



## SUMÁRIO

CRÍTICA À CULTURA ORGANIZACIONAL: UMA VISÃO CRIATIVA .....	2
TEORIA DAS CARGAS PROBATÓRIAS DINÂMICAS E DIREITO AMBIENTAL .....	3
MODA E REPRESENTAÇÃO DO ENVELHECIMENTO NO BLOG ADVANCED STYLE .....	4
PERCEPÇÕES FEMININAS SOBRE MATURIDADE: UMA AUTOIMAGEM .....	5
O PAPEL DO LEITOR E A REPRESENTAÇÃO DA SOCIEDADE DO SÉCULO XIX EM MEMÓRIAS PÓSTUMAS DE BRÁS CUBAS .....	6
MEMÓRIA, HISTÓRIA E IMAGINÁRIO EM REQUIEM PARA O NAVEGADOR SOLITÁRIO .....	7
MEGAEVENTO FIFA: ONDE ESTÃO OS LEGADOS? .....	8
DIÁLOGO DE MEMÓRIAS PÓSTUMAS DE BRÁS CUBAS COM O CONTEXTO SÓCIO-HISTÓRICO, DA MÚSICA E DA DRAMATURGIA .....	9
CONSUMO DE MÍDIAS PELAS MULHERES DE 45-65 ANOS DA CLASSE C .....	10
A VISÃO DO JORNAL NH EM RELAÇÃO AO CLUBE FLORIANO NA DÉCADA DE 60 .....	11
O CENÁRIO DA VIOLÊNCIA EM CIDADE DE DEUS E SUA ADAPTAÇÃO PARA O CINEMA .....	12



## CRÍTICA À CULTURA ORGANIZACIONAL: UMA VISÃO CRIATIVA

Camila Melo Ferrareli<sup>1</sup>; Cristiano Max Pereira Pinheiro<sup>2</sup>

Este artigo tem como tema relacionar a Indústria Criativa com a Cultura Organizacional estudada na Administração, tendo em vista os profissionais da Geração Y que estão no mercado atuando em ambos os modelos. O artigo tem como base e ideia inicial do texto “O que diabos aconteceu com a Geração Y?”, do publicitário Ícaro de Carvalho, o qual discute abertamente a neoescravidão que esses profissionais sofrem. Partindo desse princípio, os autores da Administração começaram a ser estudados e relacionados com suas teorias próprias de Cultura Organizacional em contrapartida com o trabalho liberal trazido pelas premissas da Indústria Criativa. Para apresentar esse panorama, optou-se por uma metodologia de pesquisa de cunho bibliográfico, suportada pelos autores Harrisson (1972), Handy (1978), Freitas (1999), Robbins (2002) e Oliveira (2010). Como resultado, a análise ajudará a entender tanto o perfil do profissional criativo, como o do sistema tradicional, e os encaixar nesse meio da Geração Y. Este artigo tem como tema relacionar a Indústria Criativa com a Cultura Organizacional estudada na Administração, tendo em vista os profissionais da Geração Y que estão no mercado atuando em ambos os modelos. O artigo tem como base e ideia inicial do texto “O que diabos aconteceu com a Geração Y?”, do publicitário Ícaro de Carvalho, o qual discute abertamente a neoescravidão que esses profissionais sofrem. Partindo desse princípio, os autores da Administração começaram a ser estudados e relacionados com suas teorias próprias de Cultura Organizacional em contrapartida com o trabalho liberal trazido pelas premissas da Indústria Criativa. Para apresentar esse panorama, optou-se por uma metodologia de pesquisa de cunho bibliográfico, suportada pelos autores Harrisson (1972), Handy (1978), Freitas (1999), Robbins (2002) e Oliveira (2010). Como resultado, a análise ajudará a entender tanto o perfil do profissional criativo, como o do sistema tradicional, e os encaixar nesse meio da Geração Y. (PROBIC/Fapergs)

Palavras-chave: Geração Y. Cultura Organizacional. Indústria Criativa.

