



**COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO**  
**LACES E DESENLACES**  
**VOL. I**

 **Atena** Editora

**2018**

Atena Editora

**Comunicação e Educação**  
**Laces e Desenlaces**  
**Vol. I**

2018

2018 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

**Editora Chefe:** Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

**Edição de Arte e Capa:** Geraldo Alves

**Revisão:** Os autores

#### **Conselho Editorial**

- Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas  
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília  
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná  
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia  
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria  
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão  
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará  
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

#### **Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)**

C741 Comunicação e educação [recurso eletrônico] : laces e desenlaces /  
Organização Atena Editora. – Ponta Grossa (PR): Atena Editora,  
2018.  
335 p. : 11.673 kbytes – (Comunicação e Educação; v. 1)

Formato: PDF  
Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader  
Modo de acesso: World Wide Web  
Inclui bibliografia  
ISBN 9788593243912  
DOI 10.22533/at.ed.912181605

1. Comunicação. 2. Comunicação na educação. 3. Educação.  
I. Título. II. Série.

CDD 370.14

**Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422**

O conteúdo do livro e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores.

2018

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

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

E-mail: [contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br)

# Sumário

<b>CAPÍTULO 1   A COMUNICAÇÃO COMO MERCADORIA: UMA DISCUSSÃO SOBRE O MERCADO DA MÍDIA E A DEMOCRACIA .....</b>	<b>5</b>
<i>Cristine Rahmeier Marquette</i>	
<b>CAPÍTULO 2   A COMUNICAÇÃO CRISTÃ ATRAVÉS DA MÚSICA: SUA RELAÇÃO COM AS TRANSFORMAÇÕES SOCIOCULTURAIS E A IDENTIDADE DO NOVO MOVIMENTO PÓS-GOSPEL.....</b>	<b>15</b>
<i>Isabelle Loureiro Tavares</i>	
<i>Mirian Martins da Motta Magalhães</i>	
<b>CAPÍTULO 3   A GREVE GERAL DE 1917 PELA EBC: UMA REFLEXÃO SOBRE O IMAGINÁRIO NA COBERTURA DA ESTATAL DE COMUNICAÇÃO BRASILEIRA A UM DOS EVENTOS MAIS MARCANTES DA HISTÓRIA .....</b>	<b>30</b>
<i>Tarcis Prado Junior</i>	
<i>Moises Cardoso</i>	
<i>Franco Iacomini Junior</i>	
<i>Antonio Carlos Persegani Florenzano</i>	
<i>Patricia de Andrade</i>	
<b>CAPÍTULO 4   A PESQUISA EM COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO: 40 ANOS DE TRAJETÓRIA NA INTERCOM .....</b>	<b>44</b>
<i>Maria Salett Tauk Santos<sup>2</sup></i>	
<b>CAPÍTULO 5   A VELOCIDADE NA COMUNICAÇÃO: QUESTÕES DE EMISSÃO E RECEPÇÃO NA SOCIEDADE DA CIBERCULTURA.....</b>	<b>54</b>
<i>Dirceu Martins Alves</i>	
<b>CAPÍTULO 6   AS ORGANIZAÇÕES COMO ESTRUTURAS DE INTERAÇÃO COMUNICATIVA .....</b>	<b>68</b>
<i>Selma Regina Ramalho Conte</i>	
<b>CAPÍTULO 7   ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO COMO EIXO ESTRATÉGICO NO ÂMBITO EMPRESARIAL: APONTAMENTOS INICIAIS PARA UM PLANO DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA NA UNIMED AGRESTE MERIDIONAL.....</b>	<b>81</b>
<i>Tárcila Driely de Souza Cabral</i>	
<i>Ingrid Andressa de Almeida Querino Azevedo</i>	

**CAPÍTULO 8 | CENSURA X LIBERDADE DE EXPRESSÃO: A COBERTURA DO JORNAL O ESTADO DE S. PAULO EM CENÁRIOS DE CORRUPÇÃO POLÍTICA..... 92**

*Carla Montuori Fernandes*

*Genira Correia Chagas*

*Márcio Bico*

**CAPÍTULO 9 | CENTRO HISTÓRICO DE CUIABÁ COMO ACONTECIMENTO: PATRIMÔNIO DE QUÊ, PRA QUEM? ..... 107**

*Fernanda Safira Soares Campos*

*Heloisa de Lima Gomes*

*Leonardo Rodrigues Corrêa*

*Pedro Pinto de Oliveira*

**CAPÍTULO 10 | CULTURA COMPARTILHADA EM COMUNIDADES VIRTUAIS: CONVERSAS SOBRE O VEGANISMO ..... 119**

*Karime KAMEL*

**CAPÍTULO 11 | ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS PARA SOLUÇÕES DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO APLICADAS À ADEQUAÇÃO DA PAISAGEM RURAL AO CÓDIGO FLORESTAL BRASILEIRO..... 134**

*Márcia Izabel Fugisawa Souza*

*Tércia Zavaglia Torres*

*Nadir Rodrigues Pereira*

*João dos Santos Vila da Silva*

*Daniel Rodrigo de Freitas Apolinário*

**CAPÍTULO 12 | MARKETING DE RELACIONAMENTO COMO FERRAMENTA DE RETENÇÃO DE CLIENTES: ESTUDO DE PROGRAMAS DE FIDELIDADE DE JORNAIS BRASILEIROS..... 149**

*Guaracy Carlos da Silveira*

*Fernando Augusto Carvalho Dineli da Costa*

**CAPÍTULO 13 | TEORIA CRÍTICA E COMUNICAÇÃO NA ERA DIGITAL: CONTRIBUIÇÕES DO MARXISMO PARA A CONDIÇÃO MIDIÁTICA CONTEMPORÂNEA1..... 162**

*Tarcísio de Sá Cardoso*

*Jenifer Santos Souza*

**CAPÍTULO 14 | A REPRESENTAÇÃO DA MÍDIA JORNALÍSTICA NA GRAPHIC NOVEL “PÉRSEPOLIS” ..... 176**

*Ana Beatriz Leite de Souza*

*Diego dos Santos Barbosa*

<b>CAPÍTULO 15</b>   ENQUADRAMENTOS E CONSTRUÇÕES DA REALIDADE: A ANÁLISE COMPARATIVA DA COBERTURA DAS MANIFESTAÇÕES DE 2013 E 2015 NA REVISTA VEJA.....	<b>189</b>
<i>Christinny Matos Garibaldi Pires</i>	
<b>CAPÍTULO 16</b>   GUERRA E FOTOJORNALISMO: UMA ANÁLISE DA IMPORTÂNCIA DA REVISTA REALIDADE NA COBERTURA DA GUERRA DO VIETNÃ.....	<b>203</b>
<i>Verônica Scheifer</i>	
<i>Carlos Alberto de Souza</i>	
<b>CAPÍTULO 17</b>   JORNALISMO DE VIAGEM: NARRATIVAS AUDIOVISUAIS DIGITAIS NO JORNALISMO ESPECIALIZADO DE TURISMO E A AUDIÊNCIA NO FACEBOOK .....	214
<i>Laíz SILVEIRA</i>	
<i>Valdecir BECKER</i>	
<b>CAPÍTULO 18</b>   LIVRO-REPORTAGEM MEMÓRIAS DE FOGO E DE DOR.....	<b>227</b>
<i>Tatiane Milani</i>	
<i>Rubia Steffens</i>	
<i>Luciane Volpatto Rodrigues</i>	
<i>Tatiane Dos Santos Pacheco</i>	
<i>Alessandra Francieli Weiler</i>	
<b>CAPÍTULO 19</b>   O INVERNO NO PAÍS DO VERÃO: UMA ANÁLISE SOBRE TELEJORNALISMO E APROPRIAÇÕES DOS ESPAÇOS URBANOS .....	<b>234</b>
<i>Ana Carolina Rocha Pessoa TEMER<sup>2</sup></i>	
<b>CAPÍTULO 20</b>   O JORNALISMO PERITO E A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NA REVISTA CIÊNCIA HOJE DAS CRIANÇAS .....	<b>249</b>
<i>Doraci Masiero Jacobus</i>	
<b>CAPÍTULO 21</b>   O NOVO MODELO DE COMUNICAÇÃO NO JORNALISMO PÓS INDUSTRIAL: CASE CATRACA LIVRE .....	<b>263</b>
<i>Luiza Teixeira do Nascimento</i>	
<i>Rhanica Evelise Toledo Coutinho</i>	
<b>CAPÍTULO 22</b>   O PERFIL INOVADOR DAS TRÊS ÁREAS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (JORNALISMO, PUBLICIDADE E PROPAGANDA E RELAÇÕES PÚBLICAS).....	<b>276</b>
<i>Aniele Uhlmann Spinosa</i>	
<i>Daniele Iachecen</i>	
<i>Kelly Balbino</i>	

