

# Tecnologias e Estéticas da Comunicação no Brasil 2



Edwaldo Costa  
(Organizador)

# Tecnologias e Estéticas da Comunicação no Brasil 2



Edwaldo Costa  
(Organizador)

### **Editora Chefe**

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

### **Assistentes Editoriais**

Natalia Oliveira

Bruno Oliveira

Flávia Roberta Barão

### **Bibliotecária**

Janaina Ramos

### **Projeto Gráfico e Diagramação**

Natália Sandrini de Azevedo

Camila Alves de Cremona

Luiza Alves Batista

Maria Alice Pinheiro

### **Imagens da Capa**

Shutterstock

### **Edição de Arte**

Luiza Alves Batista

### **Revisão**

Os Autores

2020 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do Texto © 2020 Os autores

Copyright da Edição © 2020 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena

Editora pelos autores.



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. 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.

A Atena Editora não se responsabiliza por eventuais mudanças ocorridas nos endereços convencionais ou eletrônicos citados nesta obra.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação.

### **Conselho Editorial**

#### **Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

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  
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília  
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia  
Profª Drª Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo  
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá  
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará  
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima  
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. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
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 – Pontifícia Universidade Católica de Campinas  
Profª Drª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
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  
Profª Drª Carla Cristina Bauermann Brasil – Universidade Federal de Santa Maria  
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. Jael Soares Batista – Universidade Federal Rural do Semi-Árido  
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  
Profª Drª Débora Luana Ribeiro Pessoa – Universidade Federal do Maranhão  
Prof. Dr. Douglas Siqueira de Almeida Chaves -Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
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  
Profª Drª Gabriela Vieira do Amaral – Universidade de Vassouras  
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria  
Prof. Dr. Helio Franklin Rodrigues de Almeida – Universidade Federal de Rondônia  
Profª Drª Iara Lúcia Tescarollo – Universidade São Francisco  
Prof. Dr. Igor Luiz Vieira de Lima Santos – Universidade Federal de Campina Grande  
Prof. Dr. Jefferson Thiago Souza – Universidade Estadual do Ceará  
Prof. Dr. Jesus Rodrigues Lemos – Universidade Federal do Piauí  
Prof. Dr. Jônatas de França Barros – Universidade Federal do Rio Grande do Norte  
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 Maria Tatiane Gonçalves Sá – Universidade do Estado do Pará  
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  
Prof. Dr. Rafael Henrique Silva – Hospital Universitário da Universidade Federal da Grande Dourados  
Profª Drª Regiane Luz Carvalho – Centro Universitário das Faculdades Associadas de Ensino  
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. Carlos Eduardo Sanches de Andrade – Universidade Federal de Goiás  
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná  
Prof. Dr. Douglas Gonçalves da Silva – Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia  
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Profª Drª Érica de Melo Azevedo – Instituto Federal do Rio de Janeiro  
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará  
Profª Dra. Jéssica Verger Nardeli – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho  
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Luciana do Nascimento Mendes – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte

Prof. Dr. Marcelo Marques – Universidade Estadual de Maringá  
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Profª Drª Priscila Tessmer Scaglioni – Universidade Federal de Pelotas  
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

### **Linguística, Letras e Artes**

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins  
Profª Drª Angeli Rose do Nascimento – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro  
Profª Drª Carolina Fernandes da Silva Mandaji – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Profª Drª Denise Rocha – Universidade Federal do Ceará  
Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões  
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná  
Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará  
Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste  
Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia

### **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. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí  
Prof. Me. Alexsandro Teixeira Ribeiro – Centro Universitário Internacional  
Prof. Me. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão  
Profª Ma. Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa  
Profª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico  
Profª Drª Andrezza Miguel da Silva – Faculdade da Amazônia  
Profª Ma. Anelisa Mota Gregoleti – Universidade Estadual de Maringá  
Profª Ma. Anne Karynne da Silva Barbosa – Universidade Federal do Maranhão  
Prof. Dr. Antonio Hot Pereira de Faria – Polícia Militar de Minas Gerais  
Prof. Me. Armando Dias Duarte – Universidade Federal de Pernambuco  
Profª Ma. Bianca Camargo Martins – UniCesumar  
Profª 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  
Profª Drª Cláudia Taís Siqueira Cagliari – Centro Universitário Dinâmica das Cataratas  
Prof. Me. Clécio Danilo Dias da Silva – Universidade Federal do Rio Grande do Norte  
Prof. Me. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará  
Profª Ma. Daniela da Silva Rodrigues – Universidade de Brasília  
Profª Ma. Daniela Remião de Macedo – Universidade de Lisboa  
Profª Ma. Dayane de Melo Barros – Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Me. Douglas Santos Mezacas – Universidade Estadual de Goiás  
Prof. Me. Edevaldo de Castro Monteiro – Embrapa Agrobiologia  
Prof. Me. Eduardo Gomes de Oliveira – Faculdades Unificadas Doctum de Cataguases  
Prof. Me. Eduardo Henrique Ferreira – Faculdade Pitágoras de Londrina  
Prof. Dr. Edwaldo Costa – Marinha do Brasil  
Prof. Me. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita  
Prof. Me. Ernane Rosa Martins – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás  
Prof. Me. Euvaldo de Sousa Costa Junior – Prefeitura Municipal de São João do Piauí  
Profª 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  
Profª Drª Germana Ponce de Leon Ramírez – Centro Universitário Adventista de São Paulo  
Prof. Me. Gevair Campos – Instituto Mineiro de Agropecuária  
Prof. Me. Givanildo de Oliveira Santos – Secretaria da Educação de Goiás  
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  
Profª Ma. Isabelle Cerqueira Sousa – Universidade de Fortaleza  
Profª Ma. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia  
Prof. Me. Javier Antonio Alborno – University of Miami and Miami Dade College  
Prof. Me. Jhonatan da Silva Lima – Universidade Federal do Pará  
Prof. Dr. José Carlos da Silva Mendes – Instituto de Psicologia Cognitiva, Desenvolvimento Humano e Social  
Prof. Me. Jose Elyton Batista dos Santos – Universidade Federal de Sergipe  
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 Drª Juliana Santana de Curcio – Universidade Federal de Goiás  
Profª Ma. Juliana Thaisa Rodrigues Pacheco – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Kamilly Souza do Vale – Núcleo de Pesquisas Fenomenológicas/UFPA  
Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia  
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. Liliãni Aparecida Sereno Fontes de Medeiros – Consórcio CEDERJ  
Profª Drª Lívia do Carmo Silva – Universidade Federal de Goiás  
Prof. Dr. 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. Maria Elanny Damasceno Silva – Universidade Federal do Ceará