<sup>1</sup>Autor(es) <sup>2</sup>Orientador(es)

E-mail: (camilaferrareli@hotmail.com e maxrs@feevale.br)



## TEORIA DAS CARGAS PROBATÓRIAS DINÂMICAS E DIREITO AMBIENTAL

William Galle Dietrich<sup>1</sup>; Haide Maria Hupfer<sup>2</sup>

O presente estudo visa a explanação da teoria das cargas probatórias dinâmicas no direito processual brasileiro. Tal teoria – primeiramente oriunda de construção doutrinária e pretoriana – foi assimilada pelo Código de Processo Civil de 2015, notadamente em seu art. 373, § 1.º, e vem sendo amplamente utilizada na distribuição do ônus probatório em ações civis públicas para os casos que envolvem matéria ambiental sem que, contudo, tenham se sedimentado uma criteriológica apta para tanto. A pesquisa tem como objetivo, justamente, a investigação dos critérios que vêm sendo exigidos para que se possa falar em dinamização do ônus da prova bem como verificar se os referidos critérios foram construídos de forma correta. Com efeito, para o desenvolvimento da pesquisa, utilizou-se o “método” fenomenológico adotado pela Crítica Hermenêutica do Direito. Com esteio na análise referida, foi possível verificar que grande parte das dinamizações vem dependendo da discricionariedade do julgador. Observou-se a existência de posicionamentos que, para explicar a incidência da dinamização, perpassam por uma proposta similar com a que se tem no Código de Defesa do Consumidor até mesmo à utilização do malfadado princípio da busca pela verdade real, tendo como traço comum a notória ausência da observação de critérios mínimos. Nesse estuário, como solução, se propôs a observância do princípio constitucional da Isonomia como condição de possibilidade para a dinamização do ônus da prova. Com efeito, conclui-se que é possível a construção de critérios que se desvelam mais conformados ao modelo constitucional de processo, vale dizer, a um processo que as partes sejam postas em absoluta paridade de condições, de modo que ambas tenham as mesmas possibilidades de atuar e também de estarem sujeitas às mesmas limitações. Significa dizer, pois, que a dinamização do ônus da prova é possível (e necessária) de ser exercida sem que, contudo, resvale em decisionismos e arbitrariedades. (PROBIC/Fapergs)

Palavras-chave: Dinamização do ônus da prova. Ação civil pública. Direito ambiental. Discricionariedade judicial.

<sup>1</sup>Autor(es) <sup>2</sup>Orientador(es)

E-mail: ([galledietrich@gmail.com](mailto:galledietrich@gmail.com) e [haide@feevale.br](mailto:haide@feevale.br))

## MODA E REPRESENTAÇÃO DO ENVELHECIMENTO NO BLOG *ADVANCED STYLE*

Suelyn Soares da Rosa<sup>1</sup>; Claudia Schemes<sup>2</sup>

Esta pesquisa tem como temática a representação do envelhecimento e da moda no blog *Advanced Style*. Atualmente, na área da moda, o público mais velho começa a ser pensado e visto como um nicho de mercado com grande potencial de consumo por possuir conhecimentos acumulados, serem formadores de opinião e tenderem a consumir mais do que em outras fases da vida. Este grupo representa a “nova velhice” que é um conceito que vem sendo discutido nos últimos anos e que se relaciona com aqueles idosos que não se adequam mais aos padrões tradicionais de envelhecimento, tanto físico, quanto mental e comportamental. Os objetivos deste estudo são: conceituar representação; apresentar dados sobre o envelhecimento no mundo; caracterizar o blog *Advanced Style*; perceber de que forma a “nova velhice” é apresentada, descrevendo peculiaridades de comportamento e estilo mais recorrentes no blog, analisando imagens e *feedbacks* dos leitores com base em estudos científicos sobre o tema vigente. A metodologia utilizada é a pesquisa exploratória de cunho qualitativo, elaborada a partir de levantamento bibliográfico e documental. Como resultados parciais podemos dizer que, a partir da ideia de representação como a maneira que as pessoas organizam a realidade em suas mentes, como pensam e interpretam o mundo, expressando-se através de comportamentos e práticas sociais, observamos que o blog apresenta dois tipos de moda para as mulheres idosas: a elegante e a excêntrica, sendo que esta última é a que mais aparece e que mais chama a atenção dos leitores. Enfim, a representação da moda e do envelhecimento feminino pelo blog vem ao encontro da ideia da “nova velhice”, na qual as mulheres apresentam um estilo de vida livre, alegre, descompromissado das exigências sociais que lhes permitem ousar até na forma de vestir, que é um dos recursos utilizados pelos sujeitos para representar sua identidade. (PROBIC/Fapergs)

Palavras-chave: Moda. Envelhecimento. Blog *Advanced Style*. Representação.

