

Linguagens e Princípios Teórico-Metodológicos das Ciências da Comunicação 2

Marcelo Pereira da Silva
(Organizador)

 **Atena**
Editora

Ano 2020



Linguagens e Princípios Teórico-Metodológicos das Ciências da Comunicação 2

Marcelo Pereira da Silva
(Organizador)

 **Atena**
Editora

Ano 2020



2020 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do Texto © 2020 Os autores

Copyright da Edição © 2020 Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação: Karine de Lima

Edição de Arte: Lorena Prestes

Revisão: Os Autores



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

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

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins

Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso

Profª Drª Angeli Rose do Nascimento – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais

Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília

Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense

Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa

Profª Drª Denise Rocha – Universidade Federal do Ceará

Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia

Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá

Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima

Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões

Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná

Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros

Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice

Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense

Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso

Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins

Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros

Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte

Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Universidade Federal do Maranhão

Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará

Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa

Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa

Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste

Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia

Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador

Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará

Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás
Prof. Dr. Cleberton Correia Santos – Universidade Federal da Grande Dourados
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Profª Drª Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia
Prof. Dr. Écio Souza Diniz – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Fágner Cavalcante Patrocínio dos Santos – Universidade Federal do Ceará
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Profª Drª Lina Raquel Santos Araújo – Universidade Estadual do Ceará
Prof. Dr. Pedro Manuel Villa – Universidade Federal de Viçosa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Profª Drª Talita de Santos Matos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Tiago da Silva Teófilo – Universidade Federal Rural do Semi-Árido
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. André Ribeiro da Silva – Universidade de Brasília
Profª Drª Anelise Levay Murari – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
Profª Drª Eleuza Rodrigues Machado – Faculdade Anhanguera de Brasília
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Profª Drª Eysler Gonçalves Maia Brasil – Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira
Prof. Dr. Ferlando Lima Santos – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Fernando José Guedes da Silva Júnior – Universidade Federal do Piauí
Profª Drª Gabriela Vieira do Amaral – Universidade de Vassouras
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Profª Drª Iara Lúcia Tescarollo – Universidade São Francisco
Prof. Dr. Igor Luiz Vieira de Lima Santos – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof. Dr. Luís Paulo Souza e Souza – Universidade Federal do Amazonas
Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Marcus Fernando da Silva Praxedes – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Mylena Andréa Oliveira Torres – Universidade Ceuma
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federaci do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Paulo Inada – Universidade Estadual de Maringá
Profª Drª Renata Mendes de Freitas – Universidade Federal de Juiz de Fora
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto

Prof. Dr. Alexandre Leite dos Santos Silva – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Eduardo Sanches de Andrade – Universidade Federal de Goiás
Prof^a Dr^a Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande
Prof^a Dr^a Luciana do Nascimento Mendes – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Marques – Universidade Estadual de Maringá
Prof^a Dr^a Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba
Prof^a Dr^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Conselho Técnico Científico

Prof. Me. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof. Me. Adalberto Zorzo – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza
Prof. Me. Adalto Moreira Braz – Universidade Federal de Goiás
Prof. Dr. Adaylson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba
Prof. Me. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Prof^a Dr^a Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Prof^a Dr^a Andrezza Miguel da Silva – Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia
Prof. Dr. Antonio Hot Pereira de Faria – Polícia Militar de Minas Gerais
Prof^a Ma. Bianca Camargo Martins – UniCesumar
Prof^a Ma. Carolina Shimomura Nanya – Universidade Federal de São Carlos
Prof. Me. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Ma. Cláudia de Araújo Marques – Faculdade de Música do Espírito Santo
Prof^a Dr^a Cláudia Taís Siqueira Cagliari – Centro Universitário Dinâmica das Cataratas
Prof. Me. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará
Prof^a Ma. Daniela da Silva Rodrigues – Universidade de Brasília
Prof^a Ma. Dayane de Melo Barros – Universidade Federal de Pernambuco
Prof. Me. Douglas Santos Mezacas – Universidade Estadual de Goiás
Prof. Dr. Edwaldo Costa – Marinha do Brasil
Prof. Me. Eduardo Gomes de Oliveira – Faculdades Unificadas Doctum de Cataguases
Prof. Me. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita
Prof. Me. Euvaldo de Sousa Costa Junior – Prefeitura Municipal de São João do Piauí
Prof^a Ma. Fabiana Coelho Couto Rocha Corrêa – Centro Universitário Estácio Juiz de Fora
Prof. Dr. Fabiano Lemos Pereira – Prefeitura Municipal de Macaé
Prof. Me. Felipe da Costa Negrão – Universidade Federal do Amazonas
Prof^a Dr^a Germana Ponce de Leon Ramírez – Centro Universitário Adventista de São Paulo
Prof. Me. Gevair Campos – Instituto Mineiro de Agropecuária
Prof. Dr. Guilherme Renato Gomes – Universidade Norte do Paraná
Prof. Me. Gustavo Krahl – Universidade do Oeste de Santa Catarina
Prof. Me. Helton Rangel Coutinho Junior – Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro
Prof^a Ma. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Me. Javier Antonio Albornoz – University of Miami and Miami Dade College
Prof^a Ma. Jéssica Verger Nardeli – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho
Prof. Me. Jhonatan da Silva Lima – Universidade Federal do Pará
Prof. Me. José Luiz Leonardo de Araujo Pimenta – Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria Uruguay
Prof. Me. José Messias Ribeiro Júnior – Instituto Federal de Educação Tecnológica de Pernambuco

