma nova forma de se relacionar e de se comunicar em diversos ambientes, sobretudo, no ambiente virtual. Assim, o *Clubhouse* é uma plataforma capaz de proporcionar uma nova modalidade de educação, de modo a estabelecer uma conexão e troca de informações com a participação ativa dos usuários, para que cada vez mais construam novos conhecimentos especializados, como no caso do setor turístico.

É notável a relevância deste espaço para compartilhamento de informação e produção de conhecimento, sobretudo, para o campo turístico, devido à multiculturalidade de seus usuários, possibilitando a conexão entre pessoas de diversas culturas e etnias, totalmente diferente de sua realidade, gerando, assim, um conhecimento holístico acerca dos assuntos que envolvem o turismo.

Durante a pesquisa nas bases de dados, verificou-se uma quantidade escassa de materiais em língua portuguesa, que abordem a temática *Clubhouse*, especialmente, como ferramenta para a disseminação de conteúdos referentes ao campo turístico, limitando-se a conteúdos médicos, corporativos, marketing, entre outros. Tais constatações podem ser justificadas tendo em vista que a plataforma de comunicação e áudio tem origem americana e, por ainda estar em desenvolvimento, poucas pessoas têm conhecimento de sua existência.

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, E. B. de; CARVALHO, Z. V. de; BURLAMAQUI, A. M. F. Turismo 4.0 e o potencial inovativo de experiências personalizadas. **International Symposium On Technological Innovation**, vol. 11, n.1, pp.1679-1688, 2021.

EFICAZ MARKETING. **O fenômeno *Clubhouse*: O que é, como funciona e o que esperar do novo app de áudio**. 2021. Disponível em: <<https://eficazmarketing.com/blog/clubhouse-o-que-e-como-funciona>>. Acesso em: 23 de out. de 2023.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

INTERNET MATTERS. **O que é o aplicativo *Clubhouse*? O que os pais precisam**


**saber.** 2021. Disponível em: <<https://www.internetmatters.org/pt/hub/news-blogs/what-is-the-clubhouse-app-what-parents-need-to-know/>>. Acesso em: 23 de out. 2023.

LIMA, T. C. S.; MIOTO, R. C. T. Procedimentos metodológicos na construção do conhecimento científico: a pesquisa bibliográfica. **Rev. Katál.**, v. 10, Número Especial, pp. 37-45, 2007.

SCHAHINIAN, D. Technology maps make Industry 4.0 comprehensible. **Hannover Messe**, 2019.

SILVA, B. D. da. A tecnologia é uma estratégia. In: DIAS, P.; FREITAS, C. V. de. (Orgs.). **Desafios 2001/Challenges 2001: Actas da II Conferência Internacional de Tecnologias da Informação e Comunicação na Educação**. Braga: Centro de Competência da Universidade do Minho do Projecto Nónio, pp. 839-859, 2001.

SILVA, E. L. da; MENEZES, E. M. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. Florianópolis: Laboratório de Ensino a Distância da UFSC, 2001.



**Capítulo 2**  
**SITES HOTELEIROS E ONLINE TRAVEL**  
**AGENCY (OTA): UM ESTUDO SOBRE A**  
**EXPERIÊNCIA DE COMPRA DO CLIENTE**  
*Valdirene Vilhalva Amaral*  
*Camila Benatti*



# SITES HOTELEIROS E *ONLINE TRAVEL AGENCY* (OTA): UM ESTUDO SOBRE A EXPERIÊNCIA DE COMPRA DO CLIENTE

**Valdirene Vilhalva Amaral<sup>1</sup>**

*Bacharel em Turismo pela Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul. E-mail: valvilhalva2017@gmail.com*

**Camila Benatti<sup>2</sup>**

*Doutora em Geografia. Professora Adjunta do Curso de Turismo da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul. E-mail: camila.benatti@uems.br*

## RESUMO

O setor turístico foi um dos mais beneficiados pelo advento da internet, tendo seus produtos como passagens de avião e reservas de hotéis sendo vendidos em plataformas conhecidas como *Online Travel Agency* (OTA), que tiveram sua ascensão no início dos anos 2000. Os sites hoteleiros e as plataformas das agências *online* podem influenciar diretamente na experiência de compra do cliente, devido às facilidades, variedade de opções e promoções oferecidos dentro dos dois ambientes. Deste modo, o presente trabalho tem como objetivo entender como as novas redes de interação e vendas *online* de empresas turísticas podem facilitar o processo de compra de seus clientes. Para isso, foi utilizada como metodologia de pesquisa uma abordagem qualitativa, a partir de levantamento bibliográfico. Os dados utilizados foram retirados de artigos, livros e sites que envolveu um período de 20 anos, de 2001 até 2021. Além disso, para atender aos objetivos do trabalho, foi aplicado, através da ferramenta *online Google Forms*, um questionário que buscou traçar o perfil do consumidor e compreender os motivos de sua compra através de sites ou OTA. Os resultados apontam como preferência de compras as OTA, principalmente por conta das informações adicionais e promoções disponibilizadas por essas plataformas. Essa situação evidencia como os hotéis devem investir mais em melhorias nos seus sites e na divulgação de seus hotéis, buscando captar e vender de forma direta para o cliente. **Palavras-chave:** *Vendas online. Customer Experience. Agências online. Hotel.*

## ABSTRACT

The tourism sector was one of the most benefited by the advent of the internet, with its products such as plane tickets and hotel reservations being sold on platforms known as *Online Travel Agency* (OTA), which had their rise in the early 2000s. In this way, the present work aims to understand how the new networks of interaction and online

---

<sup>1</sup> Discente do Curso de Turismo da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, Unidade de Dourados. E-mail: valvilhalva2017@gmail.com

<sup>2</sup> Professora-Orientadora: Professora Adjunta do Curso de Turismo da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, Unidade de Dourados. Doutora em Geografia pela Universidade Federal do Ceará. E-mail: camila.benatti@uems.br

sales of tourist companies can facilitate the buying process of their customers. For this, a qualitative approach was used as a research methodology, based on a bibliographic survey. The data used were taken from articles, books and websites that involved a period of 20 years, from 2001 to 2021. In addition, to meet the objectives of the work, an outline was applied, through the online tool Google Forms, that sought to outline the consumer profile and understand the reasons for their purchase through websites or OTA. The results point to OTA as a preference for purchases, mainly due to the additional information and promotions made available by these platforms. This situation highlights how hotels should invest more in improving their websites and publicizing their hotels, seeking to capture and sell directly to customers.

**Keywords:** Online sales. Customer Experience. Online agencies. Hotel.

## INTRODUÇÃO

Desde sua criação, em 1969, a Internet é vista como uma importante fonte de informações, assim como conhecimentos gerados por várias pessoas e que são possíveis serem compartilhados para visualização em escala mundial (OMT, 2001). Quando utilizada de maneira correta e de maneira estratégica, pode tornar-se o principal meio de potencialização de vendas de produtos e serviços de grandes empresas. Com o surgimento das primeiras páginas de comercialização *online*, em 1994, as empresas perceberam que dentro deste espaço poderia haver um fator de sucesso (ALMEIDA, 2002).

Por ser um meio de comunicação que está em constante inovação, a internet também é utilizada como método de comercialização por empresas, para que seja possível apresentar o seu catálogo de produtos e serviços em grande escala, aumentando a captação de novos clientes. Por conta disso, a internet é vista como “um meio fantástico para um sem-número de atividades humanas” (ALMEIDA, 2002, p. 178), tanto para o setor de informação e comunicação, como para o setor de comércio, auxiliando também no crescimento da atividade turística (SILVA, MENDES FILHO e JÚNIOR, 2019). Foi neste cenário que surgiram as primeiras *Online Travel Agency* (OTA), que ofereciam serviços de companhias aéreas, hotéis e locadora de automóveis (ALMEIDA, 2002), sem a necessidade de os fornecedores pagarem comissões (SILVA, MENDES FILHO e JÚNIOR, 2019).

A rede hoteleira identificou nos avanços tecnológicos uma oportunidade de otimizar seus sistemas, que agora trabalham da melhor forma nos setores de “marketing, distribuição, reservas e comercialização, contabilidade, comunicações, gestão, etc” (OMT, 2001, p. 316). Assim, a internet serve como uma vitrine de seus

produtos e serviços. É através desta rede de comunicação que os hotéis levam o seu produto até seu consumidor final, mas em grande escala, possibilitando, ainda, um contato mais direto entre fornecedor e cliente.

Com essa publicidade e oferta do produto à domicílio, as chances de fidelização do consumidor por meio da compra *online* aumentam (OMT, 2001). Por conta disso, os sites hoteleiros são uma ferramenta de vendas potencialmente fortes. Contudo, questiona-se: eles oferecem as facilidades e informações necessárias para seus consumidores, mesmo possuindo em sua interface fotos e um nível razoável de informações?

Em contrapartida, observa-se que as OTA são mais procuradas por oferecer diversidade de pagamento, além de promoções nos valores dos pernoites que o hotel dificilmente oferece. Estas agências virtuais contam ainda com fotos postadas por outros clientes, que também avaliam o empreendimento. Isso indica que, talvez, estaria na hora da rede hoteleira investir mais em sua tecnologia e meios de distribuição do seu produto, de forma mais diversificada e acessível.

Deste modo, o objetivo geral do presente trabalho consiste em entender como as novas redes de interação e vendas *online* de empresas turísticas podem facilitar o processo de compra de seus clientes. Como objetivos específicos, foram estabelecidos: 1) Analisar se os clientes preferem comprar pelos sites dos hotéis ou pelas OTAs; 2) Compreender o motivo da preferência apontada pelo consumidor; e 3) Analisar as diferenças e facilidades encontradas nos dois meios de venda.

Compreende-se que para os hotéis é compensatório que as reservas sejam feitas diretamente no balcão do que pelas agências *online*, dado que os primeiros devem pagar uma comissão determinada aos últimos pela utilização de seus serviços. Assim sendo, os meios de hospedagem poderiam fazer mudanças e investimentos significativos em seus sites, para que toda a transação seja feita pela plataforma própria do empreendimento, de modo totalmente *online*.

Por fim, o trabalho está estruturado da seguinte forma: 1) Introdução; 2) Metodologia; 3) Resultados e Discussões; 4) Considerações Finais; e, 5) Referências utilizadas.

## **METODOLOGIA**

A metodologia da presente investigação constitui-se em pesquisa de caráter qualitativo, descritivo e exploratório, a partir de levantamento bibliográfico. Este

levantamento foi realizado com busca de artigos, através do Google Acadêmico, sites e livros que abordam sobre o tema estudado, durante um período de 20 anos: de 2001 até 2021.

Para que fosse possível alcançar os objetivos específicos já apresentados, foi elaborado e aplicado um questionário, contendo dez perguntas, por meio da plataforma *online Google Forms*, ficando disponibilizado para ser respondido por três dias, no qual obteve-se o total de cinco respostas.

O questionário possui questões abertas e fechadas, sendo que parte delas se trata de uma pesquisa demográfica, para traçar o perfil do cliente que utiliza o meio virtual para fechamento de reservas. A segunda seção de perguntas trata-se das OTAs, buscando identificar quais delas são as mais utilizadas e por quais motivos os consumidores optam por comprar em cada uma dessas plataformas.

A pesquisa foi aplicada a turistas e viajantes que já efetuaram, ou efetuam com certa frequência, suas compras em determinada no ambiente *online*, seja nos sites dos próprios hotéis ou em *Online Travel Agency*, como *Booking.com*, *Expedia*, *123Milhas*, entre outros. O questionário buscou apreender, ainda, se os sites hoteleiros estão tendo sucesso de vendas ou se precisam passar por alguma melhoria para trazer seus clientes ao seu espaço virtual.

## RESULTADOS E DISCUSSÕES

A maioria dos inquiridos que responderam o questionário desse estudo tratam-se de mulheres (100%) que possuem entre 18 e 25 anos de idade. Todas as participantes se declararam solteiras, possuindo graus de escolaridade diferentes, sendo: 60% com o ensino superior incompleto e 40% com o ensino superior completo.

As profissões das inquiridas variaram, indo de vendedora até design de interiores. Deste público, 80% efetuam suas compras de pernoites de forma *online*. Isso pois, 70% dos brasileiros estão conectados à internet, tanto no meio urbano quanto no rural (RIBEIRO, 2021), possibilitando que haja a integração social de indivíduos que antes não possuíam internet por se tratar de algo muito caro e elitizado.

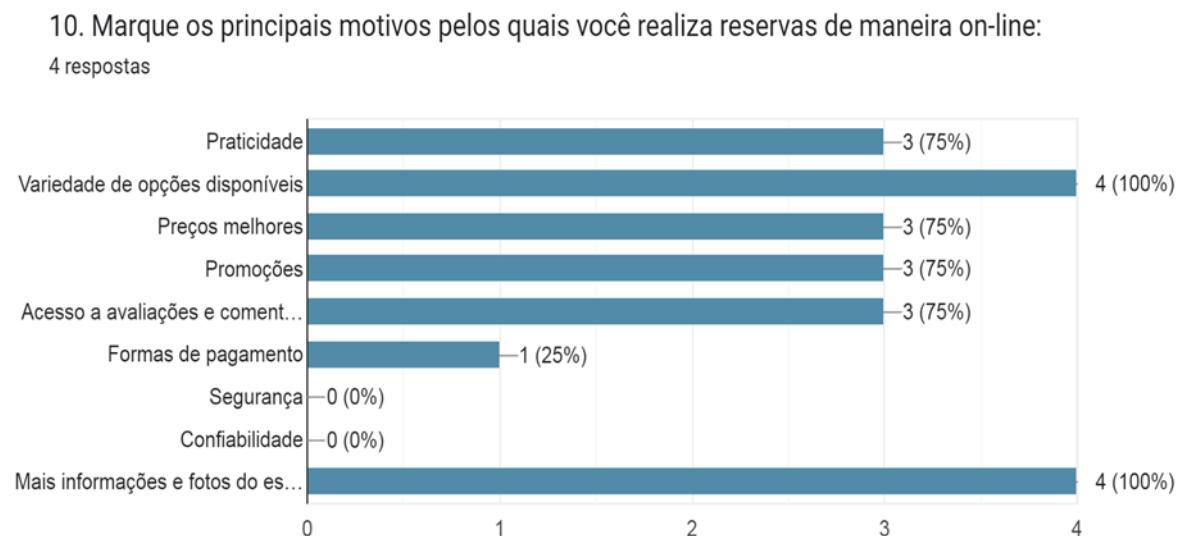
Com o passar do tempo, os serviços de banda larga foram ficando mais popularizados e, conseqüentemente, mais baratos, além de ser algo que atualmente se caracteriza como uma necessidade, já que a maioria da comunicação é efetuada no espaço virtual. Tanto que, as camadas mais pobres da sociedade (Classes D e E)

alcançaram 48% de conectividade à internet em 2018, 2% a mais que em 2017 (RIBEIRO, 2021).

Destes 80% respondentes que efetuam compras *online*, 75% realizam as compras através de uma agência *online* e não pelo site dos próprios hotéis ou até mesmo a compra no balcão. A frequência com que fecham estas compras é bem dividida, sendo 25% para as seguintes opções: frequentemente, sempre, às vezes e raramente. De acordo com as respostas, a OTA mais procurada para a realização das reservas, possuindo duas menções, trata-se da plataforma *Booking.com*. A seguir, com apenas uma menção cada, estão: *Airbnb*, *Minha Reserva*, *CVC*, *Millenium*, *Braston Voa Business* e *Reserva Feita*. Esta questão foi aberta, não havendo nenhuma opção previamente definida.

Considerando o motivo pelo qual as compras são feitas nestas plataformas (**Gráfico 1**), os entrevistados poderiam escolher até nove opções, já pré-definidas dentro do questionário, sendo elas: Praticidade, Variedade de opções disponíveis, Preços melhores, Promoções, Acesso à avaliações e comentários de outros clientes, Formas de Pagamento, Segurança, Confiabilidade, Mais informações e fotos do estabelecimento. As opções mais selecionadas tratam-se de: **Variedade de opções disponíveis** (100%) e **Mais informações e Fotos do estabelecimento** (100%). Isso mostra que o meio virtual é, realmente, o local onde o foco principal são as pessoas, comunicação entre estas, suas opiniões e experiências compartilhadas (ALMEIDA, 2002).

Gráfico 1 - Principais motivos pelos quais as pessoas realizam reservas de maneira *online*



Fonte: Elaboração própria a partir do *Google Forms* (2022).

Os turistas contemporâneos estão cada vez mais bem informados e exigentes, buscando experiências que sejam únicas e, ao mesmo tempo, diferenciadas. Deste modo, quando estão planejando sua viagem, procuram por mais informações sobre as experiências de outros clientes de forma *online* (LOPES, ABRANTES e KASTENHOLZ, 2015). Ou seja, a partir da análise de fotos e comentários *online* providas por outros clientes, pode haver influência no momento da escolha definitiva do turista.