<sup>1</sup>Autor(es) <sup>2</sup>Orientador(es)

E-mail: (suelynsrosa@gmail.com e claudias@feevale.br)

## PERCEPÇÕES FEMININAS SOBRE MATURIDADE: UMA AUTOIMAGEM

Magali Alves<sup>1</sup>; Denise Castilhos De Araujo<sup>2</sup>

Atualmente a mídia impressa traça perfis estéticos, os quais, normalmente, as pessoas não conseguem alcançar. Na mídia impressa, observamos revistas dirigidas a variados públicos, sendo o maior alvo as mulheres. Esta forma de comunicação ganhou grande espaço na vida feminina por trazer assuntos que muitas vezes não se podia ou tinha-se vergonha de conversar com parentes ou amigas, devido aos costumes de cada época. As revistas trazem inúmeros assuntos e, desde o século XIX, vem moldando os hábitos da mulher brasileira. Este trabalho busca analisar as representações de mulheres de 45 a 65 anos, mostrando como elas se vêem diante do que a mídia apresenta sobre elas. A partir da realização/aplicação de entrevistas, pode-se reconhecer como essas mulheres realmente se percebem e se caracterizam. Assim é possível conseguir traçar um perfil das mulheres entrevistadas, e, a partir dessa etapa, conseguimos responder algumas perguntas que norteiam essa pesquisa. Dentre as perguntas temos uma principal, qual seja: como é a mulher madura, ela se sente representada nas revistas femininas? Considerando-se as respostas, observamos que mesmo sentindo-se bem consigo mesmas, elas veem a necessidade de mudança tanto no que diz respeito ao corpo, como em suas vidas de um modo geral. As entrevistadas afirmaram que as revistas femininas, representam a mulher madura, sempre bem “produzida”, com cabelo bem feito e com maquiagem adequada, com estilo próprio. Elas afirmaram que a revista sugere à leitora que ela se aproxime do modelo da revista, indicando que o cotidiano da “verdadeira” mulher madura, seja algo fácil de ser atingido. As mulheres perceberam a indicação por parte da revista de que a mulher, quando chegar à maturidade, deve ser bem-sucedida em sua carreira, na família, na realização afetiva e em seu comportamento social. Assim, podemos verificar que as mulheres maduras, na maioria das vezes, não se sentem representadas nas revistas femininas dedicadas a esse público, em virtude das sugestões de certos comportamentos, os quais geram expectativas inatingíveis, trazendo consigo descontentamentos pessoais. (PROBIC/Fapergs)

Palavras-chave: Autoimagem. Mulher. Maturidade.

---

<sup>1</sup>Autor(es) <sup>2</sup>Orientador(es)

E-mail: (magalialves20@hotmail.com e DeniseCA@feevale.br)



## O PAPEL DO LEITOR E A REPRESENTAÇÃO DA SOCIEDADE DO SÉCULO XIX EM MEMÓRIAS PÓSTUMAS DE BRÁS CUBAS

Carla Prestes Tassinari<sup>1</sup>; Juracy Assmann Saraiva<sup>2</sup>

Este projeto de pesquisa, a que se integra o plano de trabalho da bolsista, é coordenado pelo Prof. Dr. Ernani Mügge (PÓS-DOC, PNPD-CAPES) e pela Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Juracy Assmann Saraiva da Universidade Feevale. O projeto propõe reflexões sobre a cultura e os traços identitários dos diferentes grupos sociais do Brasil que estão registrados na literatura brasileira. O presente trabalho, que está agregado a esse projeto, tem o objetivo de enfatizar a função humana e social do texto literário e de transferir ao leitor o papel de agente da significação que o texto lhe confere, a partir da análise do contexto histórico de *Memórias Póstumas de Brás Cubas*, de Machado de Assis. Logo, o resultado aponta que, através de marcas extraliterárias, o leitor é capaz de especular sobre o panorama social, político, econômico e cultural que é referenciado na obra e, assim, compreender de maneira mais proficiente a si mesmo e a realidade empírica. (PROBIC/Fapergs)