Profª Ma. Juliana Thaisa Rodrigues Pacheco – Universidade Estadual de Ponta Grossa
 Profª Drª Kamilly Souza do Vale – Núcleo de Pesquisas Fenomenológicas/UFPA
 Profª Drª Karina de Araújo Dias – Prefeitura Municipal de Florianópolis
 Prof. Dr. Lázaro Castro Silva Nascimento – Laboratório de Fenomenologia & Subjetividade/UFPR
 Prof. Me. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
 Profª Ma. Lilian Coelho de Freitas – Instituto Federal do Pará
 Profª Ma. Liliani Aparecida Sereno Fontes de Medeiros – Consórcio CEDERJ
 Profª Drª Lívia do Carmo Silva – Universidade Federal de Goiás
 Prof. Me. Lucio Marques Vieira Souza – Secretaria de Estado da Educação, do Esporte e da Cultura de Sergipe
 Prof. Me. Luis Henrique Almeida Castro – Universidade Federal da Grande Dourados
 Prof. Dr. Luan Vinicius Bernardelli – Universidade Estadual do Paraná
 Prof. Dr. Michel da Costa – Universidade Metropolitana de Santos
 Prof. Dr. Marcelo Máximo Purificação – Fundação Integrada Municipal de Ensino Superior
 Prof. Me. Marcos Aurelio Alves e Silva – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo
 Profª Ma. Marileila Marques Toledo – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
 Prof. Me. Ricardo Sérgio da Silva – Universidade Federal de Pernambuco
 Prof. Me. Rafael Henrique Silva – Hospital Universitário da Universidade Federal da Grande Dourados
 Profª Ma. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
 Profª Ma. Solange Aparecida de Souza Monteiro – Instituto Federal de São Paulo
 Prof. Me. Tallys Newton Fernandes de Matos – Faculdade Regional Jaguaribana
 Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)	
L755	<p>Linguagens e princípios teóricos-metodológicos das ciências da comunicação 2 [recurso eletrônico] / Organizador Marcelo Pereira da Silva. – Ponta Grossa, PR: Atena, 2020.</p> <p>Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web Inclui bibliografia ISBN 978-65-5706-114-5 DOI 10.22533/at.ed.145201606</p> <p>1. Comunicação – Pesquisa – Brasil. 2. Comunicação – Metodologia. I. Silva, Marcelo Pereira da.</p> <p style="text-align: right;">CDD 303.4833</p>
Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422	

Atena Editora
 Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
 contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

As mudanças pelas quais os Estados-nação, as sociedades, os sujeitos e organizações têm passado em termos econômicos, culturais, políticos, econômicos, tecnológicos, sociais, identitários e idiossincráticos projetam luzes sobre os horizontes, desafios, possibilidades e perspectivas para o campo dos estudos da comunicação na contemporaneidade.

Nesse sentido, a obra intitulada “Linguagens e Princípios Teórico-Metodológicos das Ciências da Comunicação 2” debate o(s) lugar(es) do campo, da ciência e das profissões da comunicação em um mundo hiperconectado e permeado pela cultura de consumo, pelo império do efêmero e pelos imperativos das redes e mídias sociais da Internet que encorpam emergentes modos de interação, diálogo, negócios, entretanto, também, de conflitualidades, discursos de raiva, desrespeito, cancelamento e vigilância.

Entendemos, nesta obra, que a comunicação tem como horizonte: 1. A coabitação de visões e percepções, muitas vezes, conflitantes; 2. A convivência e a coabitação. Estes fatores representam um grande problema, mas podem oferecer uma prodigiosa solução quando tratamos do cenário interativo-informacional do ecossistema comunicativo, posto que porta uma vocação democrática, ampliando os espaços de fala e expressão dos sujeitos.

As linguagens e princípios teórico-metodológicos das ciências da comunicação revelam a intrínseca relação entre comunicação e democracia. Nesse universo, as redes da Internet tornam-se o epicentro da profusão e legitimação da participação, colaboração e interação entre sujeitos, organizações e Estados. Em um mundo aberto no qual cada sujeito quer ter o direito e a liberdade de manifestar opiniões a respeito de tudo – e de todos –, o ecossistema digital é um habitat propício para tensionar organizações e poderes instituídos acerca de suas práticas, posicionamentos e políticas.

O poder, antes concentrado nas mãos dos grandes conglomerados de comunicação e vincado no modelo “de um – para muitos”, no contexto da comunicação virtual possibilitou uma maior participação social, legitimando o modelo de comunicação “de muitos – para muitos”, o qual é síncrono e independente das distâncias geográficas, afetando rigorosamente as diretrizes de construção de significado e a produção de relações de poder.

Com os meios de comunicação de massa tínhamos os sujeitos tecnologicamente alijados da participação ativa no processo comunicativo, relegados à condição de excluídos do processo de construção da mensagem que chegava; hoje, os fluxos de informação, produção e disseminação são pluridimensionais. Destarte, a comunicação inclui ligações preferenciais e a preferência pelas diversidades,

conectando sujeitos a organizações, populações a instituições governamentais, ativistas a movimentos sociais e cidadãos a cidadãos. Esse mundo informativo nos convida a analisar e aplicar as metodologias, epistemologias, teorias e linguagens que emergem da consolidação da comunicação e das novas socialidades propiciadas pela cultura de conexão, convergência e participação no contexto da sociedade contemporânea.

Sob essas premissas, este e-book reúne artigos de pesquisadores de todo o Brasil que vem se dedicando a investigar a comunicação por meio de variadas facetas, levando em conta sua natureza essencialmente dialógica, humana, participativa, caleidoscópica e complexa.