Profª Ma. Marileila Marques Toledo – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri

Prof. Me. Ricardo Sérgio da Silva – Universidade Federal de Pernambuco

Profª Ma. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal

Prof. Me. Robson Lucas Soares da Silva – Universidade Federal da Paraíba

Prof. Me. Sebastião André Barbosa Junior – Universidade Federal Rural de Pernambuco

Profª Ma. Silene Ribeiro Miranda Barbosa – Consultoria Brasileira de Ensino, Pesquisa e Extensão

Profª Ma. Solange Aparecida de Souza Monteiro – Instituto Federal de São Paulo

Prof. Me. Tallys Newton Fernandes de Matos – Faculdade Regional Jaguaribana

Profª Ma. Thatianny Jasmine Castro Martins de Carvalho – Universidade Federal do Piauí

Prof. Me. Tiago Silvio Dedoné – Colégio ECEL Positivo

Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

**Editora Chefe:** Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira  
**Bibliotecária:** Janaina Ramos  
**Diagramação:** Camila Alves de Cremo  
**Correção:** Vanessa Mottin de Oliveira Batista  
**Edição de Arte:** Luiza Alves Batista  
**Revisão:** Os Autores  
**Organizador:** Edwaldo Costa

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)**

T255 Tecnologias e estéticas da comunicação no Brasil 2 /  
Organizador Edwaldo Costa. – Ponta Grossa - PR:  
Atena, 2020.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-5706-493-1

DOI 10.22533/at.ed.931202610

1. Tecnologia. 2. Estética. 3. Comunicação. I. Costa,  
Edwaldo (Organizador). II. Título.

CDD 302.23

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

**Atena Editora**

Ponta Grossa – Paraná – Brasil

Telefone: +55 (42) 3323-5493

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

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

## APRESENTAÇÃO

A constante inovação tecnológica tem produzido o ininterrupto avanço da estética comunicacional. Tal fato induz a reflexão sobre como uma age sobre a outra, como se interligam e como evoluem em conjunto.

Novos pensadores se debruçam sobre os inúmeros aspectos de técnicas que conectam à informação e à comunicação, refletindo sobre o aprimoramento, as vantagens e desvantagens decorrentes desta implexa e vasta gama de dados.

Essas reflexões podem ser encontradas na coleção Tecnologias e Estéticas da Comunicação no Brasil, que chega ao seu segundo volume.

Desta feita, são dezenove artigos, que abordam temas como a descaracterização da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) durante a gestão do presidente Michel Temer, a (Des)Informação na imprensa brasileira, até os memes, como ressignificação de discursos até então dominantes.

O marketing eleitoral, a partir da revolucionária campanha de Barak Obama à Presidência dos Estados Unidos, e o ensino da construção de documentários, são outros aspectos da comunicação social que são ofertados neste volume juntamente como temas que envolvem a engenharia didática da comunicação, narrativas jornalísticas, estéticas, linguagem simbólica, mídias, práticas socioculturais, migrantes venezuelanos, signos, estereótipos, cibercultura, tecnologias da informação, discursos ideológicos, transmídia, empoderamento, gênero entre outros.

Ampliar a noção de tecnologias e estéticas da comunicação no Brasil nos permite, também, conhecer e questionar novas fronteiras entre determinados conceitos tais, já que, nas práticas e teorias emergem o tempo todo. É a partir destas inquietações que buscamos compartilhar novas descobertas teóricas e práticas.