Por conta destes fatores, as *Online Travel Agency* estão ficando cada vez mais fortes no mercado comercial virtual. Apesar de ainda poderem realizar melhorias em suas plataformas, é um local que está ficando cada vez mais humanizado, descomplicado e seguro, além de oferecerem também um serviço mais personalizado para seus clientes. Em virtude disso, os hotéis acabam por fazer parcerias com as OTAs, sendo que estão competindo pelo mesmo cliente por haver essa diferenciação de preços (SILVA, MENDES FILHO e JÚNIOR, 2019). Porém, nesta busca por posição dentro do mercado, os hotéis podem acabar tendo prejuízo, pois as OTAs cobram determinada porcentagem por venda efetuada dentro de seu âmbito.

Os sites hoteleiros devem buscar implementar neles a facilidade de compra, ou seja, possibilitar que com apenas poucos cliques, o cliente garanta sua reserva. Para isso, existem alguns fatores, apontados por Almeida (2002, p. 183) que devem ser utilizados e desenvolvidos pelas empresas visando sucesso no meio virtual, sendo elas:

(...) responsabilidade absoluta com a privacidade de dados e/ou informações fornecidas pelo usuário; total comprometimento com as regras de respeito ao consumidor; (...) garantia de segurança da transação (cartão de crédito, etc.), facilidade de navegação e investimentos pesados em propaganda e publicidade. (ALMEIDA, 2002, p. 183)

No quesito investimentos em propaganda e publicidade, pode-se dizer que os investimentos nos programas do Google também são de importância aqui. Quanto mais investimento houver na promoção e impulsionamento do site, mais ele aparecerá para potenciais clientes quando houver uma palavra-chave que seja posta na barra de procura. Lopes, Abrante e Kastenholz (2015) discutem sobre isso quando citam o caso dos websites de Portugal, os quais não recebiam investimentos o suficiente na área de oferecimento de interação dinâmica com os clientes virtuais. Isso demonstrou

que as mídias sociais e outras soluções 2.0, como os sites, não eram suficientemente exploradas pelos hotéis 4 e 5 estrelas.

No município de Dourados o mesmo cenário é visível. Quando se coloca na barra de pesquisa do Google “Hotéis em Dourados MS”, os resultados apontam para meios de hospedagem que muitas pessoas não ouviram falar, indicando como os pequenos hotéis estão mais antenados nas tecnologias do que os grandes empreendimentos hoteleiros.

Essa pesquisa apenas reforça a ideia de que os hotéis devem investir mais em suas próprias plataformas e websites, bem como na oferta de promoções de suas diárias para incentivar a venda direta com o cliente. Outro ponto positivo é que, deste modo, a comunicação direta entre fornecedor e consumidor é mais estabilizada e humanizada, podendo facilitar o processo de fidelização do cliente ao oferecer um serviço de qualidade.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O presente trabalho buscou entender como as novas redes de interação e vendas *online* de empresas turísticas podem facilitar o processo de compra de seus clientes, buscando traçar o perfil destes e descobrir os principais motivos que os levam a realizarem suas compras através da *Online Travel Agency* (OTA) ou de sites hoteleiros. O estudo aponta uma preferência pela realização de reservas por meio das OTAs, por causa dos preços ofertados nas plataformas, sendo mais baratos e pelas opções de formas de pagamentos do que o oferecido diretamente pelos hotéis. Cada agência *online* possui seus métodos de desconto, o que pode ser algo negativo para os hotéis, pois quando buscam trazer o cliente para o empreendimento, jogam o preço lá embaixo, já que para eles é mais lucrativo fechar o negócio de maneira direta do que através de uma OTA.

Exposto isso, percebe-se que para uma maior vantagem competitiva e de mercado do hotel, seria necessário que estes investissem mais em seus sites, buscando deixá-los com uma interface mais convidativa e hospitaleira, além da facilidade e segurança oferecidas no momento de conclusão da compra. A pesquisa também aponta para o investimento necessário no setor de publicidade e propaganda dos empreendimentos hoteleiros, visando captar mais clientes para si. Esta opção é preferível do que a cooperação com as OTA, sendo que os dois estão “disputando” o

mesmo cliente, sendo a única diferença é que um possui mais gastos que o outro para ter êxito nesse processo.

São poucos os estudos que tratam sobre este assunto em específico, o que dificultou um pouco no desenvolvimento e busca das informações teóricas, pois a maior parte do material está em língua inglesa, estendendo o tempo de leitura. Além disso, o questionário teve um no cronograma curto de abertura, ficando um final de semana aberto para respostas, dias que dificilmente as pessoas irão responder de maneira voluntária.

Tendo isso em vista, a pesquisa pode e deve ser expandida. Para isto, seria relevante deixar o questionário aberto por mais tempo, pois as informações captadas permitirão alcançar mais resultados e caminhos que os sites hoteleiros poderiam seguir para aumentar sua lucratividade e maior captação de clientes de forma direta – fornecedor-consumidor (B2C). Portanto, o estudo pode auxiliar o setor hoteleiro, além de mostrar a importância de mais investimentos no marketing e evidenciar como as estratégias desenvolvidas por este podem ajudar um empreendimento a alavancar no mercado, tanto físico quanto virtual.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, L. C. de P. **Turismo e Internet**. In: CNC (Confederação Nacional do Comércio), Conselho de Turismo (Orgs.). Coletânea Turística, Rio de Janeiro: CNC, Conselho de Turismo, pp. 177-186, 2002.

LOPES, R.; ABRANTES, J. L.; KASTENHOLZ, E. Perception and behaviours towards online travel reviews. In: Coleção Politécnico da Guarda – Observatório de Turismo da Serra da Estrela (Org.). **Innovation, Management and Education in Tourism and Hospitality: Applied Research**. Portugal, nov. 2015.


OMT. Tecnologias da informação na indústria turística. In: OMT (Organização Mundial do Turismo) (Org.). **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Roca Ltda., pp. 305-321, 2001.

RIBEIRO, Luciano. Internet no Brasil: Estatísticas e Projeções. **Blog Arrimum – Transformando ideias em resultados**, 2021. Disponível em: <<https://blog.arrimum.com/internet-no-brasil-estatisticas>>. Acesso em 26 de junho de 2022.

SILVA, G. L. da; MENDES FILHO, L.; JÚNIOR, S. M. Análise da Percepção dos Consumidores de Meios de Hospedagem em Relação aos Uso das Online Travel



Agencies (OTAs). **RBTUR - Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, v. 13, n. 1, pp. 40 -57, jan./abr., 2019.



**Capítulo 3**  
**A COMUNICAÇÃO VIRTUAL COMO**  
**FACILITADORA PARA O ACESSO A**  
**DENÚNCIA DE VIOLÊNCIA CONTRA**  
**MULHER NO RIO GRANDE DO NORTE**

*Renata Cardoso Carvalho*

*Breno Alves Xavier*

*Cristina D'Oliveira Vidal Bezerra*

*Allan Gustavo Freire da Silva*

*Laís Karla da Silva Barreto*

# **A COMUNICAÇÃO VIRTUAL COMO FACILITADORA PARA O ACESSO A DENÚNCIA DE VIOLÊNCIA CONTRA MULHER NO RIO GRANDE DO NORTE**

**Renata Cardoso Carvalho**

*Graduada em Jornalismo – e-mail: cardosorenatac.rc@gmail.com;*

**Breno Alves Xavier**

*Professor da Universidade Potiguar – e-mail: breno.xavier@animaeducacao.com.br;*

**Cristina D'Oliveira Vidal Bezerra**

*Professora da Universidade Potiguar – e-mail:*

*cristina.bezerra@animaeducacao.com.br;*

**Allan Gustavo Freire da Silva**

*Professor da UFCG – e-mail: allangfs@hotmail.com;*

**Laís Karla da Silva Barreto**

*Professora da Universidade Potiguar – e-mail: laisbarreto@gmail.com*

## **RESUMO**

Este artigo tem como objetivo verificar a facilidade de acesso à Delegacia Virtual da Mulher no RN no processo de criação de denúncias digitais durante o período da pandemia do COVID-19. Para isso, foi analisado o processo de comunicação via plataforma virtual para a criação e acompanhamento de denúncias de violência doméstica no RN. Também foi analisada a sua usabilidade e compatibilidade entre diferentes dispositivos. Como resultado, foi possível verificar os fatores que contribuíram para o aumento no índice de denúncias, gerando aproximação com o público em vulnerabilidade, permitindo a celeridade dos processos e realização de medidas protetivas com eficácia e eficiência por parte dos órgãos públicos. Porém, algumas alterações podem ser tomadas para facilitar ainda mais a usabilidade durante o processo de criação de denúncias, como por exemplo, uma melhor adaptação da plataforma para o uso por meio de smartphone.

**Palavras-chave:** Violência doméstica. Delegacia Virtual da Mulher. Delegacia Especializada em Atendimento à Mulher.

## ABSTRACT

This text aims to verify the ease of access to the Virtual Police Station for Women in RN while creating digital complaints during the pandemic period. For this, the communication process via a virtual platform for the creation and follow-up of domestic violence complaints in RN was analyzed. Its usability and compatibility between different devices were also analyzed. As a result, it was possible to verify the factors that contributed to the increase in the rate of complaints, generating a closer relationship with the vulnerable public, allowing for the speed of processes and the implementation of protective measures effectively and efficiently by public bodies. However, some changes can be improved to further facilitate usability during the reporting process, such as better adaptation of the platform via smartphones.

**Keywords:** Domestic violence; Women Virtual Police Station; Police Station Specialized in Assistance to Women.

## 1 INTRODUÇÃO

Vivemos em uma sociedade em que o diálogo e a troca de informações, a comunicação, se fazem presente de diversas formas. A comunicação digital, através das redes sociais, permitiu uma exposição e, também, se tornou um canal de fuga ou ajuda para muitas pessoas em vulnerabilidade. No ano de 2020, foi percebido um crescente número de mulheres que conseguiram denunciar casos de violência, no âmbito doméstico, através de publicações em redes sociais como, por exemplo, por meio de *stories* no Instagram.

Devido ao pico da pandemia, causada pelo Coronavírus (*Sars-CoV-2*) em março de 2020, muitos serviços de atendimento à população no Brasil, precisaram ser reinventados, inovadores e adaptados para não fomentar prejuízos. Medidas como a restrição no número de pessoas dentro de um espaço, o distanciamento entre cada um e o rodízio entre funcionários precisaram ser atendidas sem prejudicar o atendimento ao público.

Essas medidas também foram aplicadas no âmbito das unidades policiais, sendo consideradas serviços essenciais. Quando analisamos as Delegacias Especializadas em Atendimento à Mulher (DEAM) percebe-se que, em 2020, no Rio Grande do Norte, segundo o site da instituição<sup>3</sup> existiam cinco unidades em funcionamento, sendo uma, na zona norte de Natal, funcionando em regime de plantão 24 horas. Mas, em junho de 2021, a Governadora em exercício, Fátima

---

<sup>3</sup> Informação disponível no site: [www.policiacivil.rn.gov.br](http://www.policiacivil.rn.gov.br)

Bezerra, anunciou a implantação de mais quatro unidades especializadas nos municípios do RN, a saber: Assu, Nova Cruz, Macau e Pau dos Ferros.

Para isso, como forma de continuar atendendo à sociedade, a Polícia Civil do Rio Grande do Norte através do Projeto de Lei Nº 97/202, proposto pela deputada Isolda Dantas, aprovado em 20 de maio de 2020 pela Assembleia Legislativa do Rio Grande do Norte (ALRN), instalou uma delegacia virtual específica para o atendimento à mulher, projeto este sancionado pela Governadora Fátima Bezerra em 08 de junho de 2020.

Através dessa plataforma, que foi desenvolvida em conjunto com a Secretaria Estadual da Segurança Pública e Defesa Social (SESED), é possível que a vítima realize o registro de sua ocorrência preservando sua integridade física e social, tendo em vista os estigmas estabelecidos pela sociedade, além do sentimento de medo, culpa ou que seja descoberta. Pois diferente de um aplicativo que seja necessário realizar download, o meio virtual não deixa sinais de que foi consultado.

Muitas vezes quando as mulheres passam por situações em que são colocadas em posição de vulnerabilidade, elas se sentem oprimidas, coibidas a não denunciarem, pois necessitam se deslocar até uma unidade policial. E, em caso de cidades menores, onde as pessoas normalmente se conhecem, é ainda mais difícil realizar a denúncia por medo de serem reconhecidas e acabam se sujeitando a suportarem tal situação.

Além do fator medo de denunciar, ainda existia outro fator agravante: a incerteza e o medo de contaminação do vírus da Covid-19 podendo levar às vítimas a desistirem ainda com mais frequência de realizar a denúncia.

No entanto, essa mudança de comportamento, conforme Castells (2002), para buscar auxílio através do meio virtual e não o convencional está diretamente ligada aos avanços tecnológicos e mudanças nos hábitos sociais que tiveram uma mudança brusca diante do cenário mundial.

Por isso, a adaptação do serviço de registro de ocorrências para o meio digital é de suma importância no processo de conscientização sobre as denúncias, colaborando para uma maior agilidade nos procedimentos. Dessa forma, com essa adaptação foi possível preservar a vida das vítimas, além de proporcionar uma facilidade comunicativa entre as vítimas e o órgão competente.

## 1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

Com o advento da pandemia de Covid-19, diversas alternativas foram utilizadas para que vítimas viessem a pedir ajuda diante de um cenário de violência tanto no âmbito doméstico quanto no familiar. Muitas mulheres recorreram às redes sociais como meio de fuga e pedido de socorro.

Na esfera nacional, o Brasil registrou mais de 105 mil denúncias de violência ao longo do ano de 2020, segundo o Ministério da Mulher, Família e dos Direitos Humanos (MMFDH) em março deste ano. Quando trazemos para o Rio Grande do Norte, segundo a Polícia Civil do RN, o número de registros de boletins de ocorrência no comparativo de sete meses antes e sete meses depois do início dessa pandemia, o aumento foi de 9%.

Dessa forma, temos a seguinte pergunta de pesquisa: como a criação de uma plataforma virtual tem permitido acesso e auxiliado mulheres vítimas de violência doméstica no Rio Grande do Norte?

## 1.2 DELIMITAÇÃO

A presente pesquisa foi realizada a partir do estudo de caso da Delegacia Virtual da Mulher, implantada no ano de 2020, no Rio Grande do Norte, direcionado para mulheres vítimas de violência possam realizar seu registro do Boletim de Ocorrência na internet. Levando em consideração o objetivo geral de “realizar uma análise da usabilidade do portal como serviço à sociedade”, usando como critérios desde a paleta de cores escolhidas, as fontes usadas, a facilidade em localizar nos sites de busca, a sua adaptação para os meios de acesso.

## 1.3 JUSTIFICATIVA

Segundo os dados Alto Comissariado das Nações Unidas para os Direitos Humanos (ACNUDH) do ano de 2015, o Brasil ocupa o 5º lugar no ranking mundial de país com maior índice de violência doméstica, ficando atrás somente de países como El Salvador, Colômbia, Guatemala e Rússia. Os casos de violência doméstica e familiar atingem a toda esfera populacional, independe de raça, cor, ideologia ou condição social.

Por esse motivo, esse trabalho de pesquisa pode ser considerado pioneiro e incentivador para outros estudos acerca da aplicabilidade e a funcionalidade da Delegacia Virtual da Mulher após sua implantação. Esse trabalho também funciona como uma prestação de serviço para a sociedade uma vez que divulga através das mídias a existência da plataforma como alternativa para quem dela necessitar. É um objeto de avaliação acerca de como a tecnologia pode estar a serviço da população e garantindo sua integridade física e psicológica.

### 1.4 OBJETIVO GERAL

Conforme o contexto apresentado anteriormente, esse trabalho tem por objetivo geral: analisar como ocorre o processo de comunicação de denúncias de violência doméstica utilizando a plataforma virtual no estado do Rio Grande do Norte.

### 1.5 MÉTODOLOGIA

Foi adotado um conjunto de procedimentos metodológicos para atender aos objetivos propostos por esse trabalho, a saber: I) revisão bibliográfica – serviu para levantamento do referencial teórico e coletas de dados utilizados por esse trabalho; II) análise da usabilidade da plataforma – serviu para compreender quais eram as deficiências da plataforma bem como sua usabilidade por parte do visitante, o que ele poderia encontrar; III) análise do número de denúncias em casos de violência contra mulher – utilizado no processo de compreender a importância de uma plataforma como esta como forma de auxiliar as vítimas. A seguir, cada um desses processos será detalhado.

A revisão bibliográfica foi desenvolvida por meio do estudo de documentos e análise de dados provenientes de acervos digitais de artigos já publicados, consultas ao portal disponibilizado na internet, livros com a seguinte temática: de como a comunicação por meio de plataformas virtuais auxilia e dá suporte às vítimas que sofrem com casos de violência no ambiente doméstico.

A construção teórica foi fundamentada para obter uma concretude nos resultados da análise feita com base em conceitos da comunicação, no embasamento jurídico e histórico envolvendo a temática.

Além disso, a pesquisa de dados também foi utilizada como meio de informação e embasamento para construção de uma análise de aplicabilidade e funcionalidade da plataforma estudada.

No que se refere às fontes utilizadas para o embasamento da pesquisa:

1. Registros estatísticos de dados disponibilizados pela Polícia Civil do Rio Grande do Norte, com objetivo de coleta e análise do que foi recebido.
2. Comunicação de massa: jornais, documentários, sites, programas de rádio e televisão; possibilitando uma pesquisa em diversos aspectos da sociedade na perspectiva atual e do contexto histórico passado. Entretanto, foi necessário um cuidado para filtrar e checar as informações recebidas, para que não ocorresse o risco de informações falsas ou deturpadas.
3. Pesquisa netnográfica, ou seja, pesquisa realizada a partir de consultas na internet.