Marcelo Pereira da Silva

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
CIBERTEOLOGIA: COMUNICAÇÃO E FÉ NO ECOSISTEMA VIRTUAL	
Rodolpho Raphael de Oliveira Santos Marcelo Pereira da Silva	
DOI 10.22533/at.ed.1452016061	
CAPÍTULO 2	14
METODOLOGIA Z UMA PROPOSTA PARA A ENGENHARIA DE SISTEMAS DIGITAIS PARA GESTÃO DA INFORMAÇÃO	
Paulo Sérgio Araújo Luis Manuel Borges Gouveia	
DOI 10.22533/at.ed.1452016062	
CAPÍTULO 3	42
AS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO (TIC) E O PROCESSO DE ENSINO/APRENDIZAGEM DE LÍNGUAS ESTRANGEIRAS (LE)	
Elizabeth Regina Makiko Moriya Uemura Edson José Gomes	
DOI 10.22533/at.ed.1452016063	
CAPÍTULO 4	53
A OPINIÃO PÚBLICA AINDA NÃO EXISTE? PENSANDO AS PESQUISAS DE OPINIÃO PÚBLICA NA ERA DO BIG DATA SEGUNDO AS CRÍTICAS DE BOURDIEU EM <i>A OPINIÃO PÚBLICA NÃO EXISTE</i>	
Pedro Neris Luiz Caldas	
DOI 10.22533/at.ed.1452016064	
CAPÍTULO 5	65
AS PESQUISAS DOS ANTROPÓLOGOS SARAH BOHANNAN E CLIFFORD GEERTZ E DO TEÓRICO CULTURAL STUART HALL PARA PENSAR O PROCESSO DE COMUNICAÇÃO	
Roberta Brandalise	
DOI 10.22533/at.ed.1452016065	
CAPÍTULO 6	78
COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR FRENTE ÀS COMPRAS EM SUPER E MINIMERCADOS NA CIDADE DE PATOS-PB	
Francisca Érika Nobrega da Silva Mariana Tomaz Silva Patrícia Lacerda de Carvalho Tatyanna Nadabia de Souza Lima Paes	
DOI 10.22533/at.ed.1452016066	
CAPÍTULO 7	92
PUBLICIDADE, CONSUMO E NOVAS TECNOLOGIAS: UM ESTUDO DOS NOVOS COMPORTAMENTOS DO CONSUMIDOR NA SOCIEDADE EM REDE	
Danilo de Souza Moura José Maurício Conrado Moreira da Silva	
DOI 10.22533/at.ed.1452016067	
CAPÍTULO 8	104
DO VINIL AO STREAMING: FORMATOS DE DIFUSÃO E ARMAZENAMENTO DE MÚSICAS E	

SUAS RELAÇÕES COM A EXPERIÊNCIA DO OUVINTE

[Carlos Phillipe Kelency](#)

DOI 10.22533/at.ed.1452016068

CAPÍTULO 9 114

FESTA DE SÃO SEBASTIÃO. Espaço Simbólico e de Pertencimento Quilombola, Rio Andirá, Fronteira Amazonas/Pará

[João Marinho da Rocha](#)

[Marilene Corrêa da Silva Freitas](#)

DOI 10.22533/at.ed.1452016069

CAPÍTULO 10 124

INTOLERÂNCIA RELIGIOSA CONTRA AS DE MATRIZ AFRICANA NA MÍDIA HEGEMÔNICA: ANÁLISE DE CONTEÚDO NOS JORNAIS “O GLOBO” E “O ESTADO DE S. PAULO”

[Roberto Marcello](#)

DOI 10.22533/at.ed.14520160610

CAPÍTULO 11 137

A MULHER NEGRA COMO APRESENTADORA DE TELEVISÃO

[Ana Carolina Huertas Antonio](#)

DOI 10.22533/at.ed.14520160611

CAPÍTULO 12 149

NINJA ES: COLABORAÇÃO E COMPARTILHAMENTO NA TERRITORIALIDADE INFORMACIONAL DURANTE AS OCUPAÇÕES DE ESCOLAS CAPIXABAS

[Ana Paula Miranda Costa Bergami](#)

DOI 10.22533/at.ed.14520160612

CAPÍTULO 13 162

A QUESTÃO DA INDEPENDÊNCIA DA CATALUNHA:
UM BALANÇO DO IMPACTO MIDIÁTICO DO SEPARATISMO ESPANHOL

[Rodolfo Silva Marques](#)

[Bruno Da Silva Conceição](#)

DOI 10.22533/at.ed.14520160613

CAPÍTULO 14 176

UMA MANCHETE EM REVISTA: destacabilidade e aforização

[Luís Rodolfo Cabral](#)

DOI 10.22533/at.ed.14520160614

CAPÍTULO 15 188

EVENTOS COMO MEIO DE COMUNICAÇÃO E DE CONSUMO: UMA ANÁLISE HISTÓRICA – SOCIOCULTURAL E ECONÔMICA DOS BANQUETES AS CASAS DE EVENTOS

[Iêda Litwak de Andrade Cezar](#)

[Joseana Maria Saraiva](#)

[José Alberto de Castro](#)

DOI 10.22533/at.ed.14520160615

SOBRE O ORGANIZADOR 206

ÍNDICE REMISSIVO 207

DO VINIL AO *STREAMING*: FORMATOS DE DIFUSÃO E ARMAZENAMENTO DE MÚSICAS E SUAS RELAÇÕES COM A EXPERIÊNCIA DO OUVINTE

Data de aceite: 05/06/2020

Data de submissão: 02/05/2020

Carlos Phillipe Kelency

Mestre em Comunicação pela Faculdade Cásper

Líbero

São Paulo – SP

<http://lattes.cnpq.br/3949668483355928>

RESUMO: A proposta deste trabalho é colocar em discussão de que maneira as modificações nos formatos de transmissão e armazenamento musical (como o CD, o MP3 e o *streaming*, por exemplo), possibilitadas pelos avanços tecnológicos, tiveram e têm influência sobre as experiências sensoriais e os processos de vinculação que podem se desenvolver na fruição da música. Para isso, procuramos realizar tal análise no contexto das teorias das mídias e da indústria cultural, promovendo, também, interface com o campo da semiótica.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação. Mídias. Semiótica. Música.