**CAPÍTULO 23** | OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA (1998-2016): O FIM DO DEBATE CRÍTICO  
SOBRE O JORNALISMO BRASILEIRO NA TV PÚBLICA .....**290**

*Lilian Saback de Sá Moraes*

**CAPÍTULO 24** | QUAL A LINHA EDITORIAL E POLÍTICA DOS COMUNICADORES MAIS  
INFLUENTES NAS REDES SOCIAIS? UMA ANÁLISE DA COBERTURA DA VOTAÇÃO DO  
IMPEACHMENT DA PRESIDENTA DILMA ROUSSEFF ..... **301**

*Maíra BITTENCOURT*

*César MAIA*

**CAPÍTULO 25** | RECONFIGURAÇÃO MIDIÁTICA SEGUNDO CONCEITOS DE  
CONVERGÊNCIA TECNOLÓGICA: CONSIDERAÇÕES SOBRE ESTADÃO.COM.BR E  
HUFFPOST BRASIL.....**315**

*Jonas Gonçalves*

*Edson Capoano*

**SOBRE OS AUTORES** .....**327**

## CAPÍTULO 5

# A VELOCIDADE NA COMUNICAÇÃO: QUESTÕES DE EMISSÃO E RECEPÇÃO NA SOCIEDADE DA CIBERCULTURA

**Dirceu Martins Alves** RESUMO: O presente trabalho pretende discutir a  
*Universidade Estadual de Santa* velocidade na comunicação, a partir de uma análise do  
*Cruz, Departamento de Letras e Artes* ritmo da produção, veiculação e recepção da informação na  
*Ilhéus - Bahia* sociedade da era da cibercultura. As redes de computadores  
ligados pela Internet estão propiciando a comunicação através de jornais online, portais  
online, de notícias com conteúdo informativo ou meramente de entretenimento, e através  
das redes sociais os usuários podem unir todas essas interfaces num único espaço. O leitor  
de jornais online tem um espaço para comentar as notícias na própria página do jornal,  
ou em filtrações dos conteúdos para a sua rede social. Isso está apontando para um novo  
paradigma no processo de comunicação, que é o do receptor que atua diretamente também  
como emissor. A maior possibilidade de interação do receptor é positiva, por um lado,  
entretanto, por outro, a falta de tempo para refletir ou revisar o que escreve e publica pode  
ser bastante negativa. Se a velocidade é uma condição do tempo pós-moderno, devemos  
reorientar nossas teorias, incluir os estudos de recepção como uma nova epistemologia.  
A metodologia da pesquisa contempla o levantamento de dados, a revisão historiográfica,  
combinados com a análise empírica e os estudos de recepção.

**PALAVRAS-CHAVE: Velocidade; Comunicação; Rede social; Cibercultura; Recepção.**

ABSTRACT: The present work intends to discuss the speed in the communication, from an analysis of the rhythm of the production, transmission and reception of the information in the society of the cyberculture era. Internet-connected computer networks are enabling communication through online newspapers, online portals, news content with informative content or merely entertainment, and through social networks users can unite all these interfaces into a single space. The online newspaper reader has a space to comment on the news on the newspaper's own page, or in the leaks of the contents to your social network. This is pointing to a new paradigm in the communication process, which is that of the receiver that acts directly as an emitter. The greater possibility of receptor interaction is positive, on the one hand, however, on the other, the lack of time to reflect or revise what you write and publish can be quite negative. If speed is a condition of postmodern time, we must reorient our theories, include reception studies as a new epistemology. The methodology of the research contemplates data collection, the historiographic review, combined with the empirical analysis and the reception studies.

**KEYWORDS: Velocity; Communication; Social network; Cyberculture; Reception.**

A velocidade é o meio e o princípio dessa era que muitos chamam de pós-moderna. A vida rápida das cidades modernas se acelerou na cultura pós-moderna, de modo que muitas vezes a velocidade é um fim em si mesmo, conseguir mais velocidade. Analisar a nossa sociedade atual neste aspecto exige uma consideração sobre o tempo, o que implicaria em considerações filosóficas, ontológicas, sociológicas, psicológicas, e inclusive biológicas, pelas alterações psíquico-químicas que sofremos junto com essa transformação de ritmo da vida social. E a comunicação na sociedade da cibercultura tem esse aspecto da velocidade como um fator importante para o estudo contemporâneo.

Um dos símbolos da busca de velocidade na comunicação mais interessantes talvez seja o ato do soldado grego que correu os 42 km que existem entre as cidades de Atenas e Maratona, para levar uma informação, dando origem às provas de corridas de maratona que temos ainda hoje. Mas já nos tempos modernos, mais precisamente na primeira metade do século XIX, Edgar Allan Poe foi quem melhor leu a necessidade da velocidade na comunicação, que vinha se acelerando, estar em consonância com o ritmo da vida social. Poe entendeu que na vida moderna das cidades, movida com bondes e carruagens de aluguel, as pessoas não tinham mais tempo para ler epopeias. O leitor precisaria de textos “curtos que pudessem ser lidos de uma assentada”, na ida ao trabalho, ou na volta para casa. Orientou seu projeto literário para se conectar com essa velocidade, escrevendo contos e poemas, evitando os romances. Saindo dos Estados Unidos, do outro lado do oceano, em Paris, o poeta Charles Baudelaire, após fazer uma pausa na tradução dos contos de Poe, decide sair à rua, talvez para comprar tabaco. Mal tira os pés da calçada para cruzar a avenida e uma carruagem veloz passa raspando a barra de seu casaco, obrigando-o a se jogar para trás, afim de não ser atropelado. Baudelaire comenta o fato estupefato, dizendo que quase fora apanhado por uma “carruagem”, tamanha era a velocidade que a vida estava correndo nas grandes cidades, e nas patas dos cavalos. O filme *Tempos modernos*, de Chaplin, é um monumento ilustrativo e crítico dessa velocidade que a sociedade industrial estava sendo submetida, ou submetendo-se, já no começo do século XX.

Utilizei Poe, Baudelaire e Chaplin como modelos críticos da velocidade do tempo social, aquele que compartilhamos com os outros para coexistirmos no sistema, com o objetivo de elucidar como o processo vem avançando até a época das grandes tiragens diárias dos jornais impressos nas cidades. O impresso, seja em jornais diários ou semanário marcou um dos principais modos de emissão e recepção de informação durante o século XX. Pensar em informação era pensar em jornal impresso primeiro, depois rádio, televisão e cinema. Com a chegada da Internet surgiram os portais de informação e entretenimento, e os jornais passaram a ter competitividade na atenção de seus leitores. Não demorou para que surgissem as versões digitais dos mesmos jornais tradicionais, logo depois surgiu a possibilidade

de leitura não apenas digitais, mas também online, aquela que vai se atualizando durante o dia no portal dos periódicos. Mas juntamente com a possibilidade da leitura online, ou um pouco antes, surgiram as redes sociais. E dependendo do espaço geográfico, podemos considerar que foi um pouco depois também, com toda certeza. Com as redes sociais aumentaram as possibilidades de conexões dos conteúdos dos jornais, blogs, portais, revistas, tudo que estiver disponível de forma digital pode ser filtrado para as páginas pessoais das redes sociais, onde são compartilhadas, curtidas, comentadas, reproduzidas em grande escala.

