

produções em mídias alternativas. Entre estes, encontra-se Linn da Quebrada, que utilizou a campanha de financiamento coletivo, o crowdfunding, para conseguir recursos e lançar seu primeiro álbum, o Pajubá. O objetivo desse ensaio é observar, descrever e discutir, pelo campo contemporâneo da comunicação e cultura, o lugar de Mc Linn nas mídias e como essa (hiper)mediatização possibilitou a artista traçar estratégias para sua campanha de crowdfunding. A discussão propõe que Linn, ao utilizar recursos midiáticos alternativos, desloca a arte para o espaço do coletivo, em um movimento contra hegemônico que valoriza a periferia como espaço de produção artística musical.

RENATO LEVI PAHIM & CLAIRE CRISTINA CARVALHO CASTELANO (USP)

Música Popular Brasileira: expressão e reafirmação da submissão feminina

A música é uma presença atemporal e universal, responsável por construir os aspectos generalizantes que definem as tradições e as particularidades da trajetória de cada indivíduo. Seu papel é fundamental na construção das identidades pessoais e coletivas, das nacionalidades e das culturas. Num país com expressiva desigualdade de gênero e tradicionalismo patriarcal, a música popular brasileira ocupa-se, muitas vezes, da perpetuação desses valores. Seus principais autores são homens. Além disso, a mulher aparece como temática de várias obras que, por vezes, reafirmam seu lugar de submissão numa “feminilidade ideal” ou transgridem o lugar de fala. A pesquisa visa compreender as relações geradas na tensão entre criador e receptor nos valores pessoais e coletivos. Para tanto, será realizado análises de músicas e entrevistas. Objetiva-se problematizar a questão de gênero na posição social e afetiva relegada à mulher dentro das canções escolhidas e no deslocamento do eu-lírico dos compositores. Visa-se disponibilizar o resultado da pesquisa em um produto audiovisual com leituras múltiplas do discurso poético, do contexto histórico das canções e do universo dos criadores.

* SUELI LAFRATTA (ALTERJOR/USP)

Jornalismo especializado: revista digital Sucesso na Cozinha

Sucesso na Cozinha é uma revista digital dirigida aos profissionais da gastronomia, especialmente os pequenos empresários e produtores autônomos de alimentos artesanais para comercialização. A publicação nasceu em junho de 2016, com a proposta de valorizar o profissional e incentivar seu crescimento e sua capacitação como empreendedor e gestor no segmento gastronômico, o que contribui para o sucesso dos negócios. Dessa forma, Sucesso na Cozinha pauta reportagens sobre Mercado, Agenda do Chef, Agenda de Cursos e Eventos, Artigos, Perfil e Receitas. A revista surgiu em um cenário de crescente entrada no mercado gastronômico de homens e mulheres, que passaram a fabricar e a comercializar produtos artesanais doces e salgados, informalmente ou como micros e pequenos empresários. Esses produtores encontram em seu talento a chance de uma alternativa ao emprego formal, ou à falta dele, com geração de renda para a família, alimentando o sonho de empreender e movimentam um mercado invisível e não mensurado. Em 17 meses, a Sucesso na Cozinha já possui credibilidade junto a leitores e fontes, o que é essencial ao jornalismo. O próximo passo é buscar parceiros para investir no seu crescimento.