Já para a análise de usabilidade, alguns critérios foram utilizados como análise do fluxo de acesso, acessibilidade, comunicação visual (cores e tipografia), responsividade com o objetivo de verificar a facilidade por parte do usuário para o acesso e manuseio da plataforma disponível no *website*. Além de um panorama no número de denúncias que foram recebidas antes da chegada da pandemia no país e após a criação da plataforma virtual, retratando a importância de uma acessibilidade virtual a esses serviços por meio da internet.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 COMUNICAÇÃO VIRTUAL

Os meios de comunicação de massa sempre foram predominantes fontes de informação para a sociedade, ocupando uma posição de influência na interferência e na construção comportamental e ideológica. Segundo o livro, *Teorias da Comunicação*, do Ministério da Educação (2009, p.22), entende-se como comunicação de massa o processo comunicativo a partir dos veículos de comunicação que atinge grande audiência e de grande repercussão, a exemplo dos jornais impressos, livros, revistas, programas televisivos, rádio, através de uma linguagem padronizada para as pessoas.



Porém, com o passar dos anos a comunicação seguiu os avanços que aconteciam na humanidade e suas descobertas. Com a chegada da internet, a comunicação precisou se adaptar e se fazer presente na rede, com adequações em sua linguagem e estrutura, a fim de atender a demanda de um novo público-alvo que surgia.

Apesar do amplo conceito acerca do que é comunicação virtual, pode definir seu conceito como sendo um meio de interação existente por meio dos veículos de comunicação à distância. Podendo ser caracterizado por um grupo de pessoas que trocam informações e experiências por meio de um ambiente virtual.

A comunicação virtual ou online ou digital é a troca de informação por meio das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), que pode ser definida como um conjunto de recursos tecnológicos, utilizados de forma integrada, com um objetivo comum (PACIEVITCH,2018).

O volume de informações que circulam nas plataformas virtuais, por meio da internet, é muito grande. Dessa forma, cada vez mais percebemos a migração do público que comumente estaria se informando por meio de veículos de massa para a informação através de sites e blogs.

### 2.2 PORTAIS

Rotineiramente, acessamos portais, sites ou blogs para nos mantermos informados. Principalmente diante da facilidade em obter a informação através do smartphone e a adaptação da linguagem comunicativa e das plataformas para atender essa modernização que acontece.

Considera-se um portal, uma página na internet que serve como um local de acesso para informações e serviços. Os portais de informação são aqueles que armazenam grandes conteúdos a partir de temas, conectando assim o usuário às informações. Assim como afirma MURRAY (1999) que inclui também como portais de informações, aqueles que são utilizados como portais de serviço, que servem como prestação de serviço à sociedade. Neste tipo, diferente dos portais de informação, os de serviço eles não buscam aumentar os números de interações ou engajamentos, a sua proposta é ser útil quando for necessário para o internauta.

Os portais permitem ao internauta um acompanhamento quase que instantâneo do que acontece. Seja tanto um portal de revista que atualiza seus

periódicos semanalmente, quanto seja um portal de notícias que atualiza de hora em hora, servindo assim como agente construtor de conhecimento.

Existem diversas formas de produzir, distribuir e consumir o conhecimento nesse universo virtual. Assim como explica Marcelo Póvoa (2000), através da teoria da linearidade, a utilização dos portais. *“Na percepção de quase tudo na vida espera-se que haja um começo, um meio e um fim. Os seres humanos quase sempre gostam de usar a linearidade do tempo como referência para suas ações”*. Ou seja, quem vai à busca de se informar ou buscar um serviço através de um portal, quer seguir uma linha cronológica em que apresenta início, meio e fim.

### 2.3 DELEGACIA ESPECIALIZADA EM ATENDIMENTO À MULHER

As Delegacias Especializadas em Atendimento à Mulher (DEAM's) representam uma grande conquista de uma causa feminista brasileira, pois a legislação brasileira só criminalizou de maneira específica a violência doméstica no ano de 1985. Ao longo dos anos da década de 1970, a causa feminista tentou provar que a violência doméstica era o que mais vitimava as mulheres, desde então os veículos de comunicação começaram a dar notoriedade sobre o assunto.

Segundo Souza e Cortez (2014), o auge da luta por uma punição e atenção maior a esse tipo de violência foi no ano de 1976, quando ocorreu o assassinato de Ângela Diniz, no dia 30 de dezembro de 1976, por seu então companheiro, que durante o julgamento foi considerado inocente.

No cenário nacional, as feministas criaram um movimento denominado “SOS Mulher”, com intuito de oferecer o suporte psicológico, jurídico e assistencial, para mulheres, vítima da violência. No ano de 1985, o então presidente José Sarney (PMDB), criou o Conselho Nacional dos Direitos da Mulher (CNDM), mas apesar de abordar a temática, não possuía a finalidade de monitorar ou executar essas políticas estabelecidas pelo conselho (Pasinato e Santos, 2006; Santos, 2008).

Após isso, os movimentos e organizações continuaram a pressionar o governo para que reconhecessem a violência contra mulher. Ainda no ano de 1985, no estado de São Paulo, o então governador Franco Montoro (MDB, 1982 – 1985), propôs a criação da primeira Delegacia de Defesa da Mulher (DDM), que tinha como objetivo segundo o Decreto 23.769, de 6 de agosto de 1985, a investigação de crimes contra pessoas do sexo feminino.

Apesar do grande avanço na criação da DDM, ela ainda deixou de abordar crimes de homicídio e lesão corporal, pois seria de responsabilidade investigar apenas crimes de cunho sexual. Após a inauguração da unidade, ficou comprovada a necessidade de expandir sua atuação, pois a maioria das vítimas que procuravam o atendimento era em decorrência de espancamentos (Santos, 2008).

Com toda expectativa criada diante da primeira DDM, a causa feminista continuava a pressionar por outras necessidades, como por exemplo, a instalação de casas abrigo. Mas, só no ano de 2003, durante o governo do presidente Lula (PT), o poder legislativo criou legislações, normas e decretos de coibição e prevenção à violência de gênero, com a criação da Secretaria de Políticas para as Mulheres da Presidência da República (SPM/PR) e só a partir daí que surgiram planos e políticas que atendessem de fato as necessidades das vítimas de violência.

A partir da criação das delegacias especializadas, 17 anos após a criação da primeira unidade, os crimes de natureza doméstica e familiar ficaram sobre sua responsabilidade para investigação, remeter os inquéritos policiais a justiça e o cumprimento de prisões.

Atualmente, no Rio Grande do Norte, a DEAM também atua em conjunto com a Secretaria de Estado das Mulheres, da Juventude, da Igualdade racial e dos Direitos Humanos (SEMJIDH), criada através da Lei Complementar 649, em maio de 2019, pela governadora Fátima Bezerra (PT).

### 2.4 VIOLÊNCIA DOMÉSTICA

A construção histórica e cultural do nosso país é enraizada em conceitos e pré-conceitos machistas, em que por muitas vezes a mulher é colocada em uma situação de submissão para atender somente às necessidades e vontades do seu parceiro.

E com o decorrer dos anos e com o avanço da sociedade, a luta por direitos e por justiça em casos de violência contra mulher. Atualmente, no código penal existe uma legislação direcionada para punir quem comete crimes contra mulher.

Entretanto, em 2001 o Estado brasileiro foi condenado na Comissão Interamericana de Direitos Humanos por violar direitos e deveres previstos na Convenção de Belém do Pará no caso de Maria da Penha Maia Fernandes. Esta convenção previa a eliminação, prevenção, punição e erradicação da violência contra a mulher e foi ratificada pelo Brasil em 1995 após aprovação em assembleia na ONU

no ano anterior. Maria da Penha sofreu duas tentativas de homicídio por parte do então marido e seu nome foi eternizado na Lei nº 11.340/2006 após o estado finalmente perceber a necessidade de intensificar as medidas de combate a violência contra mulher.

Após a criação dessa Lei, a DEAM volta a instaurar inquéritos, investigar denúncias e encaminhar pedidos de abertura de processos à Vara Criminal responsável, dentre outras funções, já que agora havia uma legislação exclusiva para direcionar estas atribuições (Souza e Cortez, 2014)

No dia de 07 de agosto de 2006 a Lei nº 11.340, conhecida como Lei Maria da Penha, foi sancionada pelo presidente da época, Luiz Inácio Lula da Silva (PT). Esse projeto de lei foi criado como forma de reparação do Brasil e do Governo do Ceará, exigido pela justiça internacional, após o caso de Maria da Penha.

Após a sanção da lei, cada vez mais a luta por direitos das mulheres vem crescendo e ganhando força. Com a chegada da pandemia do Covid-19, acendeu um sinal de alerta acerca de como seria o cenário nacional, se aumentaria o número de casos, em decorrência da maior convivência das pessoas dentro de casa uma vez que medidas de distanciamento e isolamento social foram tomadas para conter a disseminação dessa doença.

Segundo o relatório divulgado pelo Observatório da Mulher da Violência contra mulher, ao longo do ano de 2020, o Brasil registrou 105 mil denúncias de violência contra mulher durante o período da pandemia.

Conforme um estudo realizado pelo Fórum Brasileiro de Segurança Pública (FBSP), ao longo do ano de 2020, em que se iniciou a pandemia, um em quatro mulheres foi vítima de algum tipo de violência, ou seja, representando 17 milhões de mulheres. Quando comparado ao ano de 2019, representa certa estabilidade, porém com sinais que devem ser levados em consideração, como o número de registros de violência no ambiente doméstico.

Quando essa realidade é trazida para o nosso estado, segundo os dados fornecidos pela Coordenadoria de Estatísticas e Análise Criminal (Coine) da Secretaria de Estado da Segurança Pública e Defesa Social do RN (Sesed), para casos baseados na Lei Maria da Penha, quando comparamos os anos de 2019 até o mês de setembro de 2021, percebemos constantes aumentos no número de registros.

No ano de 2019, foram realizados 1.045 registros em todo estado, mas quando analisamos o ano de 2020 em que ocasionou a pandemia e as medidas restritivas

esse número passou para 2.944 registros, porém o mais alarmante é perceber que até setembro de 2021, o número de registros já duplicou quando comparado ao ano anterior, sendo até o momento 4.388 registros.

### 2.5 DELEGACIA VIRTUAL DA MULHER

O Rio Grande do Norte por meio da Polícia Civil do RN em parceria com o Ministério da Justiça e Segurança Pública (MJSP) e Secretaria Nacional de Segurança Pública (Senasp), implantou a Delegacia Virtual, que permite que o cidadão registre seus boletins de ocorrência através do portal virtual.

Atualmente, a plataforma permite que sejam registrados 19 tipos de crimes, dentre eles: perda ou extravio de documento ou objeto, comunicação de fato, ameaça, furto, roubo, estelionato, injúria, difamação, calúnia, acidente de trânsito sem vítima, dano, vias de fato, perturbação do sossego, desaparecimento de pessoa, constrangimento ilegal, maus-tratos contra animais, localização de pessoa desaparecida e dano causado por acidentes naturais e está em funcionamento por 24 horas.

Além disso, essa ferramenta garante que a vítima consiga prestar sua queixa de uma forma segura, em decorrência do período pandêmico que vivemos em que devemos evitar sair de casa.

Após a implantação da Delegacia Virtual, no ano de 2020, foi aprovada na Assembleia Legislativa do Rio Grande do Norte com proposta da deputada estadual Isolda Dantas e sancionada pela Governadora Fátima Bezerra através da Lei nº 10.726, a criação da Delegacia Virtual para enfrentamento à violência contra mulher.

Em junho do mesmo ano, entrou em funcionamento essa nova plataforma, que através dela a vítima consegue registrar sua ocorrência através do portal. No site, é permitido realizar o registro de crimes no âmbito doméstico e familiar, bem como crimes de cunho sexual.

Diante dessa nova criação, as vítimas ficam em segurança para realizarem suas denúncias sem que precisem se deslocar para uma unidade policial. O que facilita bastante seu acesso uma vez que cidades do interior do estado do Rio Grande do Norte não possuem delegacias especializadas.

Outro ponto facilitador é a celeridade que os processos ganharam com a chegada da Delegacia Virtual da Mulher. Pois após o registro na plataforma, o

procedimento já é encaminhado diretamente para unidade onde é feito a investigação e já é dado um parecer.

Porém, em casos que envolvam agressões, lesões corporais, a orientação é que o registro pode ser feito pela delegacia virtual, mas que a vítima procure uma unidade policial física para que possa ser encaminhada para realização de um exame de perícia.

### 3 ANÁLISE DA PLATAFORMA

Nessa seção serão apresentadas as análises da plataforma da Delegacia Virtual da Mulher, levando em consideração aos seguintes aspectos: fluxo de acesso, acessibilidade, comunicação visual (cores e tipografia), responsividade, respectivamente.

#### 3.1. FLUXO DE ACESSO

A vítima ou declarante que procure algum serviço da Delegacia da Mulher encontrará com facilidade através de mecanismos de busca, ao pesquisar por " *Polícia Civil do RN*" e logo, aparecerá o site ([www.policiacivil.rn.gov.br](http://www.policiacivil.rn.gov.br)) e será redirecionada para a página. Ao entrar no site da Polícia Civil, o link de acesso para a da Delegacia Virtual da Mulher estará disponível através de uma imagem no banner rotativo principal do site, que tem como objetivo chamar atenção do visitante.

Percebe-se que, quando o usuário se conecta na página é impactado com uma imagem forte, marcante baseada em tonalidades escuras, através da psicologia das cores que segundo Clemente (2020): busca compreender o comportamento humano em relação às cores, analisa e define os efeitos que cada cor gera nas pessoas, como mudanças nas emoções, nos sentimentos, a criação de desejos e muito mais. Essa psicologia das cores é aplicada principalmente durante o desenvolvimento de campanhas de marketing e publicitárias e também deve ser levada em conta nesse contexto. No banner disponibilizado no site, percebemos o uso predominante do preto, contrastando com as demais cores usadas no banner. A cor preta, segundo a psicologia das cores, remete a um sentimento de força, porém pode também ser associado ao medo, ao mistério, até mesmo remeter a uma memória emocional passada. Já os detalhes em tons dourados, remetem a uma sensação de grandeza,

de preciosidade, além de estar sendo usado como combinação para o brasão da instituição.

A respeito da imagem que compõe essa arte do banner, a figura de uma mulher com sinais de tristeza, semelhante a um semblante de choro e dor, traz consigo uma mensagem subjetiva para que a vítima possa se identificar com aquela situação e se sensibilize e tome a decisão em denunciar o caso de violência que vem vivenciando. O uso de uma fotografia com a técnica de luz e sombra, também remete a uma sensação de medo, insegurança por parte da vítima, além do foco que é dado no posicionamento da mão próximo ao rosto.

Após clicar na referida imagem do banner principal, uma nova página é aberta contendo Delegacia Virtual da Mulher como título e a mesma imagem do banner. Porém ao clicar novamente na imagem, nada acontece. Então, para ter acesso verdadeiramente a plataforma da Delegacia Virtual da Mulher é necessário clicar na palavra *aqui* na legenda da imagem o que acaba dificultando o acesso a plataforma. Este redirecionamento deveria acontecer automaticamente ao clicar na imagem do banner na página inicial da Polícia Civil do RN.

### 3.2. ACESSIBILIDADE

Uma vez que se conseguiu acesso a Delegacia Atendimento da Mulher (DEAM), é importante estar ciente de que as informações a serem oferecidas durante o serviço devem ser verdadeiras e legítimas, pois qualquer informação falsa ou com intenção de causar prejuízo a terceiros é passível de autuação.

A visitante irá iniciar seu boletim fornecendo dados sobre o declarante, que não necessariamente precisa ser a vítima, por isso é importante que outras pessoas sejam encorajadas a denunciar quando presenciarem casos de violência contra mulher no âmbito familiar ou doméstico. Após esses dados, será imprescindível adicionar detalhes e informações sobre o suspeito, pois quanto mais detalhes sobre a pessoa e a circunstância ao qual está envolvido, mais fácil será para que os agentes de segurança possam localizar o agressor e aplicar a lei.

Quando finalizado, o boletim de ocorrência necessita ser autenticado, via opção disponível na página inicial, em que será necessário informar o número de protocolo gerado. Após isso, seu registro será encaminhado para a Delegacia Especializada em Atendimento à Mulher (DEAM) ou em casos que não exista a especializada no

município, será destinada a unidade municipal para que ocorram os trâmites investigativos.

Ao avançar para a próxima página, a vítima já passa por uma orientação acerca de como deve ser feita a denúncia em casos que envolvem violência sexual, pois deve ser realizado um exame de corpo delito, ou seja, segundo MACHADO (2004), o exame é um “conjunto de elementos materiais ou vestígios que indicam a existência de um crime”, encaminhado pela Delegacia Especializada em Atendimento à Mulher (DEAM) ou em casos que a cidade não tenha, deve ser encaminhado pela unidade municipal.