FROM VINYL TO STREAMING: FORMATS OF
DIFFUSION AND STORAGE OF MUSIC AND
ITS RELATIONSHIP WITH THE LISTENER'S
EXPERIENCE

ABSTRACT: The purpose of this paper is to discuss how changes in the format of musical transmission and storage (such as CD, MP3 and streaming, for example), made possible by technological advances, have had and have an influence on sensorial experiences and the processes of bonding that can develop in the enjoyment of music. For this, we seek to perform such analysis in the context of the media and cultural industry theories, also promoting an interface with the field of semiotics.

KEYWORDS: Communication. Medias. Semiotics. Music.

1 | INTRODUÇÃO

Como seres humanos, somos profundamente impactados por experiências sensoriais e emocionais e, não raro, ambas caminham entrelaçadas. Por exemplo, uma pessoa que há muitos anos já saiu da escola, ao entrar em uma sala de aula e avistar a lousa, as cadeiras, os livros e sentir o cheiro

do ambiente, pode ser “transportada” de volta a seus primeiros anos escolares e a tudo o que isso representa. O frio na barriga dos primeiros dias, o contato inicial com os professores, as interações com os colegas, as brincadeiras, tudo retorna à mente desse indivíduo em questão de instantes. Esse processo, realizado muitas vezes de maneira inconsciente, acontece porque buscamos encontrar sentido em cada aspecto de nossas vidas, por menores que sejam, e construir e reconstruir memórias com base neles.

Uma canção tem essa capacidade de nos levar a momentos e sentimentos de nossa história de vida. O ato de ouvir música não envolve apenas o sentido da audição: é, também, uma experiência afetiva. Ainda que na maioria dos casos as pessoas não tenham um contato próximo com o autor ou intérprete de uma canção, os ouvintes se relacionam com a música, estabelecendo vínculos que ultrapassam uma interação simplesmente mecanizada. Tal efeito ocorre pela capacidade que uma composição tem de, seja por meio da sua letra ou de sua parte instrumental, gerar emoções, criar empatia, remeter a memórias.

Mas não é somente a música em seu estado sonoro que da forma às lembranças e constrói sentido. As mídias, suportes físicos que possibilitam o seu acesso, compartilhamento e difusão, desempenham um papel relevante nessa relação entre ouvinte e músicas e nas representações que surgem a partir daí.

Diante disso, a proposta desse artigo é refletir sobre em que medida as diferentes mídias de compartilhamento e difusão musical, possibilitadas pelos avanços tecnológicos que surgiram ao longo do tempo, tiveram e têm influência sobre as experiências sensoriais e os processos de mediação e vinculação que podem se desenvolver na fruição da música. Nesse contexto, nossa análise foi construída caminhando sobre o terreno da semiótica, promovendo, também, interfaces com as teorias das mídias e da indústria cultural.

Para elaborar nosso raciocínio de forma mais objetiva, efetuamos um recorte quanto às mídias abordadas, partindo do disco de vinil até chegar ao *streaming*.

2 | A TRILHA SONORA DE NOSSAS VIDAS

A relação com a música e sua presença na vida das pessoas é constante. Em verdade, essa interação se inicia desde muito cedo, na convivência com os sons:

Os sons ou vibrações do entorno permitem a localização de uma pessoa no contexto tanto de uma caverna escura como nos ambientes cotidianos. O universo sonoro possibilita a observação do espaço no sentido físico do termo; sons e vibrações favorecem um espaço de interlocução no qual os corpos envolvidos são afetados quando opcionalmente ou mesmo sem escolher, participam de forma mais ou menos envolvente dos processos comunicativos (Menezes, 2015, p.112).

Para além de sua função biológica, prática e comunicativa, “os sons, isto é, as vibrações mecânicas periódicas que permitem a sensação da audição, não repercutem apenas nos órgãos auditivos; envolvem todos os objetos do entorno, todos os corpos e, nesse processo, todo o corpo humano” (Menezes, 2015, p. 112). Aqui tomamos a liberdade de entender “todo o corpo humano” não somente no que diz respeito aos aspectos sensoriais, como, também, sob as óticas psicológica e emocional.

À parte gostos e julgamentos sobre a qualidade de uma composição ou o teor de uma letra, uma obra musical tem um inegável poder de gerar vínculos. Uma relação intangível, mas carregada de sentido, a qual se deve, em grande parte, aos meios pelos quais acessamos uma canção:

A maior parte dos estudos dos meios de comunicação são conteudistas, isto é, buscam nas mensagens apenas seus conteúdos verbais ou não verbalizáveis. Esses estudos se esquecem das suas peculiaridades e riquezas que as interações entre linguagens podem criar e dos efeitos diferenciados na percepção do receptor que essas peculiaridades estão aptas produzir. Em síntese: ficam negligenciando o fato de que o modo como essas mensagens se articulam é tão importante para a recepção quanto aquilo que elas dizem. Além disso, não é levada em conta a riqueza de sentidos perceptivos que podem potencialmente interagir no ato de recepção dessas mensagens, assim como a diversidade de efeitos psicofísicos e cognitivos que elas podem produzir (Santaella, 2003, p. 47).

Um exemplo dessa relação dos indivíduos com os meios pode ser percebido quando, ao ouvir uma música, nos lembramos de onde estávamos quando a escutamos pela primeira vez. Pode ser a recordação de um lugar, mas também pode ser algo mais profundo, como a lembrança de um momento: em casa, com a família, na última festa de Natal em que um familiar esteve presente antes de falecer; no carro, indo a um encontro romântico com uma pessoa que se tornaria um cônjuge; na casa de um amigo, na época da faculdade. Por isso, não é exagero dizer que a nossa relação com a música é, de certa forma, uma relação de conexão conosco. E para essa relação se efetivar, as mídias, na qualidade de meios de suporte para o acesso à música, acabam por constituir parte importante da experiência do ouvinte. Isso porque “os sons trocados diretamente entre os corpos ou por meio de aparatos eletrônicos explicitam espaços e ritmos que permitem a sincronização da vida nas pequenas e grandes sociedades” (Menezes, 2007, *apud* Menezes, 2015, p. 113). Essa realidade ganha contornos mais críticos se considerarmos que vivemos em um mundo altamente povoado pelas imagens. O videoclipe e, posteriormente, as mídias sociais, se encarregaram de bombardear as pessoas com uma quantidade excessiva de informações visuais, em alta velocidade, impactando na experiência dos ouvintes e relegando a música em si a segundo plano, bem como deixando a construção de sentido com pouco espaço para ser elaborada com autonomia e pessoalidade.