O impresso perdeu poder, passou a ter de conviver com outros modos de recepção de seus leitores. Temos, assim, duas ou três questões das mais importantes para discutir. Com a possibilidade dos leitores de jornais online poderem comentar as matérias publicadas, abrimos espaço para os estudos da recepção, pois antes, no jornal impresso tínhamos a seção “Carta do leitor”, onde se publicavam algumas cartas, selecionadas entre as tantas dos leitores. Era a única possibilidade do leitor saber a opinião de outro leitor, através do próprio veículo. Agora na versão digital o leitor comenta e ajuda a compor o significado da notícia, seu comentário é lido logo, junto com as chamadas das matérias. Nas redes sociais este leitor aumenta sua participação como receptor porque comenta algo que ele mesmo filtrou de outro lugar, ou que algum amigo virtual filtrou. Há também o debate pelo comentário do comentário do outro, como se fossem réplicas e trélicas das opiniões emitidas. Há um leitor/receptor/escritor na sociedade da cibercultura que é receptor e emissor ao mesmo tempo, e este fator aponta para o surgimento de um novo paradigma no processo de comunicação, que precisa abandonar a análise centrada na direção da informação emissor → receptor, como via única do processo de transformação da informação em comunicação efetivada. O termo “mudança de paradigma” é utilizado aqui como observação de uma transformação social e científica importante, e não como um juízo de valor sobre o progresso ou o regresso social, na linha dos apocalípticos e integrados. Precisamos olhar para o nosso presente com a retrospectiva do passado, segundo Thomas Kun:

O historiador da ciência que examina as pesquisas do passado a partir da perspectiva da historiografia contemporânea pode sentir-se tentado a proclamar que, quando mudam os paradigmas, muda com eles o próprio mundo. Guiados por um novo paradigma, os cientistas adotam novos instrumentos e orientam seu olhar em novas direções. E o que é ainda mais importante: durante as revoluções, os cientistas veem coisas novas e diferentes quando, empregando instrumentos familiares, olham para os mesmos pontos já examinados anteriormente. É como se a comunidade profissional tivesse sido subitamente transportada para um novo planeta, onde objetos familiares são vistos sob uma luz diferente e a eles se apregam objetos desconhecidos. (KUN, 1998, p. 145, 146).

A velocidade joga aqui um jogo de no mínimo duas facetas: se por um lado ela permite que os conteúdos sejam elaborados, veiculados, e recebidos com muita velocidade em relação a quase tudo que ocorre no mundo globalizado, por outro, ela não permite que se tenha tempo de elaboração cuidadosa das informações, nem tempo para que os usuários leiam e reflitam com tempo suficiente sobre o que estão lendo, curtindo, opinando, e compartilhando. A velocidade é um dos fatores de criação dessa cultura. Mas como tudo é muito rápido tendemos ao elogio das facilidades de comunicação e do acesso democrático à emissão e recepção de opiniões. Esquecemos, muitas vezes, do fator consumo à que todo o processo se orienta, com o domínio de grandes empresas corporativas por trás das redes sociais, da produção de tecnologia, e do domínio de mercados na venda de aparelhos móveis de comunicação, que se destinam ao grande público.

## A VELOCIDADE COMO FONTE CRIADORA DA CULTURA CIBERCULTURAL

A velocidade como mote de tudo que é feito na Internet, principalmente para quem tem acesso rápido, recebe reprovação de muitos críticos, avessos a essa rapidez que segundo eles termina por pairar na superfície das coisas. Baudrillard foi um desses. Rüdiger (2013) coloca Trivinho e Kroker como autores da tecnoapocalipse. Outros são tão entusiasmados com tudo no mundo da Internet que proclamam a chegada da verdadeira democracia a partir de seu uso, e as possibilidades que ela oferece de liberdade. Pierre Levy se aproximaria bastante desses, principalmente em seus primeiros estudos, onde revela um humanismo utópico. Estes dois lados de opiniões opostas ao mundo da Internet recriam a divisão que Umberto Eco (2002) fez sobre os críticos da cultura de massa entre *Apocalípticos e Integrados*. De um lado os entusiasmados com a cultura de massa como a revolução do conceito de cultura, a integração da massa pelo acesso aos bens culturais, ainda que apenas massivos, e de outro os pessimistas, pregando o pessimismo como a morte da esperança de cultura espiritual pela padronização que a cultura de massa impunha à todos. São dois modos de ver sobre a Internet e a cultura que se cria a partir dela. Talvez isso ocorra porque a Internet é um bem que acentua, entre os benefícios de facilidades na comunicação, também a instigação do consumo da cultura de massa, chamada também de indústria cultural. Ela própria, a Internet, se configura como produto de cultura de massa, pela quantidade de bens simbólicos que por ela circulam, e também pelos valores reais que movimenta em diferentes moedas, de diferentes países. Castells explica que

A cultura da Internet caracteriza-se por uma estrutura em quatro camadas: a cultura tecnomeritocrática, a cultura hacker, a cultura comunicativa virtual e a

cultura empresarial. Juntas, elas contribuem para uma ideologia da liberdade que é amplamente disseminada no mundo da Internet. Essa ideologia, no entanto, não é a cultura fundadora, porque não interage diretamente com o desenvolvimento do sistema tecnológico: há muitos usos para a liberdade. (CASTELL, 2003, p. 34).

A Internet é um negócio, antes de tudo, e assim estão implicadas as empresas, os governos, os usuários mais comportados, que pagam as contas, e os hackers, que subvertem a ordem, provocando a entropia do sistema. Não seria o caso hoje, para um debate na pesquisa sobre comunicação, vir a ser nem tão apocalíptico nem tão integrado. Não creio nessa total decadência humana, pelo menos de forma assim generalizada, porque o conceito de decadência social está anteposto aos valores da cultura clássica, vindicadores dos valores da estética clássica. Estamos vivendo na era da Dromocracia cibercultural, “é o nome dessa nossa época, a fase planetária do capitalismo articulada pela velocidade das redes digitais”, Trivinho (2007), Santaella (2010), Virilo (2006). A dromocracia como estágio avançado do capitalismo exige a dromoaptidão, que quer dizer ser rápido. Rápido para manusear os ícones do celular, do *tablet* e dos computadores. Muitos usuários dessa tecnologia têm baixo nível de leitura por haver feito pouco estudo em escola formal, mas têm dedos ágeis na manipulação das teclas dos aparelhos conectados. Têm dromoaptidão, estão inseridos no mercado participativo, mas também no mercado de consumo capitalista de bens e serviços de tecnologia móvel de comunicação. Um dos pontos centrais para pensarmos a recepção. Em uma palavra, pertencem ao sistema social mais do que nunca. Todo usuário de sistemas digitais conectados à Internet contribuem para a velocidade da vida social, formam parte da rede. Algo que vem se formando há bastante tempo, sem percebermos o impactos reais de transformação social no campo da comunicação:

A internet é hoje uma gigantesca máquina de contato e de troca de informações. Estamos efetivamente entrando na era da conexão móvel. Depois do PC (computador pessoal) isolado dos anos 60-70, da popularização da internet fixa com o CC (computadores coletivos) nos anos 80-90, estamos vendo, no começo do século 21, a emergência da era do CCm (computadores coletivos móveis). Novas práticas e usos da informática surgem, como vimos, com essa mudança de paradigma. A internet fixa mostrou o potencial agregador das tecnologias de comunicação. Agora a internet móvel está aproximando o homem do desejo de ubiquidade fazendo emergir uma nova cultura telemática, com novas formas de consumo de informação e com novas práticas de sociabilidade. (LEMOS, 2005, p. 15).

As novas práticas de sociabilidade convivem com as outras, velhas práticas, em convergências ou em mundos paralelos. Muitas vezes não percebemos o momento de transformação porque essas mudanças culturais não são lineares, como afirma Santaella:

Não há uma linearidade na passagem de uma era cultural para a outra, pois elas se sobrepõem, misturam-se, criando tecidos culturais híbridos e cada vez mais densos. Essa densidade estava fadada a intensificar-se com a chegada da cultura digital. (SANTAELLA, 2003, p.81).