Quando avançado para poder dar início ao registro de ocorrência de fato, a vítima irá preencher com seus dados os campos em aberto e informar qual o tipo de crime, baseado na Lei Maria da Penha.

O avanço para as próximas páginas só pode ser mediante o preenchimento obrigatório, o que difere da ligação para o disque-denúncia, através do 181, pois quando se registra uma ocorrência não pode ser feita de maneira anônima, é necessário que os dados sejam verídicos.

Na plataforma, também é possível informar se a vítima é estrangeira ou se quiser denunciar uma ocorrência dentro de um ambiente empresarial é possível. Bem como a declarante ser a própria vítima ou não, pois em certas circunstâncias a vítima devido à situação de vulnerabilidade que vive não tem acesso direto à internet, mas uma vizinha ou um parente ou um conhecido pode ajudar e registrar a ocorrência. Bem como após o registro sobre a parte da vítima, é necessário o fornecimento de dados e/ou características do possível autor das práticas delituosas contra a mulher para uma maior precisão na investigação e celeridade nos processos judiciais.

Após o repasse de todas as informações e a finalização do registro em que é informado pela vítima ou declarante da ocorrência, é imprescindível que informe se existe algum grau de parentesco entre as partes, pois para se enquadrar no âmbito da lei Maria da Penha é necessária que seja no ambiente familiar ou doméstico.

Após a finalização, é gerado um protocolo a ser armazenado pelo denunciante. Em seguida, a vítima pode retornar à página inicial para que seja feita a autenticação do boletim de ocorrência. Além disso, é possível acompanhar através desse protocolo o andamento da denúncia.



### 3.3 COMUNICAÇÃO VISUAL

A plataforma estudada utiliza de uma paleta de cores em tonalidades de rosa e lilás. Pois, a tonalidade rosa está diretamente relacionada com a questão feminina, remete a proteção, o romantismo e cuidado. Além disso, a sua associação ao lilás, que remete a sabedoria, o respeito, ainda de acordo com os conceitos de Lüscher (1971). A cor lilás também faz referência a campanha instituída no mês de agosto de enfrentamento e combate à violência doméstica e familiar contra mulher, instituída no ano de 2016, por meio Subsecretaria de Políticas Públicas para Mulheres (SPPM) do Governo do Estado do Mato Grosso do Sul e que foi expandida para os demais estados do país.

Na página principal da Delegacia de Atendimento à Mulher, podemos fazer uma análise além das cores, desde a linguagem verbal que é aplicada no início do portal para o registro do boletim de ocorrência. O uso da fonte vermelha pode impactar o visitante da página, pois está sem uma formatação textual adequada, em que causa um contraste com a fonte preta e os detalhes em tons de roxo.

A comunicação visual diz que para uma consolidação de marca é necessário adotar também uma padronização na tipografia, ou seja, “trata do padrão de fontes que devem ser usadas na comunicação das empresas”. O manual deve mostrar quais são os estilos de letras, se há variações para o negrito, o tamanho em cada aplicação, quando usar cada uma e informar o nome da fonte adequadamente”.

Na plataforma, são utilizadas fontes arredondadas, mas que por estarem de maneira aproximada acaba causando uma sensação de poluição visual, deixando o leitor uma sensação de que não consegue entender a mensagem que está sendo passada. Após essa página de orientação, a vítima passa por um processo de triagem para saber se de fato é na Delegacia Virtual da Mulher ou deve ser direcionada para delegacia virtual envolvendo outras práticas ilícitas.

Em comparação a página anterior, essa página já utiliza uma padronização na tipografia, que causa um conforto visual maior ao visitante do site. Além disso, é retomada a predominância da tonalidade preta, para ter maior impacto de leitura. A diagramação aplicada nesta página proporciona uma leitura mais dinâmica e objetiva, tendo em vista que muitas vezes as vítimas estão em casa e tendem a fazer essa busca às escondidas de seu agressor. Em síntese, quanto mais prático e simples for, mais a vítima se sente confortável em realizar.

### 3.4 RESPONSABILIDADE

Um site, independentemente de sua finalidade e origem de desenvolvimento (empresa privada ou órgão público), deve ser pensado e desenvolvido em um layout que possa ser adaptado para diversas versões, seja em aparelho celular, tablete, computador ou outras plataformas tecnológicas.

Porém, quando adentramos nos conceitos da área de programação, podemos perceber a diferença entre o que se define como site responsivo e site mobile. Segundo Marcotte (2010), um site é responsivo quando se adequa às necessidades do usuário, ou seja, ele irá se adaptar independente de sua forma de acesso.

Já um site direcionado para o mobile é aquele que tem uma versão exclusiva para exibição em dispositivos móveis, independentemente de sua programação para o uso no computador. Dessa forma, um site mobile será todo reprogramado para que exista na sua versão mobile. Baseado nos conceitos e diferenças acima citados, podemos construir uma análise tanto do site da Polícia Civil do RN que redireciona para a página inicial da DEAM quanto da DEAM onde é iniciado o registro da ocorrência.

O site disponibilizado pela Polícia Civil é um website que apesar de pertencer a um dos órgãos de prestação de serviço para a população, não está configurado para ser um site responsivo e nem mobile, pois quando é acessado por outros meios que não sejam computador ou notebook, seu conteúdo é afetado, não ficando uma visualização completa do que está disponível, além disso a navegação e a parte clicável também fica comprometida, sendo assim, uma página que o visitante terá dificuldades para navegar caso o acesso seja por outras telas.

Diferentemente, quando a página da delegacia é acessada, torna-se um site responsivo, com todas as propriedades preservadas, sem que existam cortes ou prejuízos no conteúdo disponibilizado. A dificuldade pode surgir quanto ao tamanho das fontes, dependendo do meio de acesso, dificuldade de saber o que pode ser clicado uma vez que não há botão no formato padrão utilizado.

Para que a plataforma se torne ainda mais acessível para as vítimas é necessário que a adaptação seja contínua, além disso, é de suma importância que uma plataforma de serviço possua uma área direcionada para um feedback dos usuários em caso de problemas de acesso ou dúvida sobre formas de manuseio.

Além disto, quando realizamos testes disponíveis por meio da plataforma do Google para checagem do site da Polícia Civil se adequar a realidade do acesso nos demais meios de acesso sem que haja prejuízos de conteúdo ou não. Os resultados que obtivemos mostram que é necessária uma adequação de tamanho das fontes, a parte dos elementos clicáveis também fica com espaço reduzido, o que prejudica a navegação.

Quando o mesmo teste foi realizado para a plataforma da Delegacia Virtual da Mulher, o retorno obtido foi positivo, pois, segundo a análise realizada pelo site, ela consegue fazer essa adaptação de tela.

#### 4 ANÁLISE DE ESTATÍSTICAS

Nessa seção serão apresentadas as análises estatísticas dos números de registros de violência doméstica no Rio Grande do Norte ao se comparar os anos de 2019, 2020 e 2021. E, também, avaliar a contribuição da plataforma da Delegacia Virtual da Mulher para o aumento ou não do número de registros ao se comprar os anos de pré-pandemia e durante a pandemia de Covid-19.

A partir dos dados coletados percebemos um crescente no número de vítimas que realizaram registro de algum tipo de crime através de unidade policial presencial, mas, em especial, pelo meio virtual implantado no ano de 2020. Quando analisamos o ano que antecede a pandemia, 2019 percebemos que a procura para registros é baixa principalmente no primeiro semestre do ano, contrário do que acontece no ano seguinte em que o aumento no número foi de 181,7%, sendo o março com maior aumento. Recordando também que no mês de março são realizadas constantes campanhas em alusão ao dia da mulher e a importância de que ela não se cale diante de situações que a coloquem em risco. Contudo, é alarmante perceber que ao longo dos nove meses de 2021, os números quadruplicaram.

Quando realizamos um corte mais específico no comparativo ao ano que antecede a pandemia e o ano de início conseguimos perceber números alarmantes do quanto o isolamento e a convivência maior entre cônjuges e/ou familiares propiciaram o crescimento no número desses casos. Primeiro crime a ser analisado é de estupro.

**Violência contra a mulher****Estupro de mulheres**

| <b>Variação Mensal</b> | <b>2019</b> | <b>2020</b> | <b>2019-2020</b> |
|------------------------|-------------|-------------|------------------|
| Janeiro                | 25          | 37          | 48,0%            |
| Fevereiro              | 19          | 43          | 126,3%           |
| Março                  | 33          | 30          | -9,1%            |
| Abril                  | 21          | 27          | 28,6%            |
| Maiο                   | 22          | 27          | 22,7%            |
| Junho                  | 45          | 35          | -22,2%           |
| Julho                  | 28          | 38          | 35,7%            |
| Agosto                 | 40          | 53          | 32,5%            |
| Setembro               | 36          | 39          | 8,3%             |
| Outubro                | 36          | 53          | 47,2%            |
| Novembro               | 33          | 57          | 72,7%            |
| Dezembro               | 35          | 44          | 25,7%            |
| <b>Total Geral</b>     | <b>373</b>  | <b>483</b>  | <b>29,5%</b>     |

*Fonte: COINE | Metodologia Análise de Data Warehouse da SENASP e Delegacias de PCRN*

*Tabela 1: Comparativo entre os anos de 2019, 2020 para crimes de estupro*

Diante dos dados, percebemos uma constante de aumento de crimes dessa natureza, tendo novembro como o mês destaque para o grande crescimento de mais de 72%. Apesar de março e junho representarem uma queda, ainda são de baixa representatividade, pois os números são alarmantes e que ainda requerem uma maior intervenção pública e social. Nesta mesma perspectiva conseguimos fazer uma análise acerca do número de mulheres que foram vítimas de algum tipo de ameaça, neste biênio.

**Violência contra a mulher****Mulheres vítimas de ameaça**

| <b>Variação Mensal</b> | <b>2019</b> | <b>2020</b> | <b>2019-2020</b> |
|------------------------|-------------|-------------|------------------|
| Janeiro                | 279         | 462         | 65,6%            |

## Comunicação e Mídias: Tecnologias na Atualidade

|                    |              |              |             |
|--------------------|--------------|--------------|-------------|
| Fevereiro          | 294          | 420          | 42,9%       |
| Março              | 279          | 316          | 13,3%       |
| Abril              | 303          | 220          | -27,4%      |
| Maio               | 372          | 264          | -29,0%      |
| Junho              | 292          | 209          | -28,4%      |
| Julho              | 379          | 292          | -23,0%      |
| Agosto             | 392          | 396          | 1,0%        |
| Setembro           | 430          | 423          | -1,6%       |
| Outubro            | 379          | 510          | 34,6%       |
| Novembro           | 420          | 518          | 23,3%       |
| Dezembro           | 445          | 464          | 4,3%        |
| <b>Total Geral</b> | <b>4.264</b> | <b>4.494</b> | <b>5,4%</b> |

Fonte: COINE | Metodologia Análise de Data Warehouse da SENASP e Delegacias de PCRN

Tabela 2: Comparativo entre os anos de 2019, 2020 para crimes de ameaça

Mas quando direcionamos para o número de casos de violência doméstica, as estatísticas não escondem a necessidade que existe de uma intervenção maior por parte do estado e de que vítimas precisam estar conscientes de que denunciar é uma prova de coragem e lutar para sair dessa situação. Quando o recorte é feito de ocorrências atendidas pela polícia ostensiva, a Polícia Militar percebemos que apesar do período de isolamento os números de chamados desta natureza permaneceram quase que constantes. Além disso, que nesses casos chamados por meio do 190, eram circunstâncias e ocorrências que já possuíam as vias de fato concretizadas, ou seja, nesses casos, o crime de lesão corporal já havia sido confirmado.

### Violência contra a mulher

#### Lesão Corporal em Violência Doméstica - Ocorrências atendidas via 190 (Polícia Militar)

| Variação Mensal | 2019 | 2020 | 2019-2020 |
|-----------------|------|------|-----------|
| Janeiro         | 235  | 290  | 23,4%     |
| Fevereiro       | 255  | 249  | -2,4%     |

|                    |              |              |             |
|--------------------|--------------|--------------|-------------|
| Março              | 298          | 256          | -14,1%      |
| Abril              | 297          | 306          | 3,0%        |
| Maio               | 320          | 294          | -8,1%       |
| Junho              | 294          | 300          | 2,0%        |
| Julho              | 227          | 286          | 26,0%       |
| Agosto             | 256          | 320          | 25,0%       |
| Setembro           | 283          | 276          | -2,5%       |
| Outubro            | 280          | 301          | 7,5%        |
| Novembro           | 266          | 320          | 20,3%       |
| Dezembro           | 330          | 295          | -10,6%      |
| <b>Total Geral</b> | <b>3.341</b> | <b>3.493</b> | <b>4,5%</b> |

Fonte: COINE | Dados oriundos do CIOSP

Ocorrências Atendidas em Natal e Região Metropolitana

Tabela 3: Comparativo entre os anos de 2019, 2020 para ocorrências atendidas de violência doméstica através do 190

Constante essa oposta ao que acontece ao analisarmos os dados de casos registrados através da Delegacia Virtual da Mulher e nas unidades policiais, em que os números quadruplicaram com o advento da maior acessibilidade para a formalização de denúncias e a possibilidade de terceiros estarem informando a prática desses crimes.

### Violência contra a mulher

#### Mulheres vítimas de violência doméstica

| Variação Mensal | 2019 | 2020 | 2019-2020 |
|-----------------|------|------|-----------|
| Janeiro         | 42   | 334  | 695,2%    |
| Fevereiro       | 54   | 335  | 520,4%    |
| Março           | 56   | 301  | 437,5%    |
| Abril           | 85   | 288  | 238,8%    |
| Maio            | 96   | 295  | 207,3%    |
| Junho           | 73   | 229  | 213,7%    |

|                    |              |              |               |
|--------------------|--------------|--------------|---------------|
| Julho              | 134          | 311          | 132,1%        |
| Agosto             | 218          | 393          | 80,3%         |
| Setembro           | 255          | 362          | 42,0%         |
| Outubro            | 254          | 438          | 72,4%         |
| Novembro           | 274          | 419          | 52,9%         |
| Dezembro           | 336          | 421          | 25,3%         |
| <b>Total Geral</b> | <b>1.877</b> | <b>4.126</b> | <b>119,8%</b> |

*Fonte: COINE | Metodologia Análise de Data Warehouse da SENASP e Delegacias dePCRN*

*Dados referentes ao somatório dos registros de Maria da Penha para os crimes: ameaça, calúnia, descumprimento de medidas protetivas de urgência, difamação, injúria, lesão corporal, vias de fato, estupro, estupro de vulnerável e violência doméstica no âmbito familiar contra a mulher. Em destaque período de mudança de base de dados*

*Tabela 4: Comparativo entre os anos de 2019, 2020 para ocorrências atendidas de violência doméstica*

A variação entre este período foi de mais de 110%, reflexo de uma maior abertura para que as vítimas ou declarantes pudessem estar buscando orientações e, além disso, a celeridade com o que os inquéritos policiais passam a ser encaminhados e também o deferimento de medidas protetivas. É necessário compreender que a problemática da violência doméstica está diretamente ligada com a acessibilidade da informação, do acolhimento e acima de tudo da conscientização de que não ficará impune, mesmo que muitas vezes as vítimas recuem de sua denúncia por medo, por achar que não saberá conduzir o resto da vida sem o companheiro ao lado.

O aumento no número de casos de violência doméstica acende ainda outro alerta para que as autoridades direcionem políticas públicas e assistenciais para grupos que estão em situação de vulnerabilidade social e econômica.

## 5 CONCLUSÃO

Com o advento da pandemia, medidas sanitárias de distanciamento social e isolamento foram aplicadas a fim de restringir a grande circulação de pessoas em

ambientes evitando dessa maneira a transmissão da Covid-19. Desta forma, alguns serviços públicos foram afetados, o que também aconteceu com as unidades policiais. Porém, a violência continuou a fazer mais vítimas uma vez que mulheres passaram a conviver com o seu agressor que também estava em isolamento dentro de casa.

Essas medidas sanitárias dificultaram a denúncia da violência doméstica. Dessa forma, o estado do Rio grande do Norte criou mecanismos para facilitar a criação de Boletins de Ocorrência de maneira virtual para que as vítimas possam fazê-lo sem sair de casa. Porém percebe-se, mesmo assim, um crescente no número de registros de casos de violência doméstica contra mulheres.

A partir do objetivo geral estabelecido em “analisar como ocorre o processo de comunicação via plataforma virtual para denúncias de violência doméstica no Estado do Rio Grande do Norte”, foi possível realizar um recorte do cenário da violência doméstica no Rio Grande do Norte entre os anos de 2019 e 2020 e a importância da virtualização do processo de registro de denúncias em casa dessa natureza. Levando em considerações a contextualização histórica, estatística e análise de acessibilidade, foi realizado um estudo bibliográfico e explicativo sobre a importância do portal para a sociedade.

A análise dos dados e da usabilidade do portal foi fundamental para constatar que o poder público precisa estar em constante adaptação e presente das mais diversas formas em contato com o público em situação de vulnerabilidade. Com a implantação de Delegacia Virtual da Mulher, muitas vítimas foram encorajadas a denunciar ou até mesmo terceiros a realizarem a formalização da denúncia, quebrando o paradigma de que “em briga de marido e mulher não se mete a colher”, apresentando ainda que a crescente no número de registros se dá por essa abertura ao público.