Edwaldo Costa

## SUMÁRIO

<b>CAPÍTULO 1</b> .....	<b>1</b>
A DESCARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO – EBC COM O FIM DO CONSELHO CURADOR	
Luciene Pazinato da Silva Vera Michalany Chaia	
<b>DOI 10.22533/at.ed.9312026101</b>	
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	<b>18</b>
A DONZELA ESTEREOTIPADA: UM ESTUDO DE RECEPÇÃO DO GRUPO <i>IRON MAIDEN</i> NOS PORTAIS G1 E R7	
Fábio Cruz Estevan Garcia	
<b>DOI 10.22533/at.ed.9312026102</b>	
<b>CAPÍTULO 3</b> .....	<b>32</b>
A ENGENHARIA DIDÁTICA NA COMUNICAÇÃO SOCIAL: APRESENTAÇÃO DE UM DISPOSITIVO PARA O ENSINO DO DOCUMENTÁRIO AUDIOVISUAL	
Gisele Maria Souza Barachati Thiago Vasquez Molina	
<b>DOI 10.22533/at.ed.9312026103</b>	
<b>CAPÍTULO 4</b> .....	<b>47</b>
XENOFOBIA CONTRA MIGRANTES E REFUGIADOS VENEZUELANOS ESTIMULADA PELA DESINFORMAÇÃO DA IMPRENSA NO BRASIL	
Edwaldo Costa Nilson Lage Suélen Keiko Hara Takahama	
<b>DOI 10.22533/at.ed.9312026104</b>	
<b>CAPÍTULO 5</b> .....	<b>59</b>
A NARRATIVA DO EU NO JORNALISMO DE CELEBRIDADES	
Rogério Pereira Borges Maria Ritha Ferreira da Paixão	
<b>DOI 10.22533/at.ed.9312026105</b>	
<b>CAPÍTULO 6</b> .....	<b>75</b>
ANGELUS NOVUS: CÉU SOBRE BERLIM - ERFARHRUNG X ERLEBNIS	
Ricardo Tsutomu Matsuzawa	
<b>DOI 10.22533/at.ed.9312026106</b>	
<b>CAPÍTULO 7</b> .....	<b>87</b>
AS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO NO CONTEXTO DAS CULTURAS POULARES: UM PROCESSO DE DEMOCRATIZAÇÃO OU DE ALIENAÇÃO?	
Fabiana Nogueira Chaves Maurício Pimentel Homem de Bittencourt	
<b>DOI 10.22533/at.ed.9312026107</b>	

<b>CAPÍTULO 8.....</b>	<b>96</b>
BEM-VINDO AO CLUBE: ANÁLISE DO POTENCIAL IDEOLÓGICO NO DISCURSO HARDCORE	
Samanta Cardoso Martins	
<b>DOI 10.22533/at.ed.9312026108</b>	
<b>CAPÍTULO 9.....</b>	<b>116</b>
CIBERCULTURA, AUTOMAÇÃO E BIG DATA: A EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA E SUAS CONSEQUÊNCIAS PARA A COMUNICAÇÃO E A SOCIEDADE	
Wallace Chermont Baldo	
<b>DOI 10.22533/at.ed.9312026109</b>	
<b>CAPÍTULO 10.....</b>	<b>129</b>
EMPODERAMENTO FEMININO: A MULHER NOS HQ'S CONTEMPORÂNEOS E OS MOVIMENTOS DE FÃS CONTRA A SEXUALIZAÇÃO DAS HEROÍNAS	
Fernanda Rodrigues de Menezes	
Ana Paula Bragaglia	
<b>DOI 10.22533/at.ed.93120261010</b>	
<b>CAPÍTULO 11.....</b>	<b>142</b>
DO RÁDIO À TRANSMÍDIA: A RELAÇÃO ENTRE A EVOLUÇÃO HISTÓRICA DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO PARA VALORIZAÇÃO DO GÊNERO SERTANEJO	
Rone Fabio Carvalho Junior	
Maria Sueli Ribeiro da Silva	
<b>DOI 10.22533/at.ed.93120261011</b>	
<b>CAPÍTULO 12.....</b>	<b>157</b>
JOGO DIGITAL E CIBERCULTURA. A COMUNICAÇÃO UBÍQUA DOS JOGADORES DE <i>INGRESS</i>	
Guaracy Carlos da Silveira	
Marcus Nudelman Trugilho	
<b>DOI 10.22533/at.ed.93120261012</b>	
<b>CAPÍTULO 13.....</b>	<b>175</b>
MEMES E CONTRACULTURA: A RECONFIGURAÇÃO DE NARRATIVAS HEGEMÔNICAS NA SEMIOSFERA	
Tássia Aguiar de Souza	
<b>DOI 10.22533/at.ed.93120261013</b>	
<b>CAPÍTULO 14.....</b>	<b>186</b>
O BARÁ BARÁ DA ALTA CULTURA, O BERÊ BERÊ DA BAIXA CULTURA COBERTURA DO GRUPO GLOBO SOBRE A MORTE DE CRISTIANO ARAÚJO	
Taissa Maia	
Yke Leon	
<b>DOI 10.22533/at.ed.93120261014</b>	