## A REDE É UM SISTEMA ABERTO EM EXPANSÃO NA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO

Para uma análise da sociedade da informação em rede precisamos ter em conta que a velocidade muda nossas possibilidades de controle do objeto, a rede está sempre em expansão. Para explicar melhor o que é rede utilizo Castells, para quem ela é um ponto central de estudos da sociedade na era da informação. A citação é longa, mas evita que se faça paráfrase e não consiga explicar tão bem quanto ele:

Primeiro, definirei o conceito de rede, visto que ela desempenha papel central em minha caracterização da sociedade na era da informação. Rede é um conjunto de nós interconectados. Nó é um ponto no qual uma curva se entrecorta. Concretamente, o que um nó é depende do tipo de redes concretas de que falamos. São mercados de bolsas de valores e suas centrais de serviços auxiliares avançados na rede dos fluxos financeiros globais. São conselhos nacionais de ministros e comissários europeus da rede política que governa a União Europeia. São campos de coca e papoula, laboratórios clandestinos, pistas de aterrissagens secretas, gangues de ruas e instituições financeiras para lavagem de dinheiro na rede de tráfico de drogas que invadem as economias, sociedades, estados no mundo inteiro. São sistemas de televisão, estúdios de entretenimento, meios de computação gráfica, equipes para cobertura jornalística e equipamentos móveis gerando, transmitindo e recebendo sinais na rede global da nova mídia no âmago da expressão cultural e da opinião pública, na era da informação. A topologia definida por redes determina que a distância (ou intensidade e frequência da interação) entre dois pontos (ou posições sociais) é menor (ou mais frequente, ou mais intensa), se ambos os pontos forem nós de uma rede do que se não pertencerem a mesma rede. Por sua vez, dentro de determinada rede os fluxos não têm nenhuma distância, ou a mesma distância, entre os nós. Portanto, a distância (física, social, econômica, política, cultural) para um determinado ponto ou posição varia entre zero (para qualquer nó da mesma rede) e infinito (para qualquer ponto externo a rede). A inclusão/exclusão em redes e a arquitetura das relações entre redes, possibilitadas por tecnologia da informação que operam a velocidade da luz, configuram os processos e funções predominantes em nossa sociedade. (CASTELLS, 1999, p. 566).

A rede é formada por vários sistemas de organização social como vimos. Nem todas estão conectadas entre elas, mas há espaço para que essas várias esferas da sociedade como igreja, religião, autarquias, empresas, clubes, associações possam ir se conectando entre elas com o tempo, e com todos os indivíduos particulares. Sobre o caráter aberto da rede também nos diz Castells:

Rede são estruturas abertas capazes de expandir de forma ilimitada, integrando novos nós desde que consigam comunicar-se dentro da rede ou seja, desde que compartilhem os mesmos códigos de comunicação (por exemplo, valores ou objetivos de desempenho). Uma estrutura social com base em redes é um sistema aberto altamente dinâmico suscetível de inovação sem ameaças ao seu equilíbrio. Rede são instrumentos apropriados para economia capitalista baseada na inovação, globalização e concentração descentralizada; para o trabalho, trabalhadores e empresas voltados para a flexibilidade e adaptabilidade; para uma cultura de desconstrução e reconstrução contínuas; para uma política destinada ao processamento instantâneo de novos valores e humores públicos; e para uma organização social que vise a suplantação do espaço e invalidação do tempo. Mas a morfologia da rede também é uma fonte de drástica reorganização das relações de poder. As conexões que ligam as redes (por exemplo, fluxos financeiros assumindo o controle de império da mídia que influenciam os processos políticos. (CASTELLS, 1999, p. 566).

Não podemos ser ingênuos e acreditar que as redes, formadoras dos processos de globalização promovem apenas valores democráticos de liberdade para todos. Elas são, como bem ressalta Castells, reorganizadores de grupos de poder, e de dominação política. Mas por ser sistema aberto está sujeito aos vários níveis de entropia que o receptor impõe a ele, na tentativa de tornar-se sujeito. Comentar, compartilhar, curtir, postar fotos pessoais, de familiares ou de amigos são atitudes reflexivas de um sujeito “egoísta”, que quer emergir da clandestinidade que o sistema comunicacional moderno lhe impôs, pelo menos durante os últimos séculos, como leitor, espectador, e ouvinte, mais ou menos silencioso. No ponto de vista dos estudos de teorias da comunicação nunca foi fácil situar o receptor no campo da análise, estritamente dentro da área da comunicação. Souza comenta essa dificuldade no século XX:

É bem verdade que outras posturas interpretativas foram se acumulando ao longo deste século, quer rejeitando a posição funcionalista, quer apontando novas formas de práticas de estudo culturais em mudança. (...) Observe-se, por exemplo, que as indagações sobre o sujeito da recepção enfrentam dificuldades originárias da prática de estudos acadêmicos, como no caso brasileiro, em que está muito viva a segmentação da produção e pesquisa em campos disciplinares nem sempre

veiculam entre si resultados e possibilidades: questões ligadas ao sujeito são quase sempre remetidas às dimensões da psicologia, ou da filosofia e da política; já as questões que se ligam à recepção são ainda vinculadas, de forma mais próxima, a estudos de audiência, de opinião pública e de consumo, ou a áreas de competência profissional, como publicidade, pesquisas de opinião e de audiência, *marketing* etc. (SOUZA, 1995, p. 14, 15).

Se era difícil encarar as condições de contribuição do receptor para a constituição de significados no processo final da transformação das mensagens em comunicação de fato, a dificuldade aumentou para o analista, no sentido das convergências dos meios. Antes estávamos diante do leitor de jornais impressos ou de revistas, do espectador de cinema ou telespectador, ou do ouvinte de rádio ou de discos gravados para serem ouvidos *at home*. Agora estamos diante de um receptor mais ativo que tem nas redes sociais os dispositivos de jornais, portais de notícias, link para áudios, músicas, vídeos, filmes, TV e muito mais. De certo modo a convergência dos meios acelera o processo da dromoaptidão, e dificulta a análise da materialidade dos meios, de ver como essas materialidades plurais interferem na recepção. McLuhan foi incansável na tentativa de nos alertar para os modos como a materialidade dos meios interferem na recepção, na formação de sujeitos:

A página impressa constitui em si mesma uma forma altamente especializada (e especializada) de comunicação. Em 1500 d.C. era revolucionária. E Erasmo foi o primeiro a compreender o fato de que a revolução iria ocorrer sobretudo na sala de aula. Ele dedicou-se à preparação de compêndios e organização de ginásios. O livro impresso de repente liquidou com 2 mil anos de cultura manuscrita. Criou o estudante solitário. Estabeleceu o predomínio da interpretação particular sobre o debate público. Estabeleceu o divórcio entre a “literatura e a vida”. Criou uma cultura altamente abstrata porque ele mesmo era uma forma mecanizada de cultura. (MCLUHAN, 2005, p. 154).

O que o audiovisual faz dentro das páginas digitais dos jornais, ou das redes sociais é permitir ao receptor que se reconecte com a oralidade. No mesmo ensaio, McLuhan explica que o manuscrito ainda contemplava a oralidade, eram lidos em voz alta. A letra impressa permitiu que o olho corresse rápido pelas páginas, não permitindo mais que a boca acompanhasse os olhos. O livro impresso mata a cultura do manuscrito, mas ao mesmo tempo impõe uma leitura silenciosa, e cada vez mais solitária. Se o estudante havia ficado solitário com o livro, agora pode voltar ao debate público virtual. E os textos também não precisam mais de silêncio total, nem são silenciosos como o livro. A contradição é que se começa cada vez mais cedo na vida a participação na cibercultura, e fica-se cada vez mais sozinho, apesar da rede. McLuhan (2005 p. 154) já havia apontado o caminho da mudança no século XX:

“Sabemos hoje que a mudança para o visual de um lado, isto é, para a fotografia, e para os meios auditivos de rádio e equipamento de alto-falante de outro, criou uma ambiência totalmente nova para o processo educacional”. A escola, ao que parece, participa cada vez menos da interação do estudante com essa vida “moderna”. E não adianta culparmos os professores por esta discrepância, o próprio sistema socioeducativo brasileiro não permite mudanças consideráveis nesse aspecto. Não estamos preparados mentalmente para vencermos essas anacronias no Brasil, talvez estejamos em condições apenas de entendê-las, o que, por ora, já seria um avanço.