Esse serviço implantado em meados de março de 2020 é de extrema relevância para sociedade e poder público. Porém, ainda se faz necessário uma maior intervenção, tendo em vista que apesar do acesso ser via internet, as unidades físicas são insuficientes para atender toda a demanda, será necessária a ampliação desse serviço e, além disso, uma preparação maior do estado para o fornecimento de casas-abrigos e suporte psicológico, financeiro para as vítimas de violência doméstica e familiar.

Ainda sobre a plataforma da Delegacia Virtual, se faz necessário uma maior divulgação do serviço, através de campanhas publicitárias, espaços em veículos de



comunicação, para que se torne ainda mais público o serviço disponível. Pois a comunicação é o grande pilar para difusão do serviço e acima de tudo, contribuir para conscientização e a coibição de que os casos de violência contra mulher no âmbito doméstico e familiar, além de traçar estratégias a fim de facilitar ainda mais o acesso e a utilização do portal.

Conforme os dados apresentados, a crescente no número de registros ao longo de 2020 deu-se também por essa facilidade no acesso e o ato discreto de formalizar sua denúncia sem que haja a necessidade de se locomover. Outrossim, é preciso que a comunicação visual utilizada em todo procedimento seja padronizada, para que o processo comunicativo seja facilitado.

Todo conteúdo aqui apurado abre caminho para que novos estudos sejam realizados, oportunizando que novas análises sejam feitas e que possam assim constatar que os índices de violência doméstica e familiar contra a mulher estejam de fato sendo reduzidos e cada vez mais as mulheres possam estar conquistando seu espaço e ter mais voz diante dos seus direitos.

## REFERÊNCIAS

### SITES

AGOSTO Lilás. [S. l.], 2021. Disponível em: <https://www.naosecale.ms.gov.br/agosto-lilas/>. Acesso em: 9 nov. 2021.

CANAIS registram mais de 105 mil denúncias de violência contra mulher em 2020. [S. l.], 8 mar. 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/assistencia-social/2021/03/canais-registram-mais-de-105-mil-denuncias-de-violencia-contramulher-em-2020>. Acesso em: 10 nov. 2021.

COMUNICAÇÃO virtual: comunicação online. [S. l.], 26 maio 2018. Disponível em: <https://know.net/ciencinformtelec/informatica/comunicacao-virtual/>. Acesso em: 12 jun. 2021.

ENTENDA o que é Psicologia das Cores e descubra o significado de cada cor. [S. l.], 22 jul. 2020. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/psicologia-das-cores/>. Acesso em: 6 set. 2021.

ENTENDA o que é um Manual de Marca. [S. l.], 21 maio 2019. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/manual-de-marca/>. Acesso em: 6 set. 2021.

MARCOTTE, Ethan. Web design responsivo. **A List Apart**, [s. l.], 25 maio 2010. Disponível em: <https://alistapart.com/article/responsive-web-design/>. Acesso em: 13 out. 2021.

MOBILE friendly: o que é e as vantagens de ter um site otimizado para dispositivos móveis. [S. l.], 22 out. 2018. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/mobile-friendly-vantagens-site-otimizado/>. Acesso em: 18 out. 2021.

QUAL a Diferença Entre Site Mobile e Site Responsivo?. [S. l.], 17 jan. 2019. Disponível em: <https://br.godaddy.com/blog/qual-a-diferenca-entre-site-mobile-e-site-responsivo/>. Acesso em: 2 set. 2021.

QUEM é Maria da Penha. [S. l.], 26 jan. 2018. Disponível em: <https://www.institutomariadapenha.org.br/quem-e-maria-da-penha.html>. Acesso em: 4 jun. 2021.

RN terá primeira delegacia virtual para receber denúncias de violência contra a mulher. [S. l.], 20 maio de 2020. Disponível em: <https://www.saibamais.jor.br/rn-tera-delegacia-virtual-para-receber-denuncias-de-violencia-contr-a-mulher-e-aprovado-na-alrn>. Acesso em: 27 abr. 2021.

RIO Grande do Norte terá delegacia virtual em defesa das mulheres. [S. l.], 9 jun. 2020. Disponível em: <https://www.blogdajuliska.com.br/rio-grande-do-norte-tera-delegacia-virtual-em-defesa-das-mulheres>. Acesso em: 8 jun. 2021.

TECNOLOGIA da Informação e Comunicação. [S. l.], 12 mar. 2018. Disponível em: <https://www.infoescola.com/informatica/tecnologia-da-informacao-e-comunicacao/>. Acesso em: 14 jun. 2021.

MURRAY, Gerry. The portal is the desktop. Intraspect, May/June 1999. [online], outubro 1999. [[http://www.groupcomputing.com/Back\\_Issues/1999/MayJune1999/mayjune1999.html](http://www.groupcomputing.com/Back_Issues/1999/MayJune1999/mayjune1999.html)].

#### LIVROS E REVISTAS:

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. 6ª Edição. ed. Brasil: Paz e Terra S/A, 2002.

HÜHNE, L. M. (org.). **Metodologia Científica**: caderno de textos e técnicas. Agir, 1997.

LÜSCHER, Max. **O Teste das Cores de Lüscher**. [S. l.]: Editora Renes, 2008.

MACHADO, Angela C. Cangiano. JUNQUEIRA, Gustavo Octaviano Diniz. FULLER, Paulo Henrique Aranda. **Elementos do Direito**: Processo Penal. São Paulo: Prima Cursos Preparatórios, 2004.

PÓVOA, Marcello. **Anatomia da Internet** - investigações estratégicas sobre o universo digital. Rio de Janeiro, Casa da Palavra, 2000.

SODRÉ, M. FERRARI, M. H. **Técnica de reportagem**: Notas sobre a narrativa jornalística. São Paulo: Summus, 1986.

SOUZA, Lídio de; CORTEZ, Mirian Beccheri. **A delegacia da mulher perante as normas e leis para o enfrentamento da violência contra a mulher**: um estudo de caso. Rev. Adm. Pública, Rio de Janeiro, v. 48, n. 3, p. 621-639, jun. 2014.

KOZINETS, Robert V. **Netnografia**: realizando pesquisa etnográfica online. Porto Alegre: Penso, 2014

SANTOS, Cecília MacDowell. 2008. **Da Delegacia da Mulher à Lei Maria da Penha**: Lutas feministas e políticas públicas sobre violência contra mulheres no Brasil, Oficina do CES, Centro de Estudos Sociais, 301 (março).

VILALBA, Rodrigo. **Teoria da Comunicação**: conceitos básicos. São Paulo: Ática, 2007. 128 p.



**Capítulo 4**  
**UMA PROPOSTA DE LEITURA PARA O**  
**ROMANCE PÂNTANO DE SANGUE, DE**  
**PEDRO BANDEIRA**

*Felipe Eduardo Canuto Bonini*  
*Sidinei Eduardo Batista*

# UMA PROPOSTA DE LEITURA PARA O ROMANCE PÂNTANO DE SANGUE, DE PEDRO BANDEIRA

**Felipe Eduardo Canuto Bonini**

*Acadêmico do curso de Letras Inglês da Universidade Estadual de Maringá. E-mail:*

*ra113025@uem.br*

**Sidinei Eduardo Batista**

*Doutor pela Universidade Estadual de Londrina. Professor do Departamento de Letras Português-Inglês da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, campus de Pato Branco. E-mail: sidineibatista@professores.utfpr.edu.br*

## RESUMO

O presente trabalho objetiva focar o leitor literário como produtor de sentido no texto, destacando que este o faz a partir dos seus horizontes de expectativas e da capacidade de construção de sentido para a obra. Para tanto, a pesquisa a ser empreendida, respalda-se nos postulados de Hans Robert Jauss e Wolfgang Iser, que refletem o método da Estética da Recepção e a Teoria do Efeito. A partir deste postulado, o leitor e a leitura surgem como elementos privilegiados nos Estudos Literários. Neste sentido, om intuito de tornar o ato da leitura um momento prazeroso e significativo, propomos como objeto de análise deste texto, a narrativa juvenil *Pântano de Sangue*, de Pedro Bandeira. Esta narrativa propõe uma temática que aborda o suspense como linha condutora do seu enredo, o que acreditamos ser provocador de interesse para os jovens. Isso, pois, devido ao seu elo instigador entre: amizade, mistério e aventura. Na perspectiva de análise, a qual submeteremos a obra de Bandeira, sugere que o texto literário não se apresenta como novidade absoluta num espaço vazio, mas, por intermédio de avisos, sinais visíveis e invisíveis, traços familiares ou indicações implícitas, predispõe seu público para recebê-la de uma maneira bastante definida. Ela desperta a lembrança do já lido, enseja logo de início expectativas quanto a “meio e fim”, conduz o leitor a determinada postura emocional e, com tudo isso, antecipa um horizonte geral da compreensão vinculado, ao qual se pode, então – e não antes disso –, colocar a questão acerca da subjetividade da interpretação e do gosto dos diversos leitores ou camadas de leitores.

**Palavras-chave:** Estética da Recepção; Literatura; Formação de Leitores.

## ABSTRACT

This paper aims to focus on the literary reader as producer of meaning in the text, noting that this is from their horizons of expectations and the sense of building capacity for the work. Therefore, the research to be undertaken, backs up the postulates of Hans Robert Jauss and Wolfgang Iser, which reflect the method of *Aesthetics of Reception and Effect Theory*. From this premise, the reader and reading emerge as

key elements in Literary Studies. In this sense, in order to make the act of reading a pleasant and significant moment, as we propose this text reviewed, teen novel, *Pântano de Sangue*, by Pedro Bandeira. This narrative suggests a theme that addresses the suspense as driver of its plot line, which we believe is provocative of interest to young people. This therefore because of its link instigator of friendship, mystery and adventure. In analytical perspective, which will submit the work of Flag, suggests that the literary text is not presented as absolute novelty in an empty space, but, through notices, visible and invisible signs, family traits or implicit indications, predisposes its audience to receive it in a very definite way. It awakens the memory of ever read, gives rise early on expectations of "middle and end," leads the reader to a particular emotional stance, and with all this, anticipates a general horizon of linked understanding, which can then - and not before - put the question about the subjectivity of interpretation and taste the various layers of readers or readers.

**Keywords:** Aesthetics of Reception. Literature. Formation of Readers.

## 1. CONSIDERAÇÕES INICIAIS

A relação leitura e literatura, embora evidente, só passou a ser considerada, dentro do campo dos estudos literários, a partir das primeiras décadas do século XX com o surgimento das teorias destinadas à recepção que destacavam a obra sob a recepção do leitor. Isso ocorreu de forma mais sistemática, porém, somente a partir dos anos 1960 com a ascensão dos estudos pós-estruturalistas. São duas as principais tendências teóricas orientadas para o leitor: as teorias de resposta americanas e a estética da recepção alemã. Contudo, também a crítica fenomenológica, a desconstrução, a crítica psicanalítica, a semiótica estruturalista, e até a New Criticism americana contribuíram para o avanço e a conquista da autoridade do leitor enquanto sujeito, por excelência, da concretização da literatura. ZAPPONE (2005) acredita que esse interesse é tributário, em grande parte, do redimensionamento das noções de autor, de texto e de leitor ocorrido na teoria literária na metade do século passado.

Neste sentido, a concepção de que o texto e conseqüentemente, o significado do texto, pertenciam ao autor deteriora-se como podemos ler em ZAPPONE (2005), que relata que o autor, nas últimas décadas, teve a sua morte declarada. Desse modo, embora seja o produtor do texto, ou seja, aquele que articula linguisticamente as ideias, sentimentos, posições, entende-se hoje que ele não controla o(s) sentido(s) que a sua produção pode suscitar. Dessa forma, o autor não mais é considerado detentor do sentido do texto nem pelos leitores, nem pelos responsáveis por editar o objeto a ser lido.

O texto, por sua vez, desvencilhou-se das amarras estruturalistas/funcionalistas que atribuíam exclusivamente as chaves para a interpretação de uma obra. A partir de novas abordagens da linguagem (pragmática, teoria da enunciação, análise do discurso), que passaram a considerar mais enfaticamente a relação linguagem-sociedade, o texto deixou de ser mera organização linguística que “carrega” ou que “transmite” pensamentos, informações ou idéias de seu produtor. (ZAPPONE, 2005, p.153)

Seguindo esse percurso até agora descrito, e se consideramos “a morte” do autor, o leitor passa a ser determinante no processo de leitura, pois cabe a ele a significação do texto literário. A constituição material do texto, o preto da tinta e o branco do papel só se transformam em sentido quando alguém resolve ler.

E, assim, os textos são lidos sempre de acordo com uma dada experiência de vida, de leituras anteriores e num certo momento histórico, transformando o leitor em instância fundamental na construção do processo de significação desencadeado pela leitura de textos (sejam eles literários ou não). (ZAPPONE, 2005, p.154)

Como percebemos, até o momento, houve uma mudança na tradição, o modo de perceber a constituição da literatura. Neste projeto, nos interessam as teorias que abordam o leitor e sua importância na literatura, sobretudo o trabalho de Wolfgang Iser *O Ato da Leitura, Uma Teoria do Efeito Estético*. Contudo, nos utilizaremos dos demais autores que abordam o leitor e sua importância para a concretização do texto literário. Partindo desta perspectiva, pretendemos observar como o leitor pode ou não ser motivado a um horizonte de expectativa, diante de uma obra literária, pelos meios de mediação da leitura que a circundam e por seu próprio repertório. Por exemplo, as noções de período literário, os meios de circulação da obra, o estilo, o gênero e mesmo o título. No caso deste projeto, a obra literária que constitui o corpus de análise é o livro juvenil de Pedro Bandeira, *Pântano de Sangue*. Partimos do pressuposto de que, por exemplo, o título da obra de Bandeira já sugere um horizonte de expectativas para o seu receptor, portanto, certamente, sugere para o leitor uma narrativa que esteja envolta a fatores ligados à violência e a degradação física humana ou animal.

## **2. A LITERATURA INFANTIL: BREVE RELATO HISTÓRICO E SEU PAPEL NA CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADE DO SUJEITO**

O sociólogo brasileiro, Antonio Candido, em seu artigo *A literatura e a formação do homem* (1972), concebe a literatura como uma força humanizadora, atuando em

sua formação, valorizando o lúdico. Imaginar e criar situações, pela necessidade de consumir fantasias, antecipa o pragmático e racional. Formadora, a literatura é capaz de transfigurar o real, sendo uma arte que carrega como a vida, tanto para o bem quanto para o mal.

Deste ângulo, faz sentido a importância com o contato literário, entendendo como foi a trajetória destinada as crianças e aos jovens em meio a uma sociedade feudal, que pela ascensão da burguesia teve seus valores modificados, na estrutura familiar, na visão de educação, na adaptação da escola, e o atendimento ao capitalismo dominante. Dentro deste contexto, a literatura infantojuvenil, inicialmente inexistente, passa a existir com uma função pedagógica e moralista, usada como instrumento da ideologia dominante e objeto de apreço comercial, seguindo a evolução histórica.

O conceito de literatura infantil surge no momento em que as preocupações sociais se voltam para a criança. Ela “passa a deter um novo papel na sociedade, motivando o aparecimento de objetos industrializados (o brinquedo) e culturais (o livro) ou novos ramos da ciência (a psicologia infantil, a pedagogia ou a pediatria) de que ela é destinatária” (LAJOLO; ZILBERMAN, 1988, p. 17).

Até então, criança, era impedida de ter uma aprendizagem adequada para sua idade, obtendo apenas uma educação imposta pela sociedade e pela igreja nos moldes dos adultos. No século XV, segundo Ariès (1981), a criança não passava de um adulto em miniatura.

[...]. Por essa razão, assim que a criança tinha condições de viver sem a solicitude constante de sua mãe ou de sua ama, ela ingressava na sociedade dos adultos e não se distinguia mais deste. (ARIÈS, 1981, p.156).

A partir do século XVII, segundo Ariès (1981), houve uma mudança dessa formação mais voltada para a religiosidade, com uma educação pela aprendizagem, aproximando a escola e a família, da criança. Deixando de ser vista apenas como um adulto em miniatura, ela passa a ser compreendida como um ser frágil que precisa receber um tratamento cuidadoso e específico para sua idade. No entanto, “O sentimento da infância não significa o mesmo que afeição pelas crianças: corresponde à consciência da particularidade que distingue essencialmente a criança do adulto” (ARIÈS, 1981, p. 156).



Considerando este momento histórico, a infância até então inexistente, tem seu surgimento com a ascensão da burguesia, nova organização familiar e a revolução industrial. A educação torna-se meta fundamental na preparação dos jovens para o trabalho e desempenho social. Repensam-se os produtos culturais destinados aos alunos principalmente o livro. Ele surge com um destinatário específico, a criança, que passa a ter um lugar na sociedade. Aliado a transmissão de valores da classe dominante, o livro tem a função de moldar o jovem leitor aos anseios capitalistas. As histórias que conquistaram maior sucesso, foram os contos de fadas, com teor pedagógico e manipuladores de ideologias, como esclarece Lajolo (1988):

Os laços entre a literatura e a escola começam desde este ponto: a habilitação da criança para o consumo de obras impressas. Isto aciona um circuito que coloca a literatura, de um lado, como intermediária entre a criança e a sociedade de consumo que se impõe aos poucos; e, de outro, como caudatária da ação da escola, a quem cabe promover e estimular como condição de viabilizar sua própria circulação. (LAJOLO, 1988, p. 18).