<b>CAPÍTULO 15.....</b>	<b>200</b>
OS MEMES DE INTERNET E O DEBATE SOBRE O ENSINO SUPERIOR NO BRASIL: UMA ANÁLISE A PARTIR DO DIAGRAMA DE LAWRENCE GROSSBERG	
Thiago de Assumpção Fernandes Barbosa	
<b>DOI 10.22533/at.ed.93120261015</b>	
<b>CAPÍTULO 16.....</b>	<b>214</b>
REPRESENTAÇÕES DE GÊNERO NA PUBLICIDADE DE BRINQUEDO PARA O DIA DAS CRIANÇAS	
Patrícia Oliveira de Freitas	
<b>DOI 10.22533/at.ed.93120261016</b>	
<b>CAPÍTULO 17.....</b>	<b>227</b>
YES WE CAN: COMO BARACK OBAMA REVOLUCIONOU SUA CAMPANHA ATRAVÉS DO MARKETING ELEITORAL ONLINE	
Yara Therezinha de Almeida Lozano	
Eliane Ribeiro Costa	
<b>DOI 10.22533/at.ed.93120261017</b>	
<b>CAPÍTULO 18.....</b>	<b>235</b>
DRIBLANDO O PADRÃO FIFA: O PROTESTO DO GRUPO PUSSY RIOT NA FINAL DA COPA DO MUNDO 2018 NO INSTAGRAM STORIES	
Lucas Rocha	
<b>DOI 10.22533/at.ed.93120261018</b>	
<b>CAPÍTULO 19.....</b>	<b>247</b>
ALGUNS USOS DAS TECNOLOGIAS DA COMUNICAÇÃO POR MIGRANTES E REFUGIADOS EM CURITIBA, BRASIL	
Álvaro Maximiliano Pino Coviello	
Elisabetta Gola	
<b>DOI 10.22533/at.ed.93120261019</b>	
<b>SOBRE O ORGANIZADOR.....</b>	<b>259</b>
<b>ÍNDICE REMISSIVO.....</b>	<b>260</b>

# CAPÍTULO 7

## AS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO NO CONTEXTO DAS CULTURAS POULARES: UM PROCESSO DE DEMOCRATIZAÇÃO OU DE ALIENAÇÃO?

Data de aceite: 01/10/2020

Data de submissão: 11/07/2020

**Fabiana Nogueira Chaves**

Universidade Federal do Acre

Rio Branco – Acre

<http://lattes.cnpq.br/5626686116412905>

**Maurício Pimentel Homem de Bittencourt**

Universidade Federal do Acre

Rio Branco – Acre

<http://lattes.cnpq.br/1737788955086006>

**RESUMO:** Pretende-se uma análise das relações das culturas populares subalternas com as novas tecnologias da informação e da comunicação (TICs). O trabalho traz reflexões teóricas sobre a forma comunicativa específica dessas culturas subalternas, tendo em vista que as TICs trazem em si a ideologia das estruturas do poder hegemônico. Dada a característica contra-hegemônica das culturas populares, questiona-se a aparente democratização proporcionada pelas TICs. Para isso, analisa-se o fenômeno da sociedade midiaticizada e a questão da popularização digital, investigando a forma dual de associação das TICs com as culturas populares e o turismo: as novas tecnologias podem proporcionar emancipação ou alienação.

**PALAVRAS-CHAVE:** Culturas populares; Novas tecnologias da informação e da comunicação; Mídia; Turismo.

### INFORMATION TECHNOLOGIES IN THE CONTEXT OF POPULAR CULTURES: A DEMOCRATIZATION OR ALIENATION PROCESS?

**ABSTRACT:** This article intends to analyze the relations between popular subaltern cultures and the new information and communication technologies (ICTs). The work brings theoretical reflections on the specific communicative form of these subordinate cultures, considering that the ICTs bring, in themselves, the ideology of the structures of hegemonic power. Given the counter-hegemonic characteristic of popular cultures, the apparent democratization provided by ICTs is questioned, since, in ideological terms, they are located in opposite field. This way, the phenomenon of mediatized society and the issue of digital popularization are analyzed, investigating the dual form of association of ICTs with popular cultures and tourism: new technologies can provide an emancipatory or alienating character.

**KEYWORDS:** Popular cultures; New information and communication technologies; Media; Tourism.

### 1 | INTRODUÇÃO

Torna-se cada vez mais visível a influência das tecnologias da informação e da comunicação (TICs) na organização da vida social. Devido a esse fenômeno relativamente novo, impulsionado principalmente pela popularização da Internet e dos *smartphones*, são inúmeras as teorias que surgem para

exaltar a utilização de tais tecnologias na melhoria e na solução das mais diversas demandas sociais. Exemplo de uma grande mudança que vem ocorrendo devido à associação dessas tecnologias à educação é o ferver de cursos de graduação e especialização à distância: aulas gravadas em vídeo, apostilas online que podem ser acessadas a qualquer momento pelo *smartphone*, salas virtuais de discussão.

Podem-se citar ainda as facilidades trazidas à mídia alternativa e à formação de redes que buscam a democratização da comunicação e a inclusão digital. Além disso, hoje, qualquer um pode ter um canal no *Youtube*, produzir e divulgar vídeos sobre qualquer assunto. Os *youtubers* tornaram-se um verdadeiro sucesso entre crianças e adolescentes. *Smartphones* transformaram-se em brinquedos infantis, com jogos online constantemente atualizados, prendendo a atenção das crianças por várias horas.

Muito se discute sobre tais fenômenos. Psicólogos, jornalistas, pedagogos, cada um na sua área, vêm analisando as causas e os efeitos das novas tecnologias da informação e da comunicação no espaço e no ser social. Porém, muito pouco foi escrito ou estudado sobre as influências das TICs nas culturas populares subalternas, nas suas manifestações e suas influências sobre o sujeito dessas manifestações. Não que essa temática se exclua de temas como a educação à distância, inclusão digital e democratização da comunicação, mas as perpassa e vai além. É necessário não somente ver nas TICs uma mediação salvadora, mas analisar, anteriormente às possibilidades técnicas, as formas como essas tecnologias são utilizadas, e, por meio disto, estudar suas potencialidades. Como ponto de partida, ressalta-se que não existe tecnologia sem ideologia.