Martin-Barbero chama a atenção para a necessidade de inserirmos os estudos de recepção em comunicação como uma preocupação constante e contínua, na qual devemos observar as mediações. As primeiras mediações para a recepção, segundo Barbero, são as anacronias e as fragmentações. As anacronias referem-se ao que se chama em espanhol *destempo*, os vários tempos em que vivemos no mundo, principalmente na América Latina. Comunidades urbanas de metrópoles como São Paulo, Rio, Salvador, Buenos Aires, Santiago ou Caracas vivem uma vida acelerada na contemporaneidade, entre o aço, o concreto e o vidro dos arranha-céus, mas não muito longe delas há vidas que se desenvolvem com práticas ainda medievais. E as fragmentações sociais e culturais têm a ver com os vários sentidos da história, e não com uma história única, como costumamos pensar. A velocidade da Internet conecta as pessoas dessas fragmentações e *destempos* num tempo único da velocidade, mas cada um desses receptores age de forma particular, diante de todas as possibilidades de comunicação e de entretenimento. Esportes, informações, ritmos musicais, dramas e melodramas terão essa ou aquela preferência.

Uma das propostas para pensarmos os estudos de recepção como uma nova epistemologia nesse novo quadro do receptor/emissor da cibercultura, passa pela proposta de abandonarmos a teoria da hegemonia. Aquela que vê nos meios de comunicação unicamente aparatos de reprodução de poder das classes dominantes. Meios funcionando apenas como reforços da hegemonia, sem considerar que os significados não saem prontos de um grupo, passa pelos meios e chega intocado na classe, supostamente dominada. Essa visão sociológica perde de vista os aspectos semióticos da comunicação. Não considera os fatores estéticos no processo comunicativo. Stuart Hall nos deu uma boa contribuição nessa temática. Segundo Silas de Paula:

Hall pensou o processo de comunicação (Comunicação de Massa) “como uma estrutura produzida e sustentada através da articulação de momentos interligados, porém distintos – produção, circulação, distribuição/consumo, reprodução” (...) Ele buscava uma combinação da sociologia com a semiótica no estudo da construção do sentido, com perspectivas voltadas para o poder cultural e as relações sociais. Seu modelo não se preocupava somente com a atividade da audiência, mas

também com a efetividade do texto, numa tentativa de ir além da soberania do consumidor postulada pelos pesquisadores ligados à abordagem denominada de ‘*usos e gratificações*’. Neste sentido era uma tentativa de refinamento da teoria da Hegemonia. (PAULA, 1998, p 134).

Se há uma mobilidade líquida, Bauman (2007), que estaríamos vivendo nessa época pós-moderna, de sociedade da informação e cibercultura, estamos diante de signos em movimentos, que fogem do palpável. Tudo está aqui e não está em termos de sons, imagens e visualidades. Os conceitos de concreto e abstrato se mesclam e se confundem, trazendo dificuldades para a definição de uma teoria da materialidade dos meios. Da recepção que se constrói a partir da interação com a linguagem, e não com a realidade diretamente. Hall estava inspirado na semiótica da visualidade de Roland Barthes (ideologia e conotação visual), nos argumentos sobre as leituras anárquicas das audiências, de Umberto Eco, e na teoria da percepção múltipla dos signos, de Voloshinov. Teria, assim, trazido para os Estudos Culturais a perspectiva de pensar a linguagem da mídia como códigos de codificação e decodificação, cujas significações são construídas durante o processo, e não *a priori*, nas salas de executivos ou repartições de governos, por exemplo, como pensava, e ainda pensa, parte da crítica mais corrente:

Para Hall, no entanto, a linguagem da mídia não funciona como uma linha direta para a transmissão de ideias, ou para se perceber o mundo social, e sim como um sistema refrativo de signos. Os momentos de codificação e decodificação são específicos em relação ao processo comunicativo como um todo. Qualquer evento precisa ser transformado em história, em discurso, em texto, para se tornar um evento comunicativo, e este processo está sempre sujeito ao trabalho simbólico, i, e., depende de todas as regras formais da linguagem. No outro extremo do evento comunicativo, a audiência está engajada, também, em um processo semiótico. (PAULA, 1998, p. 134, 135).

Diante da cultura digital e móvel, também por sua velocidade, estamos como postulou Kant, sobre o nosso entendimento diante da realidade. Segundo Kant (1997), nós nunca conheceríamos a realidade em si – destaque para seu famoso conceito (**a coisa em si**), porque a realidade é composta de fenômenos e só podemos apreender uma emanção que viria desses fenômenos, nunca a realidade ela mesma. Para enxergar um objeto eu vejo a luz que emana dele, seja ele produtor da luz ou luz refletida do sol, e essa luz forma a imagem do objeto no meu cérebro. A partir de imagem mental meu sistema cognitivo calcula o tamanho do objeto, sua distância do meu corpo etc. A temperatura de suas cores me ajudam a atribuir uma cor para esse objeto. Filosoficamente já estava colocado aí a existência de uma interface entre o homem e a realidade. O que para Peirce (2000) vem a ser a semiótica. A questão

ontológica da nossa existência, em dependência dos signos que fazem a mediação entre nós e tudo o que vemos na realidade, material ou imaterial, aponta também para uma possibilidade ontológica do signo. O que é o real? Uma frase explica de forma magistral: “o real é algo que está lá fora e que se força sobre nós.” O que é a velocidade? A velocidade faz parte dessa realidade contemporânea, que se força sobre nós. A pós-modernidade contempla um receptor que emerge, um emissor que submerge, e vice-versa. O mesmo usuário da rede pode ser egoísta, participativo, antissocial, e isolado em bolhas. Mas também pode entrar na rede, através de um dispositivo móvel, quando o trânsito está lento ou totalmente parado nas grandes cidades, e ter assim um alívio para o seu estresse ou angústia.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como vimos tudo é muito rápido na velocidade de produção da informação nos meios digitais: jornais online, portais, e redes sociais. O receptor lê tudo muito rápido, comenta e compartilha, e é comentado e compartilhado em cadeia, muito rápido. No final de um dia, ou de uma semana um grupo de amigos comentou várias vezes a mesma notícia, muitos não souberam nem saberão suas fontes, sua veracidade, a lógica da velocidade não permite. A informação perde espaço para a opinião nas redes sociais, o receptor agora também é emissor, e tudo que ele quer é dar sua opinião, que se torna mais importante que a própria informação. Há fatores positivos nessa era do receptor/emissor, mas há também esses, negativos, entre outros. Não é que a velocidade seja apenas o problema nessa nova era da comunicação, ela é a própria geradora desse estágio capitalista atual, que se propõe democrático pela acessibilidade. A velocidade ocupa o lugar do terceiro ato no nosso drama, não deixa que ele termine, como um ponto de virada que joga o emissor/receptor direto do segundo ato para outro drama. Talvez necessitemos desenvolver processos cognitivos de percepção mais velozes para completarmos o processo da comunicação. Investigar como fica o status de sujeito nesse novo processo comunicacional. Há um sujeito oculto no processo de recepção, que agora está emergindo nessa nova fase de receptor/emissor.