3 | A MÍDIA É A EXPERIÊNCIA

A materialização da experiência, a formação de uma lembrança afetiva e a construção de sentido na relação ouvinte-música-suporte musical clarificam o que McLuhan (2009) nos ensina ao afirmar que o meio é a mensagem. É justamente nessa interação entre as pessoas e a música que podemos dizer que a mídia se torna, em uma dimensão considerável, parte da experiência do ouvinte. Isso porque “[...] as consequências sociais e pessoais de qualquer meio – ou seja, de qualquer uma das extensões de nós mesmos – constituem o resultado do novo estalão introduzido em nossas vidas por uma nova tecnologia ou extensão de nós mesmos” (McLuhan, 2009, p. 21).

Nesse contexto, a semiótica ganha especial importância dado que

[...] está apta a desempenhar um papel fundamental no estudo dos meios de comunicação ou aquilo que preferimos aqui chamar de mídias. Isso porque a semiótica percebe os processos comunicativos das mídias também como atividade e processos culturais que criam seus próprios sistemas modelares secundários, gerando códigos específicos e signos de estatutos semióticos peculiares, além de produzirem efeitos de percepção, processos de recepção e comportamentos sociais que lhes são próprios (Santaella, 2003, p. 29).

Com base nesse olhar, entendemos que as mídias (no âmbito dessa análise, exemplificadas nos discos de vinil, fitas cassetes, CDs, arquivos MP3 ou *streaming*) se configuram como signos, uma vez que “um Signo, então, é toda coisa, seja ela um Atual ou um Talvez ou um Seria, que afete um espírito, seu intérprete, e que dirige a atenção deste intérprete sobre qualquer objeto (Atual, Talvez ou Seria) o qual já está contido na esfera de sua experiência [...]” (Peirce *apud* Chiachiri, 2005, p.21).

A relação mediadora entre o meio e o ouvinte de música fica ainda mais evidente quando nos atentamos para a própria essência do ato comunicativo:

De fato, em qualquer processo de comunicação, deve haver um meio pelo qual uma mensagem é transmitida de uma cognição a outra. Foi a função mediadora do signo que levou Peirce a postular que o signo é uma espécie de “meio de comunicação”, entre duas ideias, ou entre um objeto e uma ideia, ou melhor, entre um objeto e uma ideia interpretante que o signo produz ou modifica (Santaella, 2003, p. 226).

Para entender um pouco melhor os efeitos das músicas e suas mídias nas pessoas é importante resgatarmos um pouco da história de cada meio.

O surgimento dos discos de vinil (conhecidos também como *Long Play* ou apenas LP), em 1948, extinguiu os discos de 78 rotações, uma vez que sua qualidade sonora e capacidade de armazenamento eram superiores. Além de suportarem mais do que somente uma canção, os LPs tinham embalagens maiores, em formato quadrado, nos quais as artes das capas dos discos ganhavam mais destaque. Assim, mais do que apenas comprar as músicas, o ouvinte tinha, também, uma

pequena coleção de artes em sua casa. É comum ainda hoje encontrar pessoas que herdaram uma vasta coleção de discos dos pais ou avós, ou que mesmo conservam os LPs que compraram quando mais jovens. No caso dos discos de vinil, é aqui que percebemos a vinculação se materializando. O processo de registro da música já progrediu consideravelmente – até mesmo novas versões de LPs estão sendo lançadas -, então, por que guardar discos antigos, muitos deles com riscos ou com as capas manchadas pela ação do tempo? A resposta pode ser encontrada não no formato em si, mas, no que ele representa: nossa juventude, nossos pais e avós, nossa vida antes de crescermos e nos tornarmos adultos. Alguns podem simplificar e classificar esse sentimento como nostalgia, contudo, não podemos desprezar o vínculo estabelecido entre ouvinte e mídia.

Quase 20 anos depois, as fitas cassetes (ou K7) investem na mobilidade para conquistar adeptos ao seu formato. Além da praticidade no transporte dessa mídia, que praticamente cabia em um bolso, as fitas eram graváveis. Isso possibilitava gravar as músicas dos discos de vinil e trocar com amigos ou dar de presente para alguém. Outro uso muito comum era levar as fitas, com pequenos gravadores, para registrar shows. Dado que nem todos os shows são gravados e comercializados pelas gravadoras, muitas fitas tornaram-se verdadeiras relíquias e objeto de desejo de fãs. Por outro lado, guardar uma fita de um show no qual uma pessoa foi com seus amigos antes de se formar na faculdade, conheceu sua futura esposa ou simplesmente se divertiu, já é suficiente para tornar aquela mídia, mais do que o registrou musical que ela contém, algo único para esse ser humano.

Durante 40 anos os discos de vinil foram a principal mídia para armazenar e compartilhar comercialmente e em larga escala obras musicais. Foi então que, os *compact discs* (CDs) entraram em cena, na década de 1980. Com mais capacidade de armazenamento e qualidade do que os discos de vinil e as fitas K7, os CDs podem ser considerados um híbrido dos dois formatos. Se por um lado traziam a portabilidade das fitas cassetes, por outro ainda conservavam o formato quadrado, em menor escala, dos vinis, com as artes das capas recebendo relativo destaque. Os CDs, em termos de vinculação e processos de mediação, não diferem muito dos discos e das fitas. Por exemplo, mais do que ganhar um *compact disc* raro de uma banda que uma pessoa gosta, provavelmente o que marcará esse indivíduo foi quem se deu ao trabalho de procurar tal raridade e presenteá-lo. Embora estejamos falando do gesto de presentear, a mídia permanece como o marco da recordação desse gesto.