Palavras-chave: Função humana e social. Texto literário. Marcas extraliterárias. Leitor. Memórias Póstumas de Brás Cubas.

---

<sup>1</sup>Autor(es) <sup>2</sup>Orientador(es)

E-mail: (ctassinari92@gmail.com e Juracy@feevale.br)



## MEMÓRIA, HISTÓRIA E IMAGINÁRIO EM REQUIEM PARA O NAVEGADOR SOLITÁRIO

Poliana Soares<sup>1</sup>; Daniel Conte<sup>2</sup>

Entre a história e a literatura, no âmbito da narrativa de expressão portuguesa contemporânea, inexistem fronteiras nítidas, pois a ficção se expressa por um movimento em que os discursos histórico e literário se cruzam, cabendo-lhe iluminar a realidade que lhe deu origem. Na investigação que se apresenta, intitulada “No Cruzamento de Ficções, História, Memória e Identidades nas Literaturas de Língua Portuguesa” pretende-se realizar um exercício teórico-crítico que incidirá sobre narrativas que representam paradigmaticamente os caminhos trilhados pela narrativa contemporânea. No presente estudo, apresenta-se a análise da obra de Luís Cardoso – *Requiem para o navegador solitário* como representante da literatura timorense, que narra a história de Catarina. O estudo desta obra visa analisar criticamente a produção literária e seus recursos dialógicos e iconográficos que compõem as tramas dos personagens, mesclando a ficção com a história factual. Tal recurso produz no leitor a necessidade do uso da imaginação simbólica para depreender desde o significado de palavras, como também a possibilidade de experienciar os dilemas conflitantes que colaboraram para a formação sociopolítica-cultural do Timor Leste. Os escassos estudos sobre esta temática justificam sua existência, pois a literatura e a história aproximam-se, principalmente, pelo fato de ambas utilizarem a narração para preservar e divulgar a permanência do humano e de suas manifestações e processos de cultura. Para tal, realizar-se-á uma aproximação empírica com o objeto de pesquisa através da leitura, síntese e análise da obra, assim como a revisão teórica dos conceitos supracitados. Ações estas que resultarão na produção de referências sobre a interdisciplinaridade entre a literatura e a história e suas contribuições na produção do romance em estudo. Até o momento, a pesquisa encontra-se na fase inicial de primeiro contato e embasamentos teóricos. (PROBIC/Fapergs)

Palavras-chave: Luís Cardoso. Memória. Literatura e história. Timor. Imaginário.

<sup>1</sup>Autor(es) <sup>2</sup>Orientador(es)

E-mail: (polianas@feevale.br e danielconte@feevale.br)

## MEGAEVENTO FIFA: ONDE ESTÃO OS LEGADOS?

Manoel Antonio da Silva Jacques Junior<sup>1</sup>; Gustavo Roesse Sanfelice<sup>2</sup>