As transformações tecnológicas da informação mostram-se francamente conservadoras das velhas estruturas de poder, embora possam aqui e ali agilizar o que, dentro dos parâmetros liberais, se chamaria de "democratização". (SODRÉ, 2008, p. 12-13)

É necessário situar as tecnologias dentro de um padrão capitalista de mercado, onde existem finalidades a serem alcançadas, tanto relacionadas à sua venda, como produtos (*tablets*, *notebooks*, *smartphones*), bem como ao tipo de conteúdo específico vinculado a seu uso. Assim, essa nova indústria e seus conteúdos tornam-se importantes objetos de estudo para entender as novas configurações da Sociedade da Informação e os impactos produzidos por ela. Para isso, é importante lembrar que "é grande a diversidade das modalidades pelas quais, há pelo menos um século e meio, a cultura e a informação são o lugar de uma produção-distribuição industrial" (MIÈGE, 2007, p.32). Esse antigo fenômeno segue por novos meandros. Neste trabalho, procura-se estudar as articulações com as culturas populares subalternas e suas manifestações. Pretende-se discutir as TICs não somente como uma via de possibilidades emancipadoras, mas atrelando-

as a esse “lugar de uma produção-distribuição industrial” que permeia toda criação e uso das tecnologias da comunicação.

## 2 I INDÚSTRIA CULTURAL, TURISMO E CULTURA POPULAR

Antes de iniciar uma discussão sobre tecnologias da informação e da comunicação e seu duplo enraizamento social no âmbito das manifestações populares e na cultura popular como um todo, é necessário diferenciar a cultura popular subalterna da indústria cultural. Não que a primeira esteja totalmente separada da segunda, mas diferenciam-se no sentido da formação social criativa.

Adorno (1978) afirma que na indústria cultural a cultura é produzida como mercadoria. Ela apresenta as características de um produto meramente comercial, descontextualizado e desterritorializado, tem preço, mercado, e, por fim, torna-se descartável. Já as culturas populares subalternas realizam-se na pluralidade, possuindo caráter emancipador. “O popular subalterno seria então aquela produção cultural que apresenta uma concepção particular do mundo e da vida, refletindo o caráter coletivo dos processos, manifestações e bens do próprio povo” (FERREIRA, 2006, p.108-109). A cultura popular surge espontaneamente, como manifestação cotidiana de setores subalternos da sociedade.

Culturas populares se constituem por um processo de apropriação desigual dos bens econômicos e culturais de uma nação ou etnia, por parte dos seus setores subalternos, e pela compreensão, reprodução e transformação real e simbólica das condições gerais e específicas do trabalho e da vida. (CANCLINI, 1995, p.12)

Entre a cultura popular e a cultura produzida para o mercado existem ainda importantes diferenças no que concerne a expressão e formação. Destaca-se como um dos principais instrumentos das culturas populares subalternas a criação de seus próprios meios de comunicação.

A cultura popular subalterna se expressa no dia-a-dia, na vida cotidiana. Se entender a cultura como o conjunto de processos simbólicos através dos quais se compreende, reproduz e transforma a estrutura social, como afirma Canclini, fundamentando-se em Gramsci, pode-se considerar que a cultura subalterna é construída no espaço e no tempo da cotidianidade das classes subalternas, nas suas condições de luta pela vida, através dos processos de adaptação e resignificação dos quadros dados pelo sistema, tendo como principais instrumentos os seus próprios meios de comunicação. (FERREIRA, 2006, p.110)

Considerar o conceito de hegemonia no sistema capitalista de classes é imprescindível para entender a relação de conflito entre as classes subalternas e a classe hegemônica. Não que as culturas populares subalternas localizem-se fora do

plano massificador do sistema (pois são fundadas em sua base e se articulam em suas estruturas), mas pode-se ainda considerá-las uma possibilidade de resistência ao hegemônico e ao massivo. Dentro da definição das principais características da cultura popular subalterna, podemos entender suas especificidades e importância frente à indústria cultural. Mas, tendo feito isso, é necessário atentar para um fenômeno recente de englobamento da cultura popular pelo mercado.

Assim, a transformação de manifestações culturais populares em produtos não se dá apenas por meio de seu englobamento pela indústria cultural midiática, mas também por sua associação com a indústria cultural do turismo. “A mídia e o mercado de turismo são fortes armas da cultura hegemônica, que a todo tempo tentam englobar as formas populares resistentes em seus domínios, de forma a obter controle e lucro através delas” (CHAVES, 2011, p. 42). Não se pode negar a influência das novas tecnologias da informação e da comunicação nesse aspecto. Temos assistido uma gradativa transformação das manifestações de sentido identitário em espetáculo, tanto pela e para a mídia, quanto para fins turísticos.

Esse processo, que segue a regras de mercado, dá origem aos “processos de enculturação: a transformação do sentido de tempo que, abolindo o cíclico, impõe o linear, centrado sobre a produção, a transformação do saber e seus modos de transmissão” (MARTÍN-BARBERO, 1997, p.45). A lógica industrial não é compatível com a temporalidade das culturas populares; dessa maneira, a primeira acaba por se impor à segunda, tornando sua coexistência impossível.