Nos anos 2000, surge o primeiro dos formatos de acesso e compartilhamento de músicas com características mais abstratas. O MP3 é um formato de compressão de arquivos digitais, que possibilita ouvir e compartilhar as músicas em dispositivos digitais ou pela internet.

Os arquivos em formato MP3 e o aperfeiçoamento das conexões de internet abriram espaço para a popularização das plataformas de *streaming* de músicas, nas quais as canções são transmitidas como pacotes de dados até os usuários. O *streaming* talvez seja a ruptura mais patente na relação entre o ouvinte e as mídias que ocorreu desde que os formatos de transmissão e armazenamento musical surgiram e se popularizaram, porque rompe com a ligação vinculadora com uma mídia física (pelo menos nos moldes anteriormente estabelecidos).

Ainda que o *streaming* dependa de um suporte físico, como um computador, um celular ou um *tablet* para executar as músicas em formato digital, o apego emocional com esses suportes é diferente em relação, por exemplo, aos discos de vinil e aos CDs. Afinal, é pouco provável que alguém colecionasse celulares por causa de sua *playlist* de músicas ou forme uma lembrança afetiva com o antigo computador no qual ouviu uma canção pela primeira vez.

Antes de explorarmos com mais profundidade essas questões, é relevante olharmos as mudanças das mídias sob outro prisma.

4 | MEIOS DE ACESSO À MÚSICA COMO PRODUTOS MERCADOLÓGICOS

Cada formato tecnológico que não existia e surge para alterar o modo já estabelecido de transmissão, compartilhamento e armazenamento de uma composição musical – ou de outras formas de arte, como filmes, pinturas ou fotos – tem potencial para introduzir as pessoas a uma nova linguagem, a qual por seu turno pode influir no modo como os indivíduos se relacionam com as expressões artísticas. Por outro lado, não podemos deixar de considerar que existe uma relação de caráter comercial na distribuição e compartilhamento de músicas, pautada pela lógica de mercado de venda e consumo de discos e arquivos sonoros digitais. Não por acaso foi criada e popularizada a expressão “indústria fonográfica”, que engloba esse mercado em que coexistem artistas, gravadoras e lojas físicas e virtuais de venda de discos e arquivos digitais de música - além, é claro, dos ouvintes.

Desta forma, é preciso que se tenha em vista em que medida as mudanças nos formatos de difusão musical estão atendendo a uma demanda mercadológica, realizando o caminho inverso: criando formatos de experiência para as pessoas com objetivos comerciais, a fim de que os indivíduos não apenas ouçam a música como parte do processo de fruição de uma expressão artística, mas, antes, se tornem consumidores de novos modelos de negócios. Diante dessa reflexão, entendemos como pertinente abordar o conceito de indústria cultural, uma vez que “[...] o poder da indústria cultural provém de sua identificação com a necessidade produzida [...]” (Adorno; Horkheimer, 1985, p. 128).

Assim, sob a ótica mercadológica, a transição do disco de vinil para a fita cassete,

para o CD, para o MP3 até chegar ao *streaming* não ocorreu de maneira impensada. Antes, visou atender – ou mesmo criar – um novo nicho de consumo, já que “quanto mais firmes se tornam as posições da indústria cultural, mais sumariamente ela pode proceder com as necessidades dos consumidores, produzindo-as, dirigindo-as, disciplinando-as [...]” (Adorno; Horkheimer, 1985, p. 135).

Além disso, cada novo formato demandava também a aquisição de um dispositivo para executá-lo: toca-discos, tocador de fitas K7, CD player, MP3 player, computador, celular ou *tablet*. Por isso, não podemos nos enganar ao pensar que o desenvolvimento de novos meios para acessar e compartilhar músicas tenha puramente o objetivo de propiciar uma melhor experiência aos ouvintes.

O entretenimento e os elementos da indústria cultural já existiam muito tempo antes dela. Agora, são tirados do alto e nivelados à altura dos tempos atuais. A indústria cultural pode se ufanar de ter levado a cabo com energia e de ter erigido em princípio a transferência muitas vezes desajeitada da arte para a esfera do consumo, de ter despido a diversão de suas ingenuidades inoportunas e de ter aperfeiçoado o feitio das mercadorias (Adorno; Horkheimer, 1985, p. 126).

Entramos, então, no campo das disputas entre formatos. Porém, uma disputa que vai além da preferência do ouvinte em termos do que lhe é mais agradável para fruir suas canções favoritas, considerando, antes, o potencial de lucratividade da introdução de novas mídias. Mesmo os meios que tenderiam a se tornarem obsoletos buscam alternativas para se manterem atraentes mercadologicamente, já que “quando uma nova mídia surge, geralmente provoca atritos, fricções, até que gradativamente as mídias anteriores vão, com o passar do tempo, redefinido as prioridades de suas funções” (Santaella, 2003, p. 40).

Do ponto de vista da mercantilização, a redefinição de prioridades das funções das mídias, mencionada por Santaella, mostra uma nova face com o relançamento de LPs e fitas cassetes atualmente. Com uma abordagem direcionada ao consumidor tentando convence-lo de que está adquirindo um produto *vintage* e utilizando-se de expedientes quase infantis, (como lançar vinis coloridos, por exemplo, para ter mais apelo) fica difícil não enxergar objetivos meramente mercadológicos, erigidos à custa da ligação afetiva dos indivíduos com os formatos de suporte à música, explicitando o nosso argumento de que as mídias desempenham um papel de destaque na relação entre ouvinte e música.

5 | DO VINIL AO *STREAMING*: DO MATERIAL AO ABSTRATO

Retomamos a reflexão sobre a relação ouvinte-música-suporte com um questionamento: será que a experiência auditiva mediada pelo *streaming* conserva os aspectos de formação da memória afetiva e a construção de sentido, tanto quanto aquelas proporcionadas pelas mídias físicas? Mais do que como ouvinte,

como seres humanos, estaríamos perdendo uma parte considerável da experiência emocional com essa mudança?