As redes sociais assumiram um papel muito importante na vida de milhões de pessoas, de forma coletiva e individualizada, o que torna de suma importância entender esse processo pelo qual estamos passando nessa era virtual, onde os novos meios convivem com os velhos. Na perspectiva de Tomas Kun sobre “as revoluções científicas” e criação de “novos paradigmas científicos” pensamos que as redes sociais estão operando uma revolução, sobretudo social, mas também política e econômica, onde o usuário é o homem empírico, que emerge como sujeito, muitas vezes expressando consciência política em suas atuações, e outras denotando um total *nonsense*. Do ponto de vista acadêmico é com esse homem empírico e as

possibilidades que os meios nos oferecem hoje em dia, que a metodologia e as teorias devem lidar. Tarefa nada fácil, mas instigadora das preocupações levantadas nesta pesquisa.

Ademais das considerações sobre o mercado de produção e consumo de bens para a comunicação, das questões de construção e manutenção de poder, precisamos inserir os estudos sobre os aspectos semióticos da comunicação. Aprender a ler as relações de linguagem que se constituem em história, em discursos, na interação dos sujeitos com os signos, sempre em rotação, cada vez mais velozes dentro e fora do ciberespaço. Por um erro de formulação do problema, no avatar do segundo paradoxo de Zenon, Aquiles deu dez metros de vantagem para a tartaruga. Passou a correr sem nunca poder alcançá-la, pois o perseguidor teria de passar pelo local que o perseguido acabava de evacuar. Desse modo Zenon demonstrou, matematicamente, que Aquiles nunca alcançaria a tartaruga. Mas de algum modo, sabemos que Aquiles sempre ultrapassaria a tartaruga. O erro estava na formulação do problema. A formulação errada de um problema, sempre levará a um resultado errado. Foi preciso que Aristóteles reformulasse o paradoxo de Zenon para que Aquiles pudesse ultrapassar a tartaruga. Precisamos de novas metodologias e novas epistemologias para tentar vencer essa corrida, na qual o usuário das redes, este homem empírico da cibercultura, tem dez metros de vantagem em relação ao pesquisador da comunicação.

---

## REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **Tempos Líquidos**. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. – Tradução Maria Luiza X. de A. Borges. – Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. (A era da informação: economia, sociedade e cultura; v.1). Tradução Roneide Venancio Majer. 6ª edição. São Paulo: Paz Terra, 1999.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e Integrados**. São Paulo: Perspectiva, 2006.

KANT, I. **Crítica da Razão Pura**. Tradução de Manuela Pinto dos Santos; Alexandre Fradique Morujão. 4 ed. Lisboa: Calouste Gulbenkian, 1997.

KUN, Thomas. **A estrutura das revoluções científicas**. Tradução Beatriz Vianna Boeira e Nelson Boeira. 5ª. ed. São Paulo: Editora Perspectiva, 1998.

LEMOS, André. **Cibercultura e Mobilidade: A Era da Conexão**, 2005. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/r1465-1.pdf>>. Acesso em: 26 Abr. 2016.

LEVY, Pierre. **O que é o virtual?** São Paulo: Editora 34, 1996.

MARTIN-BARBERO, Jesus. América Latina e os anos recentes: o estudo de recepção em comunicação social. In: SOUSA, Mauro Wilton (org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

MCLUHAN, M. Visão, som e fúria. In: Luiz Costa Lima (Org.). **Teoria da Cultura de Massa**. 7ª. Ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2005.

PAULA, Silas de. Estudos culturais e receptor ativo. In: Antônio Albino Canelas, Ione Maria Ghislene Bentz, Milton José Pinto (Orgs.). **Produção e Recepção dos Sentidos Midiáticos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

PEIRCE, Charles S. **Semiótica**. 3ª. edição. São Paulo: Perspectiva, 2000.

RÜDIGER, Francisco. **As teorias da cibercultura: perspectivas, questões e autores**. 2ª. edição. Porto Alegre: Sulina, 2013.

SANTAELLA, Lúcia. **A ecologia pluralista da comunicação: conectividade, mobilidade, ubiquidade**. São Paulo: Paulus, 2010.

SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e arte do pós-humano: da cultura de mídias à cibercultura**. 1ª ed. São Paulo: Paulus, 2003.

SOUSA, Mauro Wilton. “Recepção e comunicação: a busca do sujeito”. In: SOUSA, Mauro Wilton (org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

TRIVINHO, Eugênio. **A Dromocracia Cibercultural: lógica da vida humana na civilização mediática avançada**. São Paulo: Paulus, 2007.

TRIVINHO, Eugênio. **O mal-estar da teoria: A condição da crítica na sociedade tecnológica atual**. Rio de Janeiro: Quartet, 2001.

VIRILIO, Paul. **Velocidade e Política**. Tradução: Celso Mauro Paciornik. São Paulo: Estação Liberdade, 1996.

## Sobre os autores

**Alessandra Francieli Weiler** Graduada em Comunicação Social Hab. Jornalismo- UFSM/FW – RS- Email: comunicacao.alessandra@gmail.com

**Ana Beatriz Leite de Souzam** Graduação em Jornalismo pela Universidade Federal do Ceará; E-mail para contato: anabmilk@gmail.com

**Ana Carolina Rocha Pessoa Temer** Professora do Curso de Jornalismo e do Programa de Pós-graduação da Faculdade de Informação e Comunicação- FIC, da Universidade Federal de Goiás. Pós-doutora em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Doutora e mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Diretora Regional Centro Oeste da Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Coordenadora do GT Estudos de Periodismo da ALAIC – Asociación Latinoamericana de Investigadores de La Comunicación. e-mail: anacarolina.temer@gmail.com

**Aniele Uhlmann Spinosa** Graduação em Relações Públicas pela Universidade Pontifícia Universidade Católica do Paraná – Curitiba (PUCPR); Curitiba- Paraná; E-mail para contato: anispinosa@icloud.com

**Antonio Carlos Persegani Florenzano** Mestrando em Comunicação e Linguagens, pela Universidade Tuiuti do Paraná e pesquisador no GP Jor XXI (PPGCOM – UTP). Membro do GP JOR XXI da UTP. Taxista PROSUP/CAPES, e-mail: abonico@gmail.com.

**Carla Montuori Fernandes** Professor da Universidade Paulista (UNIP); Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura das Mídias da Universidade Paulista (UNIP); Mestre em Comunicação e Cultura das Mídias pela Universidade Paulista (UNIP); Doutora em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP); Pós-doutora em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP); E-mail: carla\_montuori@ig.com.br

**Carlos Alberto de Souza** Doutor em Ciência Humanas (Interdisciplinar) pela Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC (2005), Mestre em Comunicação Social pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul -UFRGS (1999) e graduado em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (1983). Especialista em Psicologia da Comunicação (UFSC) e em Comunicação Social - Universidade do Vale do Itajaí. Atualmente é professor Adjunto do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa - PR

e atua como coordenador do Grupo Foca Foto e Foto&Tec, além de trabalhar no Projeto de extensão Ade (Televisão) do Departamento de Jornalismo. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Fotojornalismo, Jornalismo, Rádio e Editoração, atuando principalmente nos seguintes temas: jornalismo, fotojornalismo, comunicação, educação a distância, ensino e pesquisa. Atualmente tem se dedicado ao estudo da imagem (estática e em movimento) por meio do Grupo de Pesquisa Interart. Autor dos livros: - O Fundo do Espelho é Outro: Quem liga a RBS liga a Globo (1999) - Telejornalismo e Morte: a interdição do ver no noticiário televisivo (2008) - Coleção Mídias contemporâneas e Imagética (organizador) - Organizador dos livros: Impressão de Jornalista (volumes I, II e III), Coleção Imagética (v. I e II) e Coleção Mídias Contemporâneas (Volumes I e II)

**César Maia** Graduação em Ciências Sociais pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS; Mestrado em Ciências Sociais pela Universidade Federal de São Paulo – UNIFESP; Doutorando em Sociologia na Universidade da Beira Interior – UBI; E-mail para contato: cesarpmm@hotmail.com

**Christinny Matos Garibaldi Pires** Graduada em Jornalismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora; Bolsista do Programa de Educação Tutorial da Faculdade de Comunicação da UFJF (PET - Facom) X; E-mail para contato: christinnyg@gmail.com

**Cristine Rahmeier Marquetto** Doutoranda em Ciências da Comunicação pela Unisinos, e Mestra em Processos e Manifestações Culturais na Universidade FEEVALE (2015). Possui graduação em Comunicação Social - Habilitação em Relações Públicas pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2010). Trabalha na área de produção cultural, elaborando projetos para leis de incentivo e se envolvendo com políticas públicas de cultura. Também atuou como docente na instituição SENAC, em Canoas/RS, lecionando sobre cultura, comunicação, planejamento, eventos, projetos, produção, dicção e oratória. O foco de suas pesquisas tem sido a comunicação e os estudos culturais, tendo interesse nas áreas de democracia social e cultural, políticas públicas e educação.