O sentido do tempo nas culturas populares será bloqueado por dispositivos convergentes: o que de-forma as festas e o que as desloca, situando na produção o novo eixo de organização da temporalidade social. A *deformação* opera pela transformação da festa em espetáculo: algo que já não é para ser vivido, mas visto e admirado. (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 131)

Assim, a indústria cultural, a mídia e o turismo predatório andam de mãos dadas, dando-se suporte mutuamente, produzindo deformações que viabilizam a produção para o mercado.

O turismo incentivado pela mídia, dentro do sistema econômico moderno, estimulador de descaracterizações, só é possível através da expropriação e exploração da natureza e das sociedades locais, obedecendo a um ritmo muitas vezes imposto pelos visitantes, onde os interesses estão no consumo final, nos atrativos, e não na experiência do caminho. Os olhares são rápidos, consumidores de paisagens, e não-interativos. Muito deste atual quadro de consumo se deve ao incentivo midiático do predatório. A indústria turística, tal como está atualmente, é um dos principais frutos do neoliberalismo e da globalização e se alimenta, principalmente, da expansão do sistema de comunicação, que instiga um padrão para consumir, uma fórmula básica que “ensina” a cultura do outro de forma etnocêntrica

e simplista, ligada unicamente ao lazer de quem consome. (CHAVES, 2011, p.53)

Desse modo, as tecnologias da informação e comunicação não seriam apenas aparatos mercadológicos a serviço de um englobamento cultural? Para responder a este e a outros questionamentos é necessário aprofundar-se em uma abordagem crítica.

### 3 I AS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E DA COMUNICAÇÃO

Com a popularização da Internet por meio do uso de tablets e smartphones, que transformou o ambiente da web em um ambiente móvel, ampliou-se o leque de ações e de redes existentes. No Brasil o uso do celular para acessar a internet cresceu muito. Os aparelhos são o principal meio de acesso à rede no país, usados por quase todos os brasileiros. As informações são da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - Tecnologia da Informação e Comunicação (PNAD Contínua TIC), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Até o ano de 2019, três em cada quatro brasileiros tinham acesso à internet e, entre eles, o celular era o equipamento mais usado. Entre 2017 e 2018, o percentual de pessoas de 10 anos ou mais que acessaram a internet pelo celular passou de 97% para 98,1%. O aparelho é usado tanto na área rural, por 97,9% daqueles que acessam a internet, quanto nas cidades, por 98,1%. Mas o que essa conexão possibilita? Ela possibilita espaços criativos ou apenas insere mais indivíduos em um espaço hipermediático pré-moldado? Não se pode negar que na *web* o ambiente é “um ambiente diferente dos tradicionais meios de comunicação de massa ou comunitários de natureza analógica, que em geral são formados por suportes palpáveis (impresso) ou efêmeros (ondas eletromagnéticas)” (CABRAL, 2006, p.52).

Ao mesmo tempo, não se pode confundir inovação tecnológica com inovação de conteúdo. Estamos constantemente confundindo o suporte e a mensagem, forma e conteúdo. Cabral (2005), no artigo “Apropriação Social das TICs: para afirmar a Comunicação como Direito Humano” defende que essas tecnologias possuem um grande potencial, também, para a efetivação da democratização da comunicação. Assim como Cabral, vários outros pensadores vêm disseminando ideias sobre o potencial transformador das TICs e esquecendo-se de uma questão muito importante: a forma como a cultura popular se apropria das TICs e a forma como esta insere-se naquela.

Considerando a Internet como uma possibilidade criativa, Felice (2008) afirma que a rede constitui uma nova forma de habitar; que nós habitamos a rede e, portanto, ela não poderia ser considerada estritamente como um meio de comunicação. Para ele, é formada uma sociedade dentro da sociedade. Uma sociedade criada a partir

de nossa sociedade não produziria, mesmo que de diferente forma organizacional e técnica, as mesmas mazelas e exclusões? E a questão da rede entre as mídias, não produziria efeito nenhum sobre a Internet e seus conteúdos? A reprodução do que vemos em uma mídia e em outra é constante. A novela, por exemplo, pauta matérias jornalísticas, vídeos na Internet e transforma-se em assunto de grupos de discussão. A rede entre as mídias está cada dia mais forte, provocando inovações de umas pelas outras, sempre na forma e não no conteúdo.

Uma mesma informação passa de mídia a mídia, repetindo-se com algumas variações na aparência. É a cultura dos eventos em oposição aos processos. Cultura do descontínuo, do esquecimento, de aparições meteóricas em oposição aos contextos mais amplos e a profundidade analítica. Quando absorvida pela mídia, qualquer coisa, seja lá o que for, passa a ter caráter volátil. (SANTAELLA, 1992, p.57)

A Internet é a mídia que mais difunde informações em rede, a principal delas. Segundo Leão (2001), a Internet é uma hipermídia que se apresenta ao usuário em forma de labirintos. Ela possibilita diversos percursos e caminhos para a informação de forma desterritorializada. Os percursos são os mais variados, as formas mudam, porém, os conteúdos são os mesmos, podendo apenas ser alterada a ordem da leitura.

Neste sentido, ressalta-se um antagonismo entre as culturas populares subalternas e a as tecnologias da informação e da comunicação: a territorialidade é uma das principais características das culturas populares subalternas. Ao desterritorializar uma manifestação cultural, destruimo-la, pois perde-se o caráter identitário de comunidade. Como seria possível, então, a existência dessas culturas dentro da rede, por meio dessas tecnologias? A partir do momento em que fogem a seu contexto e sua tradição, deixam de ser manifestações culturais para tornarem-se mercado ou produto turístico e midiático.