É importante sublinhar a importância que o meio ocupa na relação com o ouvinte, pois, como destaca Santaella, “[...] o signo determina o interpretante, mas o determina como uma determinação do objeto. O interpretante como tal é determinado pelo objeto na medida em que é determinado pelo signo” (2003, p. 225). Em outras palavras, a coleção de discos do pai de uma pessoa não é somente uma coleção de discos. Pode ser uma memória da infância de um indivíduo e de sua relação com seu pai. Uma fita cassete não é somente um meio que caiu em desuso: pode ser, também, o elo que iniciou uma amizade entre duas pessoas. Portanto, não é absurdo considerar que “[...] é o meio que configura e controla a proporção e a forma das ações e associações humanas” (McLuhan, 2009, p. 23).

Mas e quando perdemos esse suporte físico – e, por consequência, uma conexão mais palpável – que as mídias materiais nos ofereciam, cedendo lugar aos *bytes* e, retomando a intangibilidade existente na música?

Vale destacar que, mesmo com a alteração entre formatos, os meios de acesso e compartilhamento de músicas apresentam um aspecto apontado por Santaella como fundamental da cultura das mídias: a mobilidade. Esta seria a “[...] capacidade de trânsito da informação de uma mídia a outra, acompanhada de leves modificações na aparência” (Santaella, 2003, p. 36).

Na tentativa de encapsular essa intangibilidade – e lucrar com a difusão em larga escala de músicas – os formatos de mídia foram sendo criados. Talvez de forma inconsciente, as pessoas acabaram se apegando à mídia, na tentativa de materializar ou reforçar o vínculo com suas canções e artistas favoritos. Trata-se de um efeito secundário, mas que não pode ser ignorado.

Aqui nos parece pertinente a tese da escalada da abstração proposta por Flusser (2008):

[...] as novas imagens não ocupam o mesmo nível ontológico das imagens tradicionais, porque são fenômenos sem paralelo no passado. As imagens tradicionais são superfícies abstraídas de volumes, enquanto as imagens técnicas são superfícies construídas com pontos. De maneira que, ao recorrermos a tais imagens, não estamos retornando da unidimensionalidade para a bidimensionalidade, mas nos precipitando da unidimensionalidade para o abismo da zero-dimensionalidade (Flusser, 2008, p. 15).

Embora o argumento do autor tenha como ponto central as imagens, entendemos que é possível transpor o mesmo raciocínio para o universo sonoro. Dessa forma, poderíamos dizer que saímos da bidimensionalidade dos suportes físicos (LPs, Fitas K7, CDs) para entrar na zero-dimensionalidade dos arquivos de música digitais. Cabe ressaltar que nossa argumentação tem como eixo central o aspecto da vinculação, já que, como falamos, mesmo os arquivos musicais digitais

necessitam de um suporte para serem executados.

Sob esse ponto de vista, entendemos que a relação com as músicas e, portanto, com a formação de lembranças e a construção de sentido, necessita ser materializada em algum nível. Novamente, a semiótica é uma grande aliada para percebermos que não se trata de um fenômeno aleatório ou vazio de sentido:

Os corpos materiais dos signos são responsáveis pelos processos comunicativos por transmitir informação de uma certa fonte a um certo destino. Eles funcionam como os meios físicos, como os veículos através dos quais a informação viaja. Mas, ao mesmo tempo, através desse meio ativo, o signo é uma representação, desempenhando o papel de uma mediação abstrata transmitindo significado de um objeto a um interpretante (Santaella, 2003, p. 230).

Não deixa de ser irônico. Embora permitamos que a música nos transporte a lugares da nossa memória e a momentos da nossa existência, ainda nos mantemos presos a algo material para que essas construções se efetivem em nossas mentes e corações.

6 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

A fruição da música é um fenômeno comunicativo e simbólico. E tal qual muitos processos comunicativos, ela é dotada de sentido em grande medida graças aos sentimentos e experiências dos indivíduos.

Nesse contexto, não podemos deixar de observar como as mídias de acesso, compartilhamento e comercialização de música influem na experiência do ouvinte. Seja do ponto de vista da semiótica ou da indústria cultural, percebemos que não podemos ignorar a relevância dos formatos físicos das mídias de suporte musical.

O avanço das modificações nos formatos midiáticos tende a convergir para, cada vez mais, os meios físicos cederem lugar para outros mais abstratos. Por outro lado, o apelo vinculador dos formatos essencialmente materiais permanece sendo um diferencial, mantendo sua relevância perante os ouvintes.

Provavelmente, as transformações tecnológicas ainda trarão novas maneiras de acessar e consumir música nos próximos anos. E essas modificações trarão novas consequências para as pessoas, sobre as quais ainda somente podemos especular. O que nos parece mais possível de afirmar é que, independente das novidades que emergirem, as mídias continuarão desempenhando um papel significativo no âmbito dos processos comunicativos e de vinculação.

REFERÊNCIAS

Adorno, Theodor W.; Horkheimer, Max. (1985). **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

Chiachiri, Antonio Roberto. (2005). A semiótica na comunicação. **Communicare**: revista de pesquisa. São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, v. 5, n. 1, p. 17 – 26.

Coelho, Taysa. Fita cassete completa 50 anos: veja o que mudou em cinco décadas. Tech Tudo. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2013/09/fita-cassete-completa-50-anos-veja-o-que-mudou-em-cinco-decadas.html>>. Acesso em: 29 de setembro de 2018.

Flusser, Vilém. (2008). **O universo das imagens técnicas**: elogio da superficialidade. São Paulo: Annablume.