**Daniel Rodrigo de Freitas Apolinário** Analista da Embrapa Informática Agropecuária; Graduação em Ciência da Computação pela Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP; E-mail para contato: daniel.apolinario@embrapa.br

**Daniele Iachecen** Graduação em Relações Públicas pela Universidade Pontifícia Universidade Católica do Paraná – Curitiba (PUCPR); Curitiba- Paraná; E-mail para contato: daniele.iachecen@gmail.com

**Diego dos Santos Barbosa** Graduação em Jornalismo pela Universidade Federal do Ceará; E-mail para contato: diegosbarbosa95@hotmail.com

**Dirceu Martins Alves** Professor da Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC), Ilhéus – Bahia. Membro do corpo docente do Departamento de Letras e Artes, atuando no Curso de Graduação em Comunicação Social – Rádio e TV. Graduação em Licenciatura Plena em Letras pelas Faculdades Metropolitanas Unidas, FMU, Brasil. 1992. Graduação em Licenciatura Plena em Letras pela Universidade Estadual Paulista, UNESP, Brasil. 1996. Mestrado em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, PUC-SP, Brasil. 2004. Doutorado em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, PCSP, Brasil. 2010. Líder do grupo de pesquisa Comunicação, Mídia, Cultura, Tradição e traduções (ComMídiaCult/UESC/CNPq). Membro do grupo de Pesquisa Comunicação e Cultura: Barroco e Mestiçagem, da PUC-SP/CNPq. (Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica). E-mail: dirceumalvez@gmail.com

**Doraci Masiero Jacobus** Graduação em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos); Mestranda em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS); Grupo de pesquisa: Laboratório de Edição, Cultura e Design (LEAD)/CNPq; E-mail para contato: dmjacobus@uol.com.br

**Edson Capoano:** Professor pesquisador da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) de São Paulo e da Universidade Presbiteriana Mackenzie; Membro do corpo docente do Programa de Mestrado Profissional em Produção Jornalística e Mercado da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) de São Paulo; Graduação em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica (PUC) de São Paulo; Mestrado em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica (PUC) de São Paulo; Doutorado em Comunicação e Cultura pelo Programa de Integração da América Latina (PROLAM) da Universidade de São Paulo (USP); Grupo de Pesquisa: Lógicas e Modelos de Gestão em Jornalismo; E-mail para contato: edson.capoano@gmail.com

**Fernanda Safira Soares Campos** Graduação em Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT); Email: fsafirac@gmail.com

**Fernando Augusto Carvalho Dineli da Costa** Professor da Fundação Armando Alvarez Penteadado – FAAP; Membro do corpo docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Marketing Digital da FAAP; Graduação

em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade Propaganda pela FAAP; Mestrado em Comunicação pela Universidade Paulista; fernandodineli@gmail.com

**Franco Iacomini Junior** Doutorando do PPGCOM em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Membro do GP JORXXI da UTP, e-mail:fiacomini@gmail.com.

**Genira Correia Chagas** Pesquisadora do Núcleo de Estudos em Arte, Mídia e Política da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP); Mestre em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP); Doutora em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP); E-mail: genirachagas@uol.com.br

**Guaracy Carlos da Silveira** Graduado em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, pela Fundação Armando Álvarez Penteadado. Mestrado em Comunicação Social – Comunicação Tecnológica e Científica, pela Universidade Metodista de São Paulo. Doutorando em Educação, Arte e História da Cultura pela Universidade Presbiteriana Mackenzie. Grupos de Pesquisa: Convergência: Escola expandida, linguagens híbridas e diversidade. Bolsista pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES. E-mail: guaracycarlos@gmail.com

**Heloisa de Lima Gomes** Graduação em Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT); Email: heloisagomeslima@gmail.com

**Ingrid Andressa de Almeida Querino Azevedo** Graduada do 8º de período de Jornalismo na Universidade Federal de Alagoas (UFAL); Bolsista do grupo de pesquisa “Panorama da programação televisiva em Alagoas”. ingrid.azevedo9@gmail.com

**Isabelle Loureiro** Graduada em Comunicação Social Jornalismo pelo Centro Universitário Augusto Motta. E-mail para contato: bellelouireot@gmail.com

**Jenifer Santos Souza** Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP); São Paulo – SP; Mestre em Ciências Sociais pela Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP, 2015) com bolsa CNPq. Cientista social pela mesma instituição (UNIFESP, 2012). É professora de sociologia na rede estadual, (Escola Estadual Padre Anchieta - SP) desde 2012, tendo experiência com as disciplinas de sociologia, história e filosofia. Além da atuação acadêmica, tem experiência profissional com o terceiro setor (ONGs). E-mail: jenifersouza@gmail.com

**João dos Santos Vila da Silva** Pesquisador da Embrapa Informática Agropecuária; Graduação em Licenciatura em Ciências – Habilitação em Matemática pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS; Mestrado em Sensoriamento Remoto pelo Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais – INPE; Doutorado em Engenharia Agrícola pela Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP; E-mail para contato: joao.vila@embrapa.br

**Jonas Gonçalves:** Graduação em Jornalismo pela Faculdade Cásper Líbero;- Mestrado em Produção Jornalística e Mercado pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) de São Paulo;- Grupo de Pesquisa: Lógicas e Modelos de Gestão em Jornalismo; E-mail para contato: jonasgoncalves@gmail.com

**Karime Kamel** Graduação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Tuiuti do Paraná; Mestranda em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná; Pesquisadora no Grupo de Pesquisa INCOM - Interações Comunicacionais, Imagens e Culturas Digitais (PPGCOM-UTP). Pós graduada em Marketing e Negócios pela Universidade Tuiuti do Paraná; Pós Graduada em Gestão de Pessoas pela UNINTER; E-mail para contato: karimekamel@icloud.com

**Kelly Balbino** Graduação em Relações Públicas pela Universidade Pontifícia Universidade Católica do Paraná – Curitiba (PUCPR); Curitiba- Paraná; E-mail para contato: kellyfernandarp@gmail.com

**Laíz Silveira** Mestre em Jornalismo na Universidade Federal da Paraíba. Especialista em Telejornalismo pela Faculdade de Ensino Superior da Paraíba. Professora substituta de Relações Públicas da UFPB. Email: laizfederal@hotmail.com

**Leonardo Rodrigues Corrêa** Graduação em Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT); Leonardo.rc.correa@gmail.com

**Lilian Saback de Sá Moraes** Professora do Depto de Comunicação Social da PUC-Rio; Mestrado em Comunicação pela PUC-Rio; Doutorado em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação da UFRJ (Brasil) e pelo CIES do ISCTE-IUL (Portugal); Pós-doutorado pela PUC Minas (em andamento); Integrante do grupo de pesquisa Teorias do Jornalismo e Experiências Profissionais/CNPq da PUC-Rio e pesquisadora do Laboratório de Estudos em Comunicação Comunitária (LECC) da ECO/UFRJ; E-mail: liliansaback@puc-rio.br

**Luciane Volpatto Rodrigues** Graduada em Comunicação Social Hab. Jornalismo- UFSM/FW – RS; Pós-graduanda em Comunicação e Marketing pela Faculdades Metropolitanas Unidas (FMU); Email: lucianevr@yahoo.com.br

**Luiza Teixeira do Nascimento** Graduação em Comunicação Social – Jornalismo pelo Centro Universitário de Volta Redonda - UniFOA; Luiza\_vr@hotmail.com