A Internet possibilita várias formas eficazes e baratas de transmissão de informação, propicia a implementação de diversas redes de comunicação entre pessoas por meio de aplicativos etc. Ainda assim, trata-se de uma mídia, funcionando segundo a lógica midiática, a qual, segundo Canclini (2003), é uma lógica coerente com o poder hegemônico – o que colocaria a Internet num campo ideologicamente oposto ao das culturas populares subalternas.

Do ponto de vista da sofisticação de oferta e ampliação do consumo cultural, houve avanços vertiginosos nas duas últimas décadas: o rádio e a televisão entraram em mais de 90% dos lares, teve-se acesso, por meio de cabos, internet e da proliferação de empresas e serviços transnacionais, a uma riqueza de informação e entretenimento nunca vista. Mas este modo de nos integrarmos à globalização acarreta a entrega dos recursos culturais e a depressão da capacidade de

Considerando a forma como as manifestações culturais populares vêm sendo atacadas pelo turismo predatório e pela massificação simplista da mídia como um todo, as TICs não têm representado mudanças significativas no sentido de evitar a alienação.

As matérias rápidas consumidas nos portais da Internet são, muitas vezes, uma abreviação da massificação televisiva. A Internet tem suas vantagens, proporcionando que todos sejamos emissores e receptores, a partir de uma interatividade que as outras mídias não possuem, mas emissores e receptores de que? Nas telas dos *smartphones*, imperam os aplicativos que facilitam as conversas interpessoais e em grupo, além do recebimento de notícias. Eles inovam na forma, mas não no conteúdo.

Ressalta-se o que Ferrari afirma sobre o Monopólio das *Big Media* na Internet: “a partir de 2001 o conteúdo dos *websites* foi gradualmente reduzido, até ser fornecido por um número restrito de fontes. Toda a Internet sofreu um retrocesso” (2012, p.101). Segundo a autora, Folha, Grupo Abril e Organizações Globo também imperam no mundo da *Web*, acompanhados apenas de alguns novos grandes portais, confirmando a hipótese de que Internet e culturas populares estão em campos ideologicamente opostos. Para as classes subalternas que geram essas culturas, é necessário apossar-se das novas tecnologias, sim, garantir acesso e meios para o seu uso; porém, não se pode ingenuamente acreditar que as técnicas resolverão problemas sociais e educacionais por meio de sua simples utilização.

#### 4 | CONCLUSÃO

O popular subalterno é aquela “produção cultural que apresenta uma concepção particular do mundo e da vida, refletindo o caráter coletivo dos processos, manifestações e bens do próprio povo” (FERREIRA, 2001, p. 13). Essa concepção particular só se faz possível quando indivíduos apropriam-se de sua identidade coletivamente, por meio da criação e da memória coletiva. Assim, as novas tecnologias da informação e comunicação, em si, nada podem contribuir para a afirmação de identidades culturais populares. Elas apenas podem facilitar a comunicação entre indivíduos ou grupos que participem de processos emancipatórios já existentes, sem nenhuma especificidade a mais no que concerne à natureza dessas mídias. As tecnologias podem facilitar a comunicação e a propagação tanto de mensagens que busquem a preservação de uma identidade, quanto de mensagens que tratem as culturas populares subalternas como mercadoria e busquem sua inclusão no universo de produtos vendáveis. A questão não está nas tecnologias em si, mas na formação crítica dos cidadãos que fazem seu uso.

Apesar de seu caráter multiplicador de emissores e receptores, não podemos esquecer que as TICs foram criadas dentro e para um sistema de mercado, o mesmo sistema que rege as relações econômicas e afeta diretamente a organização social. As culturas populares ganham, por meio das mídias, no geral, um cunho de evento comercial que tenta transformá-las em padrão para serem consumidas. A Internet, principalmente a Internet móvel, apenas trouxe novas formas de fazer isso acontecer.

Outro ponto a ser apresentado relaciona-se com a nova organização da sociedade em torno dos dispositivos eletrônicos. Nessa organização em que todos tornam-se espectadores pelas telas de seus *smartphones*, na qual os jogos e redes sociais exaltam o simulacro, não há lugar para a tradição. Essa nova ordem impera em todos os espaços sociais. A conexão desterritorializada e atemporal favorece o surgimento de indivíduos culturalmente passivos, diminuindo o potencial de atuação em grupos sociais – essencial para as criações culturais populares.

Desse modo, as TICs não estão aí para resolver problemas e propiciar democratização; são apenas novas ferramentas midiáticas imbuídas de ideologia mercadológica. É necessário entendê-las dentro de uma rede de mídias, podendo possuir caráter emancipador ou alienante. Desta forma, a pesquisa científica deve manter-se focada no conteúdo, pois é por meio deste que se efetivam as mudanças. Restringir a discussão acadêmica a novas técnicas e suportes tecnológicos mantém o foco em questões superficiais, servindo somente para reforçar o poder hegemônico vigente.

## REFERÊNCIAS

ADORNO, T.W. A indústria cultural. In: Cohn, G. (Org.). **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo: Nacional, 1978.

CABRAL, A. Apropriação Social das TICs: para afirmar a Comunicação como Direito Humano. In: INTERCOM, XXVIII, 2005, Rio de Janeiro. **Apropriação Social das TICs: para afirmar a Comunicação como Direito Humano**. Rio de Janeiro: UERJ, 2005. v. 28. p. 1-15.