Freire, Raquel. Primeiro CD completa 30 anos de existência: saiba como foi sua criação. **Tech Tudo**. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2012/10/o-primeiro-cd-completa-30-anos-de-existencia.html>>. Acesso em: 29 de setembro de 2018.

McLuhan, Marshall. (1998). **Os meios de comunicação como extensões do homem** (9ª edição). São Paulo: Cultrix.

Menezes, José Eugênio de Oliveira. (2008). Cultura do ouvir: os vínculos sonoros na contemporaneidade. **Líbero**. São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, Ano XI, Número 21, p. 111 – 118.

Menezes, José Eugênio de Oliveira. (2015). Ecologia da comunicação: som, corpo e cultura do ouvir. **Líbero**. São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, V.18, Número 36, p. 111 – 120.

Menezes, Thales de. Sucesso nos anos 1970 e 80, fitas K7 voltam a ser fabricadas no Brasil após 20 anos. Folha de S. Paulo. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2018/05/sucesso-nos-anos-1970-e-80-fitas-k7-voltam-a-ser-fabricadas-no-brasil-apos-20-anos.shtml>>. Acesso em: 29 de setembro de 2018.

Santaella, Lúcia. (2003). **Cultura das mídias** (3ª edição). São Paulo: Experimento.

LP é inventado por americano em 1948. O Globo. Disponível em: <<https://acervo.oglobo.globo.com/fatos-historicos/lp-inventado-por-americano-em-1948-10629800>>. Acesso em: 29 de setembro de 2018.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Aforização 176, 180, 181, 182, 186, 187

Análise de Conteúdo 124, 157

Andirá 114, 115, 116, 117, 119, 120, 121, 123

Antropologia 40, 65, 66, 68, 69, 71, 72, 73, 77, 121, 123, 204, 205

Aprendizagem 32, 35, 38, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 153

Apresentadora 137, 139, 141, 143, 144, 145, 146

B

Big data 53, 54, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64

C

Capa de revista 176, 177, 178, 182, 186

Catalunha 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175

Ciberteologia 1, 3, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 13

Comportamento do Consumidor 78, 79, 80, 91, 97

Consumo 65, 66, 68, 72, 75, 82, 92, 93, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 109, 110, 183, 188, 189, 190, 191, 200, 201, 203, 204, 206

Convergência 71, 72, 92, 95, 97, 99, 101, 102, 152, 153, 160, 166, 173

Cultura 1, 2, 3, 5, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 17, 22, 31, 35, 37, 45, 65, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 74, 80, 92, 95, 96, 98, 99, 101, 102, 111, 113, 114, 121, 123, 126, 134, 136, 137, 139, 142, 143, 144, 145, 150, 152, 153, 154, 160, 161, 166, 169, 175, 190, 196, 204, 205

D

Destacabilidade 176, 178

Duolingo 42, 43, 45, 47, 51

E

Ecologia da Comunicação 124, 126, 136

Engenharia de Sistema 14

Ensino 19, 32, 38, 42, 43, 44, 45, 46, 51, 52, 97, 120, 145, 157

Epistemologia 65, 171

Estudos Culturais 65, 66, 69, 72, 73, 75

F

Fé 1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 118, 119, 121, 133, 134

Frases sem texto 176, 178, 187

I

Interconectividade 14, 21, 33, 38, 39

Intersubjetividade 14, 21, 26

Intolerância Religiosa 124, 125, 131, 132, 133, 134, 135, 136

L

Língua estrangeira 42, 43, 46, 52

M

Marketing 78, 79, 82, 83, 84, 86, 90, 91, 96, 97, 99, 100, 102, 103, 205

Memória 35, 110, 111, 112, 114, 115, 118, 119, 122, 123, 153

Metodologia 14, 20, 21, 23, 65, 78, 84, 90, 119, 121, 123, 126, 145, 157

Mídia 1, 16, 33, 35, 92, 95, 96, 97, 99, 100, 101, 107, 108, 109, 110, 111, 124, 136, 140, 141, 147, 148, 150, 152, 153, 159, 160, 162, 206

Mídias 5, 11, 13, 35, 53, 54, 59, 60, 62, 63, 64, 92, 95, 97, 99, 104, 105, 106, 107, 109, 110, 111, 112, 113, 153, 154, 167, 206

Midiativismo 149, 158

Minimercados 78, 79, 80, 81, 82, 85, 86, 87, 89, 90

Mulher negra 72, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147

Música 50, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 192, 205

O

Objetivação 14, 17, 21, 22, 24, 25, 36

Opinião Pública 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 133, 164

P

Pesquisas 21, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 69, 71, 72, 88, 145

Plataforma digital 14, 15, 16, 17, 19, 20, 21, 22, 23, 26, 27, 28, 32, 33, 36, 37

Q

Questionários 53, 54, 59, 60, 62, 63, 64, 84

Quilombos 114, 115, 122, 123

R

Redes sociais 4, 5, 7, 11, 95, 96, 138, 149, 150, 152, 154, 159, 160, 161, 178, 206

Requisitos 14, 23, 32, 36, 40, 41

Revista semanal 176, 178

S

Semiótica 71, 104, 105, 107, 112, 113

Separatismo 162, 163, 164, 168, 170, 172, 174

Sociedade 2, 3, 4, 5, 6, 7, 10, 12, 13, 24, 26, 27, 28, 34, 39, 41, 42, 44, 55, 59, 67, 72, 82, 92, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 102, 114, 134, 135, 136, 137, 139, 140, 141, 144, 146, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 158, 159, 163, 165, 190, 195, 200, 201, 203, 204, 205

Subjetivação 14, 17, 21, 23

Supermercados 78, 79, 80, 81, 85, 86, 87, 88, 89

T

Televisão 93, 101, 131, 137, 139, 141, 142, 143, 144, 145, 148, 153, 201

Territorialidade informacional 149, 154, 157, 158, 160

Tradição 8, 12, 68, 114, 118, 119, 121, 123, 134

 **Atena**
Editora

2 0 2 0