Megaevento é o termo utilizado para descrever as grandes competições esportivas como a Copa do Mundo de Futebol da FIFA. O legado é a palavra chave alinhavada nos discursos da FIFA e das nações que tem o interesse em receber o megaevento e serve de justificativa com a alegação de que a Copa atrai os olhares do mundo, acelera o desenvolvimento econômico e social do país e estimula o turismo. Setores esportivos se beneficiam do megaevento, patrocinadores e a própria entidade organizadora, que obtêm uma série de benefícios e até isenção de impostos. O país que recebe o megaevento é “refém” das imposições da FIFA. O objetivo deste artigo é verificar o impacto do megaevento Copa do Mundo de Futebol da FIFA e o legado social e econômico (se) alcançado, analisando os países sedes das Copas 2002 (Coreia e Japão), 2006 (Alemanha), 2010 (África do Sul) e 2014 (Brasil). A metodologia utilizada é descritiva/quantitativa e a coleta de dados foi feita em sites de entidades como World Bank, FIFA, ONU e dos relatórios sobre a Copa dos governos locais. Comparamos os indicadores IDH e PIB. A partir dos dados coletados referentes ao ano anterior, da realização e posterior ao evento, percebemos que o megaevento influenciou no crescimento significativo do IDH no ano de realização na Coreia do Sul (0,879 - 30ª Posição; 0,888 - 28ª Posição; 0,901 - 28ª Posição), no Japão (0,932 - 9ª Posição; 0,938 - 9ª Posição; 0,943 - 11ª Posição), na Alemanha (0,935 - 22ª Posição; 0,945 - 22ª Posição; 0,947 - 22ª Posição) e no Brasil (0,730 - 85ª Posição; 0,744 - 79ª Posição), porém na África do Sul o crescimento ocorreu no ano posterior (0,594 - 110ª Posição; 0,597 - 110ª Posição; 0,619 - 123ª Posição), apesar da queda de colocação da África no ranking de países da ONU. No ano de realização do evento o Brasil (US\$ 11,938; US\$ 11,612) e o Japão (US\$ 32,716; US\$ 31,235) apresentam queda no valor do PIB per capita, diferente dos outros países que seguem um crescimento constante, mas o valor que chama mais atenção é o pós-Copa da Alemanha com um crescimento acima da média (US\$ 34,650; US\$ 36,401; US\$ 41,762). Relacionado aos legados econômicos das Copas, percebemos que os indicadores econômicos sobressaem-se mais em países desenvolvidos que os países em desenvolvimento. Sendo assim não é possível padronizar evidenciar o real impacto do discurso de legado que antecede o evento pois o mesmo tem diferentes consequências em diferentes realidades econômicas. (PROBIC/Fapergs)

Palavras-chave: Megaevento. Legado. FIFA.

<sup>1</sup>Autor(es) <sup>2</sup>Orientador(es)

E-mail: (manoel\_jacques@hotmail.com e sanfeliceg@feevale.br)

## DIÁLOGO DE MEMÓRIAS PÓSTUMAS DE BRÁS CUBAS COM O CONTEXTO SÓCIO-HISTÓRICO, DA MÚSICA E DA DRAMATURGIA

Luís André Gonçalves Werlang<sup>1</sup>; Juracy Assmann Saraiva<sup>2</sup>

O projeto *Diálogo de Memórias Póstumas de Brás Cubas com o contexto histórico, da música e da dramaturgia* estuda a obra de Machado de Assis associando-a ao contexto sociocultural em que se situa e, para tanto, analisa suas remissões a eventos históricos, à música e à dramaturgia. O estudo parte do pressuposto de que Machado de Assis participou ativamente do contexto da sociedade carioca do Segundo Império, transmitindo grande parte de seus eventos e de sua cultura nas obras. O esclarecimento dessa questão dá-se por duas vias, integradas e paralelas: a da análise de produções de Machado de Assis para alcançar uma compreensão mais abrangente de seu sentido, a partir do fundamento nas teorias narratológicas da intertextualidade e da autorreferencialidade, e a partir do estudo da biografia intelectual de Machado de Assis e das condições sociais, históricas e culturais da segunda metade do século XIX; a do levantamento de dados vinculados à música e à dramaturgia, em jornais do período da diegese das narrativas em análise. Este projeto de pesquisa realiza, pois, o exercício da leitura por meio de uma visão plural e heterogênea, inter-relacionado-o com aspectos socioculturais. Até este momento, *Memórias Póstumas de Brás Cubas* tem sido objeto de estudo, sendo identificados fatos históricos, representados no romance, e as menções a espetáculos teatrais e musicais, em jornais cariocas do período de 1830 a 1870, para correlacioná-las com as referências do texto machadiano. A partir disso, a pesquisa visa ampliar o conhecimento relativo à obra de Assis e esclarecer inter-relações entre a produção literária, os acontecimentos sociais e os meios de circulação das manifestações culturais. Portanto, para a realização da pesquisa, são fundamentais os recursos da tecnologia, particularmente os acervos digitais da Hemeroteca Nacional, o que comprova que as ciências humanas e sociais não podem prescindir dos avanços tecnológicos, visto que esses permitem trazer novos e inusitados aspectos aos objetos de estudo. Os resultados da pesquisa estão sendo registrados em artigo, que está em fase de redação, mas permitem confirmar a hipótese do envolvimento de Machado de Assis com as questões de seu tempo. (PROBITI/Fapergs)