**Maíra Bittencourt** Professora da Universidade Federal de Rondônia; Membro do corpo docente do Departamento de Jornalismo da Universidade Federal de Rondônia; Graduação em Comunicação Social pela Universidade Católica de Pelotas – UCPEL; Mestrado em Ciências da Comunicação pela Universidade do vale do Rio dos Sinos – UNISINOS; Doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo – USP; Pós Doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade da beira Interior – UBI; Líder do Grupo de pesquisa em Linguagens e Práticas Jornalísticas – LIPJOR; E-mail para contato: maira\_bittencourt@hotmail.com

**Márcia Izabel Fugisawa Souza** Analista da Embrapa Informática Agropecuária Graduação em Biblioteconomia pela Universidade Estadual de Londrina - UEL- Mestrado em Planejamento e Administração de Bibliotecas pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas – PUCAMP. Doutorado em Educação pela Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP; E-mail para contato: marcia.fugisawa@embrapa.br

**Marcio Bico** Bacharel em Direito e Jornalismo pela Universidade Paulista (UNIP); Mestre em Comunicação e Cultura das Mídias pela Universidade Paulista (UNIP); Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura das Mídias da Universidade Paulista (UNIP); E-mail: marciobico@hotmail.com

**Maria Salett Tauk Santos** Professora Titular da Universidade Federal Rural de Pernambuco. Docente do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (Posmex/UFRPE) e do Programa de Pós Graduação em Consumo, Cotidiano e Desenvolvimento Social (PGDCS-UFRPE). Coordenadora do Núcleo de Pesquisa Comunicação, Tecnologia e Culturas Populares (POSMEX). Membro da equipe de Coordenação do Observatório de Extensão Rural - OBSERVATER, da Universidade Federal Rural de Pernambuco. Pesquisadora membro da ORCID. Possui graduação em Jornalismo pela Universidade Católica de Pernambuco (1971), Mestrado em Administração Rural e Comunicação Rural pela Universidade Federal Rural de Pernambuco (1982) e Doutorado em Ciências da Comunicação pela

Universidade de São Paulo (1994). Autora, entre outras obras, dos livros: Comunicação para o Desenvolvimento: redes da memória. 1. ed. Recife: Companhia Editora de Pernambuco, 2016; Extensão Rural - Extensão Pesqueira: estratégias de comunicação para o desenvolvimento. 2a. ed. Recife: Fundação Antonio de Souza Abranches - FASA, 2014. 693p (Parceria com o Prof. Brás Callou); Inclusão Digital, Inclusão Social?: usos das tecnologias da informação e comunicação nas culturas populares. 1. ed. Recife: Edições Bagaço, 2009. v. 1. 256p.

**Mirian Magalhães** Jornalista e professora no Centro Universitário Augusto Motta. Possui Mestrado em Tecnologia pelo CEFET/RJ, é Especialista em Gestão Estratégica em EAD e se graduou em Jornalismo em 1987 pela UGF. E-mail para contato: mirianmmm@yahoo.com.br

**Moisés Cardoso** Doutorando do PPGCOM em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Membro do GP JORXXI da UTP, e-mail: beiocardoso@gmail.com.

**Nadir Rodrigues Pereira** Analista da Embrapa Informática Agropecuária; Graduação em Comunicação Social – Jornalismo pela Faculdades Integradas Alcântara Machado – FIAM; Mestrado em Educação pela Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP; E-mail para contato: nadir.rodrigues@embrapa.br

**Patrícia De Andrade** Mestrando em Comunicação e Linguagens, pela Universidade Tuiuti do Paraná e pesquisador no GP Jor XXI (PPGCOM – UTP). Membro do GP JORXXI da UTP, e-mail: pathy\_segatta@hotmail.com

**Pedro Pinto de Oliveira** Professor da Faculdade de Comunicação e Artes da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT); Mestrado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP); Doutorado em Comunicação pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG); Pós Doutorado em Comunicação e Artes pela Universidade da Beira Interior (UBI) – Portugal; Email: ppo@terra.com.br

**Rhanica Evelise Toledo Coutinho** Professor do Centro Universitário de Volta Redonda - UniFOA; Membro do corpo docente do Programa de Pós-Graduação do Centro Universitário de Volta Redonda - UniFOA; Graduação em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário de Barra Mansa-UBM; Mestrado Profissional em Ciências da Saúde e do Meio Ambiente pelo Centro Universitário de Volta Redonda - UniFOA; Doutoranda em Ciências da Educação pela Universidade Trás-os-Montes e Alto D'ouro-UTAD (Portugal); Pesquisadora colaboradora LAGERES - Laboratório de

Estudo e Pesquisa na/para a Formação de Professores - CNPq (2010-2018)

**Rubia Steffens** Graduada em Comunicação Social Hab. Jornalismo- UFSM/FW – RS; Email: biasteffens@gmail.com

**Selma Regina Ramalho Conte** Bibliotecária Documentalista no Sistema de Bibliotecas (SiBi) da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Graduada em Biblioteconomia e Documentação pela Universidade Estadual Paulista (UNESP). Mestre em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Coordenadora do Programa de Gestão do Conhecimento (PGC) do Sistema de Bibliotecas (SiBi) da Universidade Federal do Paraná (UFPR). E-mail: selmaconte@gmail.com

**Tárcila Driely de Souza Cabral** Graduada em Jornalismo, curso inserido no Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes (ICHCA), da Universidade Federal de Alagoas (UFAL). Bolsista de Fomento Científico, Tecnológico e Extensão Inovadora – Desenvolvimento Institucional da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Alagoas (Fapeal). tarciladriely@gmail.com tarcila.cabral@fapeal.br

**Tarcis Prado Junior** Doutorando do PPGCOM em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Membro do GP JORXXI da UTP, e-mail: tarcisjr@yahoo.com.br.

**Tarcísio de Sá Cardoso** Universidade Federal da Bahia (UFBA)- Salvador – BA; Professor adjunto do Departamento de Comunicação da UFBA. Doutor em Tecnologias da Inteligência e Design Digital (TIDD) pela PUC-SP com bolsa CAPES (2015). Mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP com bolsa CNPq (2010). Desenhista Industrial pela UFBA (2006). Membro do grupo de pesquisa TransObjeto (CNPq). Desenvolve pesquisas interdisciplinares com interesse nos trabalhos de Charles S. Peirce e de Bruno Latour. Possui experiência de docência em cursos superiores na área de Comunicação e Filosofia desde 2010, com ênfase em Teorias da Comunicação, Semiótica, Teorias da cibercultura. e-mail: tcardoso@ufba.br

**Tatiane dos Santos Pacheco** Graduação em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria. Pós-Graduada em Gestão Estratégica de Pessoas da Uceff Faculdades. Email para contato: tatianne\_pacheco@hotmail.com

**Tatiane Milani** Graduação em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria. Mestranda pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do

Rio dos Sinos – Unisinos São Leopoldo/RS. Bolsista Capes/  
PROEX Taxa. Email para contato: tatimilani10@gmail.com

**Tércia Zavaglia Torres** Analista da Embrapa Informática Agropecuária Graduação em Administração de Empresas pela Faculdades Integradas da Católica de Brasília – FICB; Mestrado em Educação pela Universidade Federal de São Carlos – UFSCAR; Doutorado em Educação pela Universidade Federal de São Carlos – UFSCAR; E-mail para contato: tercia.torres@embrapa.br

**Valdecir Becker** Orientador do trabalho. Jornalista, mestre em Engenharia e Gestão do Conhecimento (2006,UFSC) e doutor em Ciências (Engenharia Elétrica, 2011, USP). Professor no Centro de Informática e nos Programas de Pós-graduação em Jornalismo e Pós-Graduação em Computação, Comunicação e Artes, da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). valdecir@ci.ufpb.br

**Verônica Scheifer** Graduação em andamento em Jornalismo- Universidade Estadual de Ponta Grossa, UEPG, Brasil.

Agência Brasileira do ISBN

ISBN 978-85-93243-91-2



9 788593 243912