No Brasil, a Literatura destinada para o público infantil e juvenil nasce no final do século XIX. As manifestações literárias coincidem com a abolição, a República e o moderno capitalismo. O crescimento urbano, o advento da imigração e o êxodo rural, originam o consumo de livros escolares de acordo com a campanha de alfabetização do início do século XX.

A escola é encarregada oficial de veicular os livros de literatura para crianças e jovens. Assim, privilegia temas que desenvolvam o patriotismo, caridade, aplicação nos estudos, constância no trabalho, dedicação a família e a idealização da pobreza. Essa situação se altera a partir revolução de 30. Atua com uma dualidade: uma escola atrasada, para os lugares mais pobres e outra exigente, para as mais ricas.

A ênfase dada à literatura infantil, deve-se grandemente ao seu receptor, que deixa de ser só crianças, para se transformar em público de todas as idades. Representando os conflitos sociais brasileiros, alguns autores aproximam-se do realismo mágico e encontram uma linguagem menos transparente para questionar o real.

A abertura escolar a população, gerou um grande número de leitores em potencial. Fatores externos contribuem para a ênfase de temas voltados para as vozes minoritárias (da mulher, do negro, classes marginalizadas). Recriada, a Literatura, passa a desenhar a política ou o lugar da criança e do jovem na sociedade,

tematizando situações do cotidiano e da realidade como ela é, provocando o amadurecimento no indivíduo.

As obras genuinamente brasileiras, começam a ganhar espaço dentro da produção cultural. A partir desse momento, a literatura infantil desponta novos rumos: inicia-se a linha social, adentra à vida real, ao mundo problemático, bem diferente do mundo idealizado de antes. Nesse novo contexto, a criança passa a integrar efetivamente na vida social, cheia de conflitos, problemas e dilemas, uma vez que fazendo parte da sociedade, passou a expor seus conflitos, percebia, sentia, vivenciava este mundo, que as histórias infantis passaram a representar. Sobre este novo contexto, Zilberman (1988) declara:

Têm-se histórias que internalizam, na personagem infantil, as várias crises do mundo social. Essa linha social da narrativa infantil brasileira contemporânea tem desdobramentos importantes, que fazem debruçar-se, por exemplo, sobre a perda da identidade infantil. (LAJOLO e ZILBERMAN, 1988, p. 29).

Tais obras passaram a merecer extremo cuidado, desde a qualidade do papel, diagramação e ilustração. O livro torna-se cada vez mais agradável, chamativo, a busca de seus leitores, como aliado, ele ainda conta com a liberdade de expressão, posições sociais e ideologias variadas. O processo de globalização, avanços tecnológicos, a velocidade das informações e a relação com a internet.

Com respeito ao jovem, é acelerado e multiplicado seu campo literário. Com a produção literal de consumo fácil. Tem-se nas camadas média e alta, faixas que ainda não produzem, porém consomem, estimulando a economia.

Qualidade e quantidade coexistem, autores criativos, críticos, garantem a excelência das obras. A situação, porém, não é tranquila para o leitor, que precisa além de se salvar do bombardeio de estilos, precisa conseguir chegar a um bom texto, encontrar seu espaço, para que possa espelhar-se nele e reconhecer seu papel fundamental como leitor e produtor de sentido.

### **3. A LITERATURA INFANTIL NO BRASIL: MONTEIRO LOBATO E A CONSTRUÇÃO DE UMA IDENTIDADE NACIONAL**

A literatura infantil brasileira surgiu tempos depois do início da europeia. Com a implantação da Imprensa Régia, em 1808, começaram a ser publicados os primeiros livros para crianças no Brasil, como afirma Zilberman e Lajolo (1988):

[...] a tradição de: As aventuras pasmosas do Barão de Munchausen e, em 1818, a coletânea de José Saturnino contendo uma coleção de histórias morais relativas aos defeitos ordinários às idades tenras e um diálogo sobre geografia, cronologia, história de Portugal e história natural. (LAJOLO; ZILBERMAM, 1988, p.23).

Essas publicações, segundo as autoras, eram esporádicas e insuficientes para caracterizar uma produção literária brasileira, para a infância. Somente após a Proclamação da República é que se iniciou de fato uma literatura infantil brasileira. Quando esta tentava consolidar uma política econômica que fornecia o café, produto básico para exportação, a mão-de-obra escrava começa a ser substituída pela mão-de-obra assalariada.

A modernização no Brasil se deu de cima para baixo sem levar em conta as peculiaridades de uma sociedade que queria abafar a realidade social de um país que abolira a escravidão e cuja economia centrava-se nas mãos de poucos com atividade baseada na monocultura e na exportação de matérias-primas. Influenciado por um momento de valorização, abordou o texto infantil como enunciador de normas e preceitos comportamentais. Somando quatro fases nesse processo de inserção da literatura no Brasil.

A primeira fase compreende o final do século XIX e início do século XX. A preocupação era com a modernização do país. A segunda fase abrange o período de 1920 a 1945, caracterizada como uma época de muitos conflitos, entre eles a situação da educação. O índice de analfabetismo estava muito alto e isso fazia com que o Brasil se caracterizasse como um país atrasado. A terceira fase é marcada pelo período da democracia (décadas de 50 e 60). No campo educacional a reforma de Capanema estava em vigência até que a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, aprovada em 1961. A quarta fase compreende o período de 1970 e 1980, marcado por grandes transformações na literatura infantil o número de autores e obras aumentou, a linguagem e o ambiente das histórias estava mais próximas do cotidiano e da realidade dos brasileiros. Recuperou-se o folclore oral representado pela abordagem das modinhas infantis, canções de ninar e das brincadeiras de roda. A qualidade estética que reveste as produções destinadas ao público infantil na atualidade permite ao professor a possibilidade de apresentar o mundo mágico da literatura como suporte para as atividades de alfabetização, segundo BECKER (2001 p.35 – 41)

#### **4. A LITERATURA INFANTIL COMO MÉTODO DE HUMANIZAÇÃO DA CRIANÇA: UM PRODUTO E UMA NECESSIDADE: DA ORIGEM DA FICÇÃO POLICIAL À LITERATURA POLICIAL PARA JOVENS**

Até bem pouco tempo, em nosso século, a Literatura Infantil era geralmente considerada pelo adulto um gênero secundário e algo pueril (nivelada ao brinquedo) ou útil (forma de entretenimento). Sua valorização como formadora de consciência no universo cultural das sociedades e como recurso para o crescimento emocional é bem recente.

O livro deixou de ser especificamente utilitário e pedagógico recentemente. Apesar de termos, lá atrás, escritores como Monteiro Lobato, Ziraldo, Ruth Rocha entre outros responsáveis por momentos marcantes da literatura infantil e juvenil brasileira, há apenas uns dez ou 15 anos, estamos vivendo esse outro momento, de considerar o livro infantil como lúdico.

As histórias policiais emprestam ao leitor a noção de que o crime não compensa, porque a saga desenvolvida ao seu redor sempre culminará com o criminoso sendo preso. Este gênero, teve sua origem desde os tempos da publicação de *Os assassinatos da Rua Morgue*, de Edgar Allan Poe, que veio ao público nas páginas do *Graham's Magazine*, periódico que circulava na Filadélfia em 1841. O mesmo Poe tornou-se um dos escritores de maior destaque no campo da ficção ao redor do macabro e do mistério, sendo hoje reconhecido como maior nome do romantismo norte-americano.

Os dois maiores criadores em uma sequência posterior à produção de Edgar Allan Poe, Arthur Conan Doyle, com a publicação de "Um estudo em vermelho", no ano de 1887, apresentaria ao público com o mundialmente conhecido detetive Sherlock Holmes. Décadas depois, a escritora Agatha Christie daria início ao périplo de aventuras protagonizadas por seu detetive, Hercule Poirot, em publicações policiais tornando sua autora na mais bem-sucedida romancista da literatura mundial em número total de livros vendidos e distribuídos.

No Brasil, segundo registros, o primeiro romance policial escrito e publicado foi *O mistério*, uma parceria entre Coelho Neto, Afrânio Peixoto, Medeiros e Albuquerque e Viriato Corrêa. Esta narrativa foi publicada no jornal *A Folha* em 1920. Jerônimo Monteiro, na década de 30, lança o primeiro detetive brasileiro com mais de uma aventura, o detetive Dick Peter. Suas histórias misturavam mistério e ficção científica.

A mineira Lúcia Machado publicou em 1956, pela Editora Cruzeiro, sua obra *O Escaravelho do Diabo*. Em 1969 Maria Alice cria em sua obra: *Quem Matou Pacífico*, um detetive rural, Tônico Arzão.

A literatura policial infanto-juvenil apresenta características muito semelhantes à literatura policial do público adulto. Em ambas há um crime, um criminoso, a vítima e o detetive. O que os diferencia, além do público, é o herói. Nos romances policiais para adultos, o detetive é um adulto, enquanto no do público infantil são crianças ou jovens, com idades que se aproximam da do leitor. Para Vera Maria Tietzmann Silva, essa é uma característica importante do gênero policial infanto-juvenil.

Outra característica igualmente importante é que os detetives mirins desvendam o caso e levam vantagem, restando aos adultos o papel de coadjuvantes. O autor desse tipo de literatura passa a mensagem de confiança em si mesmo e fé no futuro (SILVA, 1994.p.14).

Além disso, o detetive mirim, para desvendar um mistério, geralmente se afasta da família, assim como nos antigos contos de fadas. O diferencial é que os vilões não são mais ou ogros ou monstros, por exemplo, mas é um homem mau. As crianças que se interessam por este tipo de narrativa geralmente têm entre 12 e 14 anos, que é compreendido, a criança se identifica com um herói humano e se interessa por histórias de aventuras.

## **5. PÂNTANO DE SANGUE: UMA PROPOSTA DE LEITURA**

Com o romance policial, a série “Os Karas” promove uma adequação do gênero ao leitor adolescente, como se observa pelos recursos estéticos de construção do texto, assim com jovens protagonistas dotados de grande inteligência, curiosidade e senso de justiça – como detetives capazes de elucidar os crimes revelados na trama.

Os Karas: Miguel, Magrí, Calú, Crânio, Chumbinho, um grupo de amigos que estudam no colégio Elite. Participam de várias aventuras de suspense nas quais desvendam crimes. Já no início do episódio, o querido professor Elias é encontrado morto, e Crânio não se conforma com o fato de ser um simples assalto seguido de morte. Então parte para o Pantanal Mato-grossense, que o professor visitara semanas antes. Lá é recebido pela Tia Matilde, excêntrica senhora que passeia pelo Pantanal com seu velho avião pintado de rosa-choque.

Mais uma vez Pedro Bandeira consegue misturar assunto sério com muita aventura e levar questões importantes a serem discutidas pelos jovens em todo o Brasil, com um diálogo jovial, sem a “chatice adulta”, tão malquerida pelos adolescentes. Dessa vez, os cinco amigos denominados “Os Karas!” – Magri (a única menina da turma), Calu (o ator e mestre em disfarces da turma), Miguel (o líder dos Karas), Crânio (o mais inteligente e também a personagem mais central) e Chumbinho (o novato que entrou para o grupo depois de ter um papel importantíssimo em *A Droga da Obediência* – começam a investigar o assassinato do professor Elias, que aparentemente foi assaltado e morto praticamente na porta do Colégio Elite, onde os jovens estudam.

Crânio convoca uma reunião dos Karas e afirma que a morte do professor não se tratava simplesmente de um assalto que acabou da pior maneira possível, e que na verdade o professor fora assassinado para silenciá-lo de alguma forma, e que a resposta estava no Pantanal. Por isso os Karas deveriam partir imediatamente e refazer o caminho que o professor Elias percorrera, seguindo os slides das fotos tiradas pelo professor. Todos acham tudo uma loucura, e apesar de sempre confiarem na inteligência de Crânio, Miguel decide que os Karas não devem se envolver, que não existem pistas suficientes. Crânio então parte sozinho para o Pantanal, onde deve se encontrar com sua tia, que mora por lá.

Entretanto os outros membros dos Karas recebem a visita do detetive Andrade, que não traz boas notícias. Um piloto de avião fora encontrado boiando em um rio, à beira da morte, com a jaqueta de Crânio e murmurando as suas últimas palavras em vida, sendo que uma delas foi o nome de Crânio. Os Karas então partem para uma aventura no Pantanal, no Mato Grosso, junto ao detetive – que está indo por conta própria investigar o caso, para resgatar o amigo.

Pedro Bandeira consegue integrar tantos assuntos sérios em uma narrativa tão atraente para todas as idades, inclusive os jovens. Assim como em *A Droga da Obediência* o autor aborda a questão do tráfico de drogas, só que um pouco mais abertamente. Em *Pântano de Sangue* também são abordados o crime organizado no Pantanal, a extinção dos jacarés por causa de sua valiosa pele e a figura do índio e como eles estão cada vez mais extintos enquanto os brancos massacram sua cultura e memória. Esta narrativa tem um enredo mais pesado do que a primeira obra dos Karas e isso só acrescentou qualidade à história.

## 5.1 ESTRUTURA TEXTUAL DA NARRATIVA PÂNTANO DE SANGUE

A narrativa de *Pântano de Sangue* é uma novela, este gênero é uma narração em prosa menor que o romance e maior que o conto. Portanto, é correto afirmar que se trata de um texto situado em posição intermediária entre o romance e o conto.

No Brasil, a novela tem seu lugar garantido na Literatura nacional. Livros como *O alienista*, de Machado de Assis, *O exército de um homem só*, de Moacyr Scliar, e *Vidas Secas*, de Graciliano Ramos, são exemplos de novelas em língua portuguesa. Há, ainda, outro critério, embora arbitrário, que acredita que as narrativas desenvolvidas em um limiar de cem a duzentas páginas possam ser classificadas como uma novela, observadas as semelhanças entre o conto e o romance.

## 5.2 A NARRATIVA POLICIAL

Com relação aos esquemas textuais, Iser (1996) acredita que possibilitam interação entre texto e leitor, dando continuidade à leitura e seu entendimento. No que se refere ao repertório, que de acordo com Iser (1996) diz respeito ao conhecimento prévio que o leitor traz consigo para a leitura, podemos observar que, em *Pântano de Sangue*, esse esquema textual é caracterizado por uma retomada da narrativa policial anterior. Agora, ao começar sua leitura, o leitor já conhece o estilo de narrativa policial para jovens de Pedro Bandeira, pois leva em consideração sua leitura de *A Droga da Obediência*.

Assim, já espera a presença do grupo de detetives Os Karas, onde cada integrante tem suas qualidades específicas; um detetive adulto, suarento, gordo e desengonçado; e a uma narrativa recheada de ações e mistério, em que os detetives descobrem o crime durante a ação desse e são passíveis de erros e sofrimentos. Mesmo assim, o autor busca surpreender o leitor e quebrar suas expectativas iniciais à medida que se diferencia do livro anterior: a narrativa será conduzida em esquemas de sobreposições entre passado e presente, de forma a quebrar as expectativas do leitor e fazendo com que passado e presente se unam para que um explique o outro e desemboquem ao mesmo ponto em comum, o momento onde se encontram (passado e presente) e passam a ocorrer simultaneamente no momento presente.

Sendo assim, as características descritas funcionam como quebras de expectativas dos leitores, pois estes aguardam por algo e se deparam com o

inusitado. Outra característica que funciona como uma quebra de expectativas é o conceito que o autor apresenta de ordem e progresso. Aqui o leitor pode se deparar com um conceito não tanto comum de que não se consegue progresso através da ordem, mas da desordem.

Além de contestar a noção de ordem e progresso, Bandeira também tenta mostrar em sua história que a noção enraizada de que o Pantanal é um verdadeiro paraíso, livre de ameaças e em constante paz reinante, é errônea e descreve através da fala dos personagens, os diversos problemas existentes no local, como a presença do crime organizado.

A grande quantidade de dinheiro e terras nas mãos de poucos fazendeiros, que leva à miséria de muitas pessoas: “Mas se você olhar direito, é capaz de chorar. A estupidez, a miséria e a ganância estão acabando com o Pantanal” (BANDEIRA, 2009b, p.25).

O problema do índio faz parte do grande problema que é a concentração de terras nas mãos de poucos. E o resultado é a miséria da maioria” segundo o autor. A destruição da natureza vegetal e animal:

[...] A derrubada e a queimada das árvores para criar pastagens vão levar o Pantanal à extinção em algumas décadas. Já não há lugar para pássaros, capivaras, onças e quatis. E, quando os arbustos novos começam a aparecer, mostrando o esforço de recuperação do Pantanal, os biocidas são pulverizados periodicamente para matar esses arbustos e manter „limpas” as pastagens... o vento leva esses venenos para todos os lados, envenenando e matando animais e vegetação. Aqui, o povo chama esses produtos químicos de „mata-mato”. Só que isso está matando muito mais do que o povo pode suspeitar... (BANDEIRA, 2009b, p.49).