Palavras-chave: Machado de Assis. Literatura. Intertextualidade.

<sup>1</sup>Autor(es) <sup>2</sup>Orientador(es)

E-mail: (luisandregw@gmail.com e juracy@feevale.br)

## CONSUMO DE MÍDIAS PELAS MULHERES DE 45-65 ANOS DA CLASSE C

Priscila Reichert Schlindwein<sup>1</sup>; Denise Castilhos De Araujo<sup>2</sup>

Este projeto tem como objetivo analisar quais são os meios de comunicação que mulheres, na faixa etária entre 45 e 65 anos, utilizam para o consumo de informações, bem como identificar o que buscam nessas mídias levando em conta a classe social escolhida (classe C) e diferentes etnias. A pesquisa tinha como base, no primeiro momento, revistas femininas (impressas), porém em uma breve pesquisa de campo verificamos que as mulheres de 45-65 anos, em sua maioria, não tem mais o hábito de comprar revistas impressas, (as revistas tiveram redução de 20% das vendas em 2015 segundo o IVC, Instituto Verificador de Comunicação), e muitas delas obtém informações através de jornais, internet e principalmente televisão. Segundo a "Pesquisa Brasileira de Mídia 2015 – Hábitos de Consumo de Mídia pela População Brasileira", encomendada ao Ibope pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, a TV é o meio de comunicação mais utilizado diariamente com 73%, seguindo pela internet com 37%, o rádio com 30%, o jornal com 7% e a revista com 2%. Sendo assim, precisamos compreender quais são as mídias utilizadas por essas mulheres, e para quê elas o utilizam. É sabido, também, que o consumo da classe C vem passando por reformulações por causa da crise econômica. O que gera o seguinte questionamento, essas pessoas ainda estão consumindo como antes, elas consomem os mesmos produtos e serviços? Segundo a pesquisa da consultoria Plano CDE, a maior parte dos entrevistados precisou fazer cortes nos últimos meses. A alimentação fora de casa teve redução de mais de 50%, acompanhado do lazer e serviços de beleza. Os itens que menos sofreram redução foram estudo próprio e plano de saúde. Dessa forma, com base nas novas informações que temos, alguns questionamentos surgiram: Quais são as mídias mais utilizadas pelas mulheres de 45-65 anos da classe C? O que essas mulheres buscam nessas mídias? É uma busca aleatória ou uma busca pré-definida? Quais influências ela sofrem ao acessarem essas mídias? Pretende-se, para tanto, identificar o consumo de mídia desse público, realizando pesquisa qualitativa, através de entrevistas em profundidade, com mulheres pertencentes ao grupo mencionado. (PROBIC/Fapergs)

Palavras-chave: Mulheres maduras. Consumo. Mídia.

<sup>1</sup>Autor(es) <sup>2</sup>Orientador(es)

E-mail: (priscila.reichert.s@gmail.com e DeniseCA@feevale.br)