\_\_\_\_\_. Webcomunicação: a comunicação pensada a partir da Web. **Rastros**, v. 7, p. 25-56, 2006.

CANCLINI, N. G. **As Culturas Populares no Capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

\_\_\_\_\_. **A Globalização Imaginada**. São Paulo: Iluminuras, 2003.

CHAVES, F. N. As Festas Populares e o Contexto Midiático: Lavras Novas e o futuro de sua identidade cultural. 2011. 142 f. Dissertação em Ciências da Comunicação – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

FERRARI, P. **Hipertexto Hipermissão**: as novas ferramentas da comunicação digital. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2012.

FELICE, M. D. **Do público para as redes**. São Paulo: Difusão, 2008.

FERREIRA, M. N. Comunicação, resistência e cidadania: as festas populares. **Comunicação e Política**, v. 24, p. 61-71, 2006.

\_\_\_\_\_. **As Festas Populares na Expansão do Turismo: a experiência italiana**. São Paulo: Arte&Ciência, 2001. 111 p.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - Tecnologia da Informação e Comunicação (PNAD Contínua TIC) 2018. [S.l.]: [S. ed.], 2020. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/27515-pnad-continua-tic-2018-internet-chega-a-79-1-dos-domicilios-do-pais>>. Acesso em 10 jul. 2019.

LEÃO, L. **O Labirinto da Hipermissão**. 2.ed. São Paulo: Iluminuras, 2001.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MIÈGE, B. **O Pensamento Comunicacional**. Petrópolis: Vozes, 2000.

\_\_\_\_\_. As indústrias culturais e midiáticas: uma abordagem sócio-econômica. **Matrizes**, no. 1, p. 41-54, 2007.

MORAES, D. A tirania do fugaz: mercantilização cultural e saturação midiática. In: **Sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006, p. 33-50.

SANTAELLA, L. **Cultura das Mídias**, 3. ed. São Paulo: Experimento, 2000.

SODRÉ, M. **Antropológica do espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. 3.ed. Petrópolis (RJ): Vozes, 2008.

## ÍNDICE REMISSIVO

### A

Agência Brasil 3, 4

### B

Big data 116, 117, 122, 124, 125, 127, 128

### C

Ciberativismo 129

Cibercultura 116, 117, 119, 121, 126, 127, 128, 155, 157, 158, 159, 160, 171, 172, 173

Comunicação 2, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 21, 22, 23, 28, 30, 31, 32, 33, 34, 36, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 47, 59, 60, 61, 63, 66, 67, 72, 74, 75, 80, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 119, 131, 133, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 151, 152, 153, 154, 155, 157, 158, 160, 161, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 176, 178, 179, 180, 185, 187, 192, 197, 198, 199, 200, 202, 203, 213, 214, 215, 224, 225, 226, 228, 229, 230, 231, 233, 236, 237, 238, 239, 240, 245, 246, 247, 248, 249, 256, 257, 259

Comunicação organizacional 116, 117

Comunicação política 1, 98

Comunicação pública 1, 2, 3, 4, 5, 7, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17

Comunicação social 3, 9, 11, 13, 14, 31, 32, 33, 36, 39, 40, 42, 44, 140, 161, 171, 185, 199, 225, 259

Comunicação ubíqua 157, 173

Cristiano Araújo 186, 187, 188, 189, 190, 192, 193, 197, 198

Culturas populares 87, 88, 89, 90, 92, 93, 94

### D

Documentário audiovisual 32, 33, 35, 37, 38, 40, 42, 43, 46

### E

Educação superior 200, 209, 210

Empresa Brasil de comunicação 1, 2, 3, 4, 5, 15, 16

Engajamento 200, 202, 203, 208, 209, 210, 212, 233

Erfahrung 75, 76, 81, 82, 85

Erlebnis 75, 76, 81, 82, 85

Estéticas da comunicação 2

Estéticas da comunicação no Brasil 2

Estratégia 16, 104, 109, 110, 111, 166, 188, 193, 198, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 236

Estratégias de comunicação 23, 117, 158, 167, 171

Estudo de recepção 18, 24

Extra 9, 148, 186, 187, 190, 191, 192, 193, 197

## **F**

Fake News 227, 228

Feminismo 129, 131, 134, 241

## **H**

HQ's 129, 133, 135

## **I**

Interacionismo 32, 33, 39, 44, 63

## **J**

Jornalismo 4, 9, 19, 20, 30, 31, 37, 49, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 144, 186, 213, 252, 259

## **L**

Linguística aplicada 32, 33, 39, 42, 46

## **M**

marketing digital 227, 228, 229, 231

Marketing eleitoral 227, 228, 229, 230, 234

Memes de internet 200, 202, 203, 207, 208, 210, 212

Memória 16, 78, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 93, 148, 154, 175, 176, 177, 182, 184

Mídia e política 147

Migrantes e refugiados venezuelanos 47, 48, 52, 54, 56

Música sertaneja 144, 145, 146, 147, 148, 149, 151, 153, 154, 186, 193, 195

## **N**

Narrativa noticiosa 59

Noticiabilidade 59, 60, 63, 64, 69, 72, 186, 197

## **O**

O Globo 141, 179, 186, 187, 190, 191, 192, 193, 197

## **P**