### **5.3 UMA LEITURA DE *PÂNTANO DE SANGUE*, DE PEDRO BANDEIRO, SEGUNDO A ESTÉTICA DA RECEPÇÃO**

*Pântano de Sangue* (2009), de Pedro Bandeira, inicia-se já com a morte do professor Elias, de matemática. Todos do grupo dos karas ficam muito tristes. Já aqui se faz um elo de afetividade, pois se este professor mesmo que de matemática, uma matéria não muito querida pelos jovens, causa tristeza, é porque definitivamente seu professor era muito popular entre os alunos por sua simpatia. Crânio acredita que tal morte está vinculada com o pantanal mato-grossense, pois o professor fora torturado e morto na rua e seus pertences não foram roubados. Os horizontes de expectativas



do leitor identificam indícios de um crime por um motivo além de um roubo corriqueiro, pelos indícios ditos pelo autor. O menino nota algo estranho ao examinar a maleta do professor: algumas das fotos da viagem que Elias fizera para o pantanal foram roubadas e tiradas da ordem, revelando que algum criminoso, após roubar as fotos, colocara outras no local.

As primeiras pistas são levantadas, através do conhecimento do comportamento organizado da vítima, sendo ele um professor metódico, não teria sua maleta em desordem. Crânio deduz que alguém que poderia ser comprometido por tais fotos, mandou matar o professor. As causas do crime parecem bem possíveis, considerando que o professor é merecedor de grande simpatia, fazer mal a ele seria preciso um motivo sórdido como esconder algo terrível. Crânio não é levado a sério pela turma dos karas ao expor suas suspeitas. Eles consideram que elas não têm sentido. O rapaz decide então ir para o Pantanal sozinho para desvendar o crime. Com essa decisão, o leitor sente-se justificado, já que desacreditado pelos amigos, cabe a ele encontrar maiores justificativas para suas suspeitas e só poderiam ser encontradas percorrendo o trajeto feito antes pelo professor Elias. Já no aeroporto, a cena que se segue, choca pela brutalidade de se colocar drogas dentro do cadáver de um bebê, o leitor sente o impacto da violência, que mesmo narrada em uma obra literária, não deixa de se fazer possível parte de alguma realidade.

O garoto hospeda-se na casa de sua tia Matilde, uma senhora que além de conhecida por todos, demonstra a sua feminilidade abusando de uma cor preferida que denota delicadeza. Começa a seguir a trilha deixada pelo professor nas fotos. Crânio é sequestrado por contrabandistas de jacarés, neste ponto, já o leitor reconhece que os perigos de um lugar distante e pouco amistoso não seria mesmo seguro para um rapaz com pouca experiência de vida.

Os karas são avisados por Andrade que Crânio sumiu no Pantanal e que apenas sua jaqueta e sua gaitinha foram encontradas. A turma então decide ir ao Pantanal junto com Andrade para descobrirem o paradeiro de Crânio. O leitor reconhece a força da amizade da turma, e entende que as pistas que Crânio precisava para convencer seus amigos, agora já eram suficientes pelo seu desaparecimento. Os karas descobrem como o amigo havia previsto que algo muito além de um crime comum estava acontecendo e que teria proporções muito maiores. Por trás da grande beleza pantaneira, estava o contrabando de pele de jacarés e drogas, o fim das tribos indígenas e suas culturas, além da destruição da natureza.

Um vilão fora de suspeita, um sentimento de culpa por acreditar em sua bondade, pode levar o leitor a justificar pequenas dúvidas sobre o comportamento tão materno e por vezes instigadoras dessa tia. Ela consegue fugir da polícia em seu avião banhado a ouro, porém cai no rio após ficar sem gasolina. Um desfecho emocionante trágico, mas autêntico para um vilão, seu receptor sentiria ao fato, o dever cumprido para livrar a trama da impunidade.

Aspectos da narrativa policial na obra. Os crimes são violentos. Cadáveres, tiros e sangue percorreram toda a trama. Logo no primeiro capítulo, quando o corpo do professor Elias é encontrado, o leitor depara-se com a crueldade dos contrabandistas de drogas, que usam um bebê morto para o transporte de drogas: “– Não, a cocaína não estava nas roupas do bebê, senhor Sobrinho da Tia Matilde. Estava no bebê. O corpo dele estava costurado do pescoço à virilha. Os malditos esvaziaram as entranhas de um pobre cadaverzinho e o encheram com drogas! ” (BANDEIRA, 2009b, p.42). Outro trecho que choca o leitor é quando Crânio descobre o que se esconde dentro do Pantanal, o espetáculo de horror, a pior visão de sua vida:

“(…) Ossos branqueavam ao sol, misturados às carnes putrefatas de centenas de jacarés. O cheiro era insuportável, mas a visão daquela barbaridade era pior. Cada uma das cabeças daqueles animais, que já habitava a terra a terra a milhões de anos antes de o homem aparecer, tinha dois buracos. (...). Em volta da chacina, um sem-número de urubus abatidos a tiros completava o absurdo” (BANDEIRA, 2009, p.64)

Doze corpos pendurados: “Pendurados no alto das árvores, doze corpos, balançavam ao vento” (BANDEIRA, 2009, p. 65). Esse recurso é utilizado pelo autor para chocar o leitor e prendê-lo a trama, característica encontrada em romances policiais.. A expectativa do leitor vai além, traz a ruptura do atendimento inicial das expectativas que seria a morte do professor para encobrir um criminoso descoberto por ele, mas o fato de tamanha violência, surpreendeu o leitor extasiado com tamanha proporção que a violência e a impunidade acontecia por aquele pântano.

Sangue que antes indicava a morte do mestre, agora abrange as demais vítimas da trama.

A tentativa de descoberta do vilão por trás dos crimes percorreu toda a trama. O gênero policial caracterizou-se por grande parte da narrativa que procurou desvendar quem era o criminoso. O grupo buscou descobrir quem era o assassino de Elias e sequestrador de crânio, descobriu uma verdadeira gama de crimes. Apenas

no fim da narrativa a turma encontra a reposta da identidade do criminoso. Esta é uma característica do gênero policial: apresentar um falso suspeito. Miguel, o líder do karas, é quem descobre que a Tia Matilde era a criminosa. Crânio, o gênio da turma, se sente frustrado por ter acusado a pessoa errada. Crânio falhara por seu envolvimento com a criminosa, e por isso era difícil para ele fazer a revelação, mais uma vez o leitor compreende esse sentimento, pois se justifica pelo parentesco com a vilã.

Os detetives do romance policial e os leitores, geralmente possuem uma certa desconfiança da polícia. Nesta obra, além de desconfiar da polícia, desconfiam dos adultos: “Miguel não era de confiar nos adultos, e muito menos na polícia. Se o crime organizado estava agindo com tanta força no Pantanal, não seria de se esperar que houvesse bandidos infiltrados dentro da própria polícia? ” (BANDEIRA, 2009, p.130). Porém essa desconfiança se desfaz quando se trata do detetive Andrade. Ele auxilia os garotos na descoberta do crime, os leva para o Pantanal e os trata como filhos e amigos: “Miguel e o detetive conheciam um ao outro como se fossem a mesma pessoa. E confiavam um no outro como se fossem um só. Tinham se tornado amigos na luta, na tremenda aventura de A droga da Obediência. ” (BANDEIRA,2009, p.1).

O receptor acolhe este discernimento entre a desconfiança em um personagem e a confiança em outro. Quando se propõe a leitura, alguns combinados são feitos entre leitor e obra, e um deles tende a justificar a escolha do outro. Os karas, são sequestrados e em alguns trechos, subtende-se que Crânio está morto, aumentando ainda mais o mistério: “Miguel falou baixinho, como um desabafo, para Magrí, sentada ao seu lado no avião: - Ele pode estar morto, Magrí. A esta hora, Crânio pode estar morto...” (BANDEIRA,2009, p.8).

Deixando sempre espaços para que o leitor faça sua parte na produção junto ao autor. Sabendo que é possível tomar esta trilha de interpretação, mas por outro lado, não acreditando que siga por ela, uma vez que o leitor reconhece em Crânio, um dos heróis da história e seu conhecimento de mundo o avisa que heróis geralmente não morrem antes de consolidar sua vitória.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pedro Bandeira tinha como objetivo, em *Pântano de Sangue*, levar os jovens leitores à reflexão a respeito da destruição do pantanal mato-grossense e da cultura

dos índios da região, além da concentração de terras nas mãos dos ricos, tendo como consequência a extrema miséria da maioria dos habitantes do Pantanal. Ele acredita que os jovens são a esperança para um mundo melhor: “minha esperança em um mundo melhor, em um futuro que vocês construirão com suas próprias mãos”. (BANDEIRA, 2009, p.192) O livro apresenta o cenário do pantanal aos jovens, imerso em problemas culturais e econômicos, com as maravilhas e as tragédias.

O senador um importante personagem na obra, como morador e defensor do Pantanal, apresenta a Crânio a realidade do lugar: “- A cocaína é apenas um dos ingredientes do panelão infernal que está sendo cozido por aqui. As drogas, o contrabando, o desmatamento, a destruição dos índios e o brutal extermínio dos jacarés e de tudo quanto é único no Pantanal misturam-se com uma receita dos demônios. Não sei se vai ser possível encontrar um antídoto para todo esse envenenamento” (BANDEIRA, 2009, p.38).

Robson tipifica os índios pantaneiros que abandonam sua tradição e cultura e adotam os costumes da cidade. Ele trabalha para máfia que mata jacarés, e assim se tornando um assassino do próprio meio, demonstrando não só a corrupção de suas origens como de seu caráter. Além disso, trabalha como guia, e mostra para Crânio o que o abate de jacarés faz ao pantanal. Assim como o Crânio, os leitores se deparam com uma realidade até então desconhecida por muitos: “-Veja, moço novo. A maior riqueza do Pantanal. O “colete” dele vale muito. Mas não valia nada quando o pai do avô do Robson pescava livre nesses rios. (...). O pai do avô de Robson contava que isso aqui estava cheio de jacarés. – E o que eu estou vendo é pouco? – Tinha muito mais, moço novo. (...). Por isso tem tanta piranha...” (BANDEIRA, 2009, p. 60).

Acontecimentos do passado mesclam-se a acontecimentos do presente. Além disso, como é comum nas narrativas de aventura juvenil, os jovens se afastam da família para resolver um caso, o deixa a eles um sentimento de liberdade, de quebra de protocolos e como declara o método recepcional, o fantástico antecede o pragmático, mesmo que ele não o realize, o que sente é como o tivesse feito e o torna satisfeito, porém na segurança de sua poltrona.

O gênero policial é um estilo que causa curiosidade ao leitor, faz com que seu horizonte de expectativa, eleja a sua leitura. O atendimento de suas expectativas e a confirmação delas durante a leitura a torna prazerosa, tornando o hábito da leitura cada vez mais próximo do jovem.

A obra possui características que lhe são próprias, como o detetive, o crime, o criminoso e a vítima. O autor deste tipo de literatura leva o leitor a raciocinar sobre a identidade do culpado e os enigmas apresentados. E foi exatamente o que o autor Pedro Bandeira fez, primeiramente conquistou o leitor por atender um enredo de seu interesse, o manteve com as afirmações de suas expectativas e os levou a ruptura pelo fato do enredo superar as suas expectativas devido a extensão da violência e o paralelo entre o fantástico e o real.

Bandeira presenteou os jovens leitores, detetives mirins, destemidos e comprometidos com a justiça. Estes detetives refletem o desejo do autor: ele deseja que os jovens tenham os mesmos valores que os karas, os leitores ideais no sentido de estarem dispostos a desvendar o crime, punir os criminosos e salvar os inocentes, bem como não deixar a morte do tão querido professor tivesse sido em vão, o sentimento de justiça feita.

Todo este aprendizado acontece de uma forma dinâmica e divertida; através do gênero policial, que prende o leitor à trama.

Embora de maneira panorâmica, acreditamos que atingimos o objetivo, pois, de uma forma geral, os apontamentos que fizemos desde a origem até sua ampliação na atualidade, nada mais é do que a representação da saga do leitor no momento da leitura.

Discutimos o leitor e a narrativa na pós-modernidade. O nosso objetivo era o de procurar um caminho que nos ajudasse na análise da novela. Buscamos a viabilização de um aparato teórico-metodológico que pudesse, por meio das estruturas textuais, por exemplo - o leitor implícito e os horizontes de expectativa -, perceber como o próprio texto acaba por induzir a uma possível leitura. Outro fato que nos chamou a atenção foi a proposta de Iser (1996) a respeito das perspectivas do texto narrativo e, nesse plano perspectivíssimo, a sua elaboração sobre a condição variável do *herói* na narrativa moderna.

Realizamos um breve levantamento sobre a vida, a obra e a crítica a Pedro Bandeira. Destacamos alguns fatores que, tradicionalmente, apresentam-se como fomentadores e legitimadores do que se denomina literalidade em uma obra. Para tanto, recorreremos aos estudos de Jauss e Iser, que se preocupam, em grande medida, em verificar os horizontes de expectativas e o efeito que ocorrem no ato da leitura.

Lançamos uma leitura a *Pântano de Sangue* e, nos limites da narrativa, observamos as discussões expostas nos capítulos, como causadora dos efeitos no

leitor. Buscamos compreender a obra como um fenômeno literário que representa o sujeito dos tempos modernos. A leitura de *Pântano de Sangue* de Bandeira revelou-nos características que margeiam entre o moderno e o pós-moderno e procuramos sustentá-la como uma obra pós-moderna.

Ao final, respondemos a algumas de nossas próprias indagações do início deste trabalho. Defendemos que a pós-modernidade, de fato, existe e está em nossa sociedade globalizada. Não podemos afirmar que seus efeitos são bons ou ruins, mas, sem dúvida, ela existe.

No entanto, como demonstra a epígrafe, assumimos o risco de afirmar que o horizonte de expectativas já inerente no leitor atua como força motriz para a escolha da leitura literária e que é visível o efeito que ela provoca em seu receptor.

A obra que surge não se apresenta como novidade absoluta num espaço vazio, mas, por intermédio de avisos, sinais visíveis e invisíveis, traços familiares ou indicações implícitas, predispõe seu público para recebê-la de uma maneira bastante definida. Ela desperta a lembrança do já lido, enseja logo de início expectativas quanto a “meio e fim”, conduz o leitor a determinada postura emocional e, com tudo isso, antecipa um horizonte geral da compreensão vinculado, ao qual se pode, então – e não antes disso –, colocar a questão acerca da subjetividade da interpretação e do gosto dos diversos leitores ou camadas de leitores. JAUSS (1994, p. 28)

Em meio a essas teorias, não há como negar que a arte, como sempre ocorreu em todas as épocas da história da humanidade, tem retratado esse fato. Existem, sim, obras construídas nos moldes da pós-modernidade, mais especificamente, existem obras de boa qualidade constituídas nesses ditames e trouxemos aqui *Pântano de sangue* de Pedro Bandeira, que além, dos elementos que aqui comentamos, traz muitos outros aspectos que comprovam nossa afirmação e admiração.

## REFERÊNCIAS

ARIÈS, P. **História social da infância e da família**. Tradução: D. Flaksman. Rio de Janeiro: LCT, 1978.

BANDEIRA, Pedro. **Pântano de Sangue**. 4ª Ed. São Paulo: Moderna, 2009.

BATISTA, Sidinei Eduardo. **Um olhar Panorâmico sobre a modernidade e a pós-modernidade, no romance A Santa do Cabaré, de Moacir Japiassu**. Orientador: Adalberto de Oliveira Souza. 2012. Maringá: UEM/PLE. Dissertação de Mestrado.

BORDINI, Maria da Glória; AGUIAR, Vera Teixeira. **Literatura: a formação do leitor** (alternativas metodológicas). 2. ed. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1993.

BECKER, Fernando. **Educação e construção do conhecimento**. Porto Alegre: Artmed, 2001

CANDIDO, Antonio. **Literatura e sociedade**. São Paulo: Nacional, 1973.

JAUSS, Hans Robert. **A história da literatura como provocação à teoria literária**. Trad. Sérgio Tellaroli. São Paulo: Ática, 1994. (Série Temas, v.36)

JAUSS, Hans Robert. **A estética da recepção: colocações gerais**. In: . **A literatura e o leitor: textos de estética da recepção**. Seleção, coordenação e prefácio de Luiz Costa Lima. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

LAJOLO, Marisa; ZILBERMAN Regina. **Literatura Infantil Brasileira: História e Histórias**. 5. Ed. São Paulo: Ática, 1988.

ISER, Wolfgang. **O ato da leitura: uma teoria do efeito estético**, volume I. São Paulo: Editora 34, 1996.

ZAPPONE, M. H. Y. **Estética da Recepção**. In: Thomas Bonnici; Lúcia Osana Zolin. (Org.). **Teoria Literária: Abordagens Histórias e Tendências Contemporâneas**. 2 ed. MARINGÁ: EDUEM, 2005, v. 1, p. 153-162.



**Capítulo 5**  
**COMUNICAÇÃO E SUAS**  
**TRANSFORMAÇÕES COM O CONSUMO**  
**DE TELEVISÃO**  
*Thalita Albuquerque Andrade*



# COMUNICAÇÃO E SUAS TRANSFORMAÇÕES COM O CONSUMO DE TELEVISÃO

**Thalita Albuquerque Andrade**

*Graduanda em Comunicação - Uninter*

## **RESUMO**

Este artigo investiga as transformações na comunicação que resultaram do consumo de televisão ao longo das últimas décadas. A televisão tem sido uma poderosa influência na maneira como as pessoas recebem informações, entretenimento e formam suas opiniões. Este estudo explora como o consumo de televisão afetou a comunicação interpessoal, a disseminação de conteúdo, a construção de identidade e a participação cívica. Além disso, discute as implicações dessas transformações para a sociedade contemporânea.

**Palavras-chave:** Comunicação. Transformações. Televisão.

## **ABSTRACT**

This article investigates the transformations in communication resulting from television consumption over the past decades. Television has been a powerful influence on how people receive information, entertainment, and form their opinions. This study explores how television consumption has affected interpersonal communication, content dissemination, identity construction, and civic participation. Additionally, it discusses the implications of these transformations for contemporary society.

**Keywords:** Communication. Transformations. Television.

## **Introdução**

A televisão é uma das mídias mais difundidas e influentes do mundo, desempenhando um papel central na comunicação humana desde sua popularização no século XX. Ela influencia nossa maneira de perceber o mundo, molda nossos valores e desempenha um papel crucial na formação de opiniões públicas. Este artigo analisa como o consumo de televisão impactou a comunicação em várias esferas.

Com sua capacidade de transmitir imagens e som diretamente para milhões de lares ao redor do globo, a televisão se tornou uma força poderosa na maneira como as pessoas percebem o mundo e moldam seus valores.

Um dos aspectos mais notáveis do impacto da televisão na comunicação é sua capacidade de proporcionar uma experiência visual e auditiva imersiva. Ao assistir televisão, as pessoas são transportadas para eventos, lugares e culturas distantes. Isso cria uma conexão emocional única com as histórias e personagens que vemos na tela. Por exemplo, programas de notícias podem mostrar imagens vívidas de eventos globais, tornando o espectador um observador direto da história em tempo real. Da mesma forma, séries e programas de entretenimento podem nos fazer sentir como se estivéssemos vivendo as vidas dos personagens, o que pode afetar profundamente nossa empatia e compreensão das experiências humanas.

Além disso, a televisão tem um papel fundamental na formação de opiniões públicas. Os programas de discussão política, por exemplo, são uma fonte importante de informações para muitos cidadãos. As opiniões e análises apresentadas nesses programas podem influenciar significativamente a maneira como as pessoas percebem questões políticas e sociais. A televisão também desempenha um papel crucial na disseminação de campanhas de conscientização e mensagens de saúde pública, o que pode afetar comportamentos e atitudes da sociedade como um todo.

No entanto, a influência da televisão não se limita apenas à informação e ao entretenimento. Ela também desempenha um papel importante na formação de identidades culturais e sociais. Através de programas que destacam diferentes estilos de vida, tradições e perspectivas culturais, a televisão pode contribuir para a diversidade e a compreensão intercultural. Ao mesmo tempo, também pode perpetuar estereótipos e preconceitos, dependendo da forma como certos grupos são retratados.

O consumo de televisão também teve um impacto profundo na maneira como nos comunicamos uns com os outros. A televisão moldou nosso discurso cotidiano, introduzindo novas palavras, expressões e gírias que se originaram de programas populares. Além disso, a televisão também influenciou a forma como nos comunicamos visualmente, afetando a estética e o estilo de publicidade, cinema e até mesmo nas mídias sociais.

### **Comunicação Interpessoal**

Uma das transformações mais significativas causadas pelo consumo de televisão foi a alteração da dinâmica das interações interpessoais. À medida que as

famílias começaram a passar mais tempo assistindo televisão, o tempo dedicado a conversas em família e outras formas de interação social diminuiu. Isso resultou em uma mudança na qualidade das relações, com menos comunicação face a face.

A televisão também introduziu novas formas de interação, como discutir programas de TV com colegas de trabalho ou amigos. Isso pode criar pontos de discussão e construir pontes de comunicação, mas também pode substituir discussões mais profundas e significativas.

Antes da popularização da televisão, as famílias frequentemente se reuniam em torno da mesa de jantar ou em outros espaços comuns para compartilhar suas experiências do dia e discutir tópicos variados. Essas interações eram fundamentais para o fortalecimento dos laços familiares, permitindo que os membros da família se conhecessem melhor e compartilhassem seus pensamentos e sentimentos de maneira aberta e direta.

No entanto, com a introdução da televisão nas casas, as refeições e os momentos de conversa familiar muitas vezes foram substituídos pelo entretenimento televisivo. Embora assistir TV juntos possa proporcionar um senso de união em algumas famílias, muitas vezes isso resulta em uma mudança na qualidade das relações. A comunicação face a face, que antes era a base das interações familiares, começou a diminuir. As pessoas passaram a compartilhar experiências televisivas, mas muitas vezes em silêncio ou com comentários esporádicos durante os comerciais.

Outro aspecto interessante é a introdução de novas formas de interação social mediadas pela televisão. A discussão de programas de TV com colegas de trabalho, amigos e até mesmo desconhecidos se tornou uma prática comum. Isso cria pontos de discussão e constrói pontes de comunicação entre as pessoas, especialmente quando programas populares se tornam tópicos de conversa. As pessoas compartilham suas opiniões sobre personagens, enredos e reviravoltas, o que pode criar um senso de comunidade em torno de programas de televisão compartilhados.

No entanto, é importante notar que essas interações muitas vezes são superficiais e centradas em torno do entretenimento, o que pode substituir discussões mais profundas e significativas. As conversas sobre programas de TV podem ser divertidas e envolventes, mas raramente abordam questões mais profundas e complexas da vida. Isso pode levar a uma falta de conexão emocional e compreensão

genuína entre as pessoas, já que essas conversas raramente tocam em tópicos mais profundos relacionados às experiências de vida pessoais.

O consumo de televisão alterou substancialmente a dinâmica das interações interpessoais. Embora tenha introduzido novas formas de comunicação e pontos de discussão, também resultou em menos comunicação face a face e em conversas potencialmente superficiais. Portanto, é importante equilibrar o tempo gasto assistindo televisão com o tempo dedicado a interações significativas e profundas com familiares e amigos, para manter conexões humanas saudáveis e ricas em conteúdo.

### **Disseminação de Conteúdo e Influência na Opinião Pública**

A televisão desempenhou um papel fundamental na disseminação de conteúdo e na formação da opinião pública. As notícias televisivas moldam a maneira como as pessoas percebem eventos e questões, muitas vezes influenciando a formação de opiniões políticas e sociais. Além disso, a televisão é uma plataforma poderosa para a promoção de produtos e valores culturais.

No entanto, a concentração de propriedade de redes de televisão pode levar a um viés na cobertura de notícias e à promoção de agendas específicas. A escolha do que é transmitido e como é apresentado pode ter um impacto significativo na formação da opinião pública.

Em primeiro lugar, as notícias televisivas desempenham um papel crucial na maneira como as pessoas percebem eventos e questões. Os telejornais são uma fonte principal de informações para muitas pessoas, fornecendo cobertura de eventos locais, nacionais e internacionais. A forma como essas notícias são apresentadas, a seleção de histórias e os ângulos de reportagem podem influenciar profundamente a opinião pública. Por exemplo, a escolha de destacar determinados eventos ou questões em detrimento de outros pode moldar a percepção das prioridades da sociedade. A maneira como os eventos são apresentados, com imagens impactantes e narrativas envolventes, pode afetar emocionalmente o espectador e, conseqüentemente, sua compreensão dos acontecimentos.

Além disso, a televisão é uma ferramenta poderosa na formação de opiniões políticas e sociais. Programas de debate político, entrevistas e análises políticas têm um papel importante na maneira como os eleitores percebem candidatos, partidos e políticas. As opiniões expressas por comentaristas políticos e analistas podem

influenciar a opinião pública e até mesmo a tomada de decisões eleitorais. A televisão também é usada para cobertura de eventos políticos importantes, como debates presidenciais e eleições, o que tem um impacto direto na formação de opinião dos eleitores.

Além disso, a televisão é uma plataforma poderosa para a promoção de produtos e valores culturais. A publicidade na televisão é uma indústria multibilionária, e os anúncios televisivos têm o poder de moldar desejos e comportamentos de consumo. Empresas investem grandes quantias em publicidade para influenciar o público a comprar seus produtos ou adotar certos estilos de vida. Da mesma forma, a televisão desempenha um papel crucial na promoção de valores culturais, desde a representação de famílias e relacionamentos até a idealização de corpos e estilos de vida.

Por fim, é importante destacar que a televisão não apenas reflete a sociedade, mas também a molda. Ela pode amplificar tendências culturais e sociais, mas também pode desafiar normas e promover mudanças sociais. Por exemplo, programas de televisão que abordam questões de diversidade, inclusão e igualdade podem contribuir para uma maior conscientização e aceitação desses temas na sociedade.

A televisão desempenha um papel multifacetado na nossa vida cotidiana, desde moldar nossa percepção do mundo até influenciar nossas opiniões políticas e sociais, e promover produtos e valores culturais. Como uma das principais formas de mídia de massa, ela continua a exercer uma influência profunda e duradoura na sociedade contemporânea, destacando a importância de um consumo crítico e consciente desse meio de comunicação.

### **Construção de Identidade e Cultura Popular**

A televisão também desempenha um papel importante na construção de identidade e cultura popular. Através de personagens, programas e comerciais de televisão, valores culturais são transmitidos e reforçados. A televisão tem o poder de moldar normas de beleza, padrões de comportamento e até mesmo as aspirações das pessoas.

Por outro lado, a televisão pode ser uma ferramenta poderosa para a representação e diversidade. A inclusão de personagens de diferentes origens

étnicas, culturais e sociais pode contribuir para a formação de identidades mais inclusivas e respeitosas.

### **Participação Cívica e Ativismo**

A televisão também influencia a participação cívica e o ativismo. Eventos históricos, como protestos e movimentos sociais, muitas vezes ganham visibilidade nacional e internacional através da cobertura televisiva. No entanto, a televisão também pode criar uma sensação de distância entre o público e as questões apresentadas, levando a uma sensação de impotência.

Com a crescente digitalização da televisão, a interação do público com o conteúdo está mudando. As redes sociais e as mídias digitais permitem que as pessoas se envolvam diretamente em debates públicos e expressem suas opiniões de maneira mais imediata.

### **Conclusão**

O consumo de televisão transformou a comunicação humana em várias dimensões. Moldou as interações interpessoais, influenciou a formação da opinião pública, desempenhou um papel importante na construção de identidades e afetou a participação cívica e o ativismo. É crucial entender essas transformações e os desafios que elas apresentam para a sociedade contemporânea. Ao reconhecer o poder da televisão como meio de comunicação, podemos aproveitá-lo para promover valores positivos e uma sociedade mais informada e engajada.

A televisão impactou essas áreas e os desafios que essas transformações apresentam para a sociedade contemporânea.

1. **Moldagem das Interações Interpessoais:** A televisão revolucionou a dinâmica das interações familiares e sociais. À medida que as famílias começaram a passar mais tempo assistindo televisão, o tempo dedicado a conversas em família e outras formas de interação social diminuiu. Isso resultou em uma mudança na qualidade das relações, com menos comunicação face a face. Embora assistir TV em família possa criar um senso de união em algumas

ocasiões, muitas vezes isso leva a conversas superficiais e menos envolvimento emocional.

2. **Influência na Formação da Opinião Pública:** A televisão desempenha um papel crucial na formação da opinião pública. Os programas de notícias televisivas têm o poder de moldar a percepção das pessoas sobre eventos e questões, muitas vezes influenciando a formação de opiniões políticas e sociais. A seleção de histórias, os ângulos de reportagem e a narrativa usada podem direcionar a atenção e influenciar a interpretação dos espectadores.
3. **Construção de Identidades:** A televisão também desempenha um papel importante na construção de identidades culturais e sociais. Através de programas que destacam diferentes estilos de vida, tradições e perspectivas culturais, a televisão pode contribuir para a diversidade e a compreensão intercultural. No entanto, ela também pode perpetuar estereótipos e preconceitos, dependendo da forma como certos grupos são retratados.
4. **Participação Cívica e Ativismo:** A televisão desempenha um papel significativo na participação cívica e no ativismo. Ela fornece uma plataforma para a disseminação de informações sobre questões sociais e políticas, bem como para a mobilização de comunidades em torno de causas específicas. Muitos movimentos sociais usam a televisão para aumentar a conscientização sobre questões como direitos civis, igualdade de gênero e mudanças climáticas.

Diante dessas transformações, é crucial que a sociedade contemporânea reconheça o poder da televisão como meio de comunicação e os desafios que ela apresenta. É importante encorajar um consumo crítico da televisão, onde os espectadores questionem as mensagens transmitidas e estejam cientes de seu impacto nas interações pessoais, na formação de opiniões e na construção de identidades. Ao fazê-lo, podemos aproveitar o poder da televisão para promover valores positivos, uma sociedade mais informada e engajada, e abordar os desafios que ela coloca de maneira construtiva.

## Referências

KUNSCH, M. M. K. **Comunicação Organizacional: Histórico, Fundamentos e Processos**. São Paulo: Saraiva. 2017.

MATTOS, R. **Televisão e Identidade Cultural: Reflexões Sobre a Formação do Espectador**. São Paulo: Editora Senac São Paulo. 2009.

SANTAELLA, L. **Navegar no Ciberespaço: O Perfil Cognitivo do Leitor Imersivo**. São Paulo: Paulus. 2001.

TRAVANCAS, I. S. **A Televisão como Agente de Mudança Social: Influência, Representação e Recepção**. São Paulo: Editora UNESP. 2013.

WOLTON, D. **Elogio do Grande Público: Uma Teoria Crítica da Televisão**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo. 2009.

LOPES, M. I. V. **Comunicação e Sociedade: Teorias e Abordagens**. São Paulo: Paulus. 2007.

BORDENAVE, J. D. **O Que é Comunicação**. São Paulo: Brasiliense. 2005.

CANCLINI, N. G. **Consumidores e Cidadãos: Conflitos Multiculturais da Globalização**. São Paulo: Editora UFRJ. 2008.

MARCONDES FILHO, C. **O Impacto da TV: História, Tecnologia e Futuro da Televisão no Brasil**. São Paulo: Editora Unesp. 2005.





## ***AUTORES***

**Allan Gustavo Freire da Silva**

Possui Doutorado em Administração pela Universidade Potiguar. É Mestre em Desenvolvimento Regional pela Universidade Estadual da Paraíba e especialista em Gestão Pública pela Faculdade Internacional Signorelli. Também possui Graduação em Gestão Pública pela Universidade Federal de Campina Grande (UFCG). É professor efetivo na Universidade Federal de Campina Grande.

**Breno Alves Xavier**

Possui graduação pela Universidade Potiguar em Design Gráfico e é pós-graduado em Artes Visuais pelo SENAC. É Professor da Universidade Potiguar.

**Camila Benatti**

Pós-Doutora em Geografia pela Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ) e Doutora em Geografia pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Professora Adjunta do Curso de Turismo da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (UEMS-Dourados). Professora colaboradora regular do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Patrimônio da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). Líder do Grupo de Estudos em Turismo, Hospitalidade e Sustentabilidade – GESTHOS (CNPq/UEMS).

**Cristina D'Oliveira Vidal Bezerra**

Possui graduação em jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. É professora dos cursos de Comunicação da Universidade Potiguar. Possui experiência em Rádio e Televisão. Na pesquisa acadêmica atua especialmente com Memória da Mídia Potiguar e Televisão.

**Felipe Eduardo Canuto Bonini**

Acadêmico do curso de Letras Inglês da Universidade Estadual de Maringá. Pesquisador do Projeto intitulado DOS CONCEITOS AOS PROCEDIMENTOS DA SEMIÓTICA DAS PAIXÕES: relações de poder, sujeitos, objetos e o percurso gerativo de sentido homologado junto à UTFPR.

**Isabely Caroline Portela Franco Matos**

Bacharel em Turismo pela Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul.

**Laís Karla da Silva Barreto**

Possui Doutorado e Mestrado pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Linguagem/ Universidade Federal do Rio Grande do Norte. É graduada em jornalismo e também faz parte do quadro de professores da Universidade Potiguar.

**Renata Cardoso Carvalho**

Possui graduação em Jornalismo pela Universidade Potiguar.

**Sidinei Eduardo Batista**

Doutor em Letras, Estudos Literários, pela Universidade Estadual de Londrina. É professor adjunto do departamento de Letras, da Universidade Tecnológica Federal de Paraná, no campus de Pato Branco; onde é responsável pelas disciplinas de Literatura Portuguesa – do Trovadorismo à Contemporaneidade e Literatura Afro-brasileira e Indígena. Suas preocupações acadêmicas circundam à aporia estabelecida pelos conceitos Modernidade, Pós-modernidade e Contemporaneidade. Coordenador do Projeto de Pesquisa intitulado Dos Conceitos Aos Procedimentos da Semiótica das Paixões: relações de poder, sujeitos, objetos e o percurso gerativo de sentido homologado junto à UTFPR.

**Thalita Albuquerque Andrade**

Graduanda em Comunicação - Uninter.

**Valdirene Vilhalva Amaral**

Bacharel em Turismo pela Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul.

ISBN 978-658528413-4



9 786585 284134

 EDITORA  
ÓPERA