## A VISÃO DO JORNAL NH EM RELAÇÃO AO CLUBE FLORIANO NA DÉCADA DE 60

Everaldo Pedrozo de Oliveira<sup>1</sup>; Cleber Prodanov<sup>2</sup>

Tema: A visão do Jornal NH em relação ao Clube Floriano na Década de 60. Justificativa: O artigo analisa o posicionamento editorial do Jornal NH em relação ao Clube Floriano de 1960 a 1964. Analisa também as mudanças ocorridas entre clube e o avanço da cobertura dos clubes da capital, Grêmio e Internacional. Objetivos: identificar como era apresentado o Floriano no Jornal e comparar esta visão em relação as agremiações da Capital, analisando a evolução do espaço do clube no jornal entre 1960 até 1964. Metodologia: Para atingir os objetivos foi realizado pesquisas bibliográficas em exemplares publicados do Jornal NH no período de 1960-1964. Resultados: 1960: Em 1960, suas publicações eram voltadas para um único clube, o Floriano, criando colunas que enalteciam ainda mais neste ano. Também foi destaque o 49º aniversário do clube. 1961: Em 1961, o destaque nas páginas ainda era o Floriano, entretanto, o Jornal NH começou a publicar notícias referentes a outros clubes, destacando-se Grêmio e Internacional e o Esperança, maior rival do Floriano e que teve seu primeiro destaque nas páginas do jornal na comemoração de seu 47º aniversário. 1962: A partir deste ano, o espaço dedicado aos clubes passou a depender do desempenho esportivo dentro das quatro linhas, criando mudanças na cobertura esportiva do Floriano, pois agora havia uma disputa de espaço nas páginas, o que anteriormente era dedicado a ele e seus torcedores. 1963: Em 1963 o jornal sofreu mudanças de fontes que começaram a ser utilizadas facilitando a escolha do assunto ao leitor. Poucas foram as mudanças deste ano, continuando o foco maior nas agremiações da região, perante as das capitais 1964: Em 1964 a dupla Grenal também era um rival nas páginas do jornal. As mudanças do último ano que avaliamos foram mínimas, salvo um aumento de publicações por parte do jornal para com os clubes da capital. Considerações Finais: A comunidade de Novo Hamburgo desde sua formação manteve uma tradição de mídia impressa local com foco na comunidade. Com a criação de O 5 de Abril em 1927 houve um movimento de integrar o jornal as ações de desenvolvimento político, econômico da cidade. Porém, em 1960 este veículo se esgota, e tem a chegada do Jornal NH. O jornal cobriria, especialmente, a questão esportiva e com enfoque nesta área, será feita a análise de como a mídia trabalhou em seus 5 primeiros anos, retratando clubes da região e da capital. (PROBIC/Fapergs)

Palavras-chave: Futebol. Jornal. Historia. Floriano. Rivalidade.

<sup>1</sup>Autor(es) <sup>2</sup>Orientador(es)

E-mail: (everaldopedrozo10@gmail.com e prodanov@feevale.br)



## O CENÁRIO DA VIOLÊNCIA EM CIDADE DE DEUS E SUA ADAPTAÇÃO PARA O CINEMA.

Patricia Gonçalves da Silva<sup>1</sup>; Marines Andrea Kunz<sup>2</sup>

Este trabalho analisa de forma panorâmica as relações entre o romance *Cidade de Deus*, de Paulo Lins, e sua adaptação para o cinema, tendo como enfoque as manifestações de violência. A narrativa, nas duas representações, apresenta uma linguagem que possibilita estabelecer diálogos com contextos sociais, permitindo uma reflexão sobre o espaço marginalizado, sua história e a consequente exclusão social da periferia, afetando, assim, a sociedade. Sabendo que a violência é um problema presente não somente nas obras analisadas mas também no cotidiano, procurou-se refletir acerca da realidade representada no livro e sua “materialização” nas telas, uma vez que essa última representação foi mais propagada, levando um pouco mais de três milhões de espectadores ao cinema no seu ano de lançamento. Há uma tentativa de dar vozes e rostos aos excluídos, desmistificando e reafirmando convicções tão latentes no Brasil. Tanto a obra-literária quanto o filme destroem o discurso “Brasil Cordial”, revelando as mazelas da história brasileira. (PROBIC/Fapergs)

Palavras-chave: Cidade de Deus. Literatura. Cinema. Violência.

---

<sup>1</sup>Autor(es) <sup>2</sup>Orientador(es)

E-mail: ([patricia\\_goncalvesdasilva@hotmail.com.br](mailto:patricia_goncalvesdasilva@hotmail.com.br) e [marinesak@feevale.br](mailto:marinesak@feevale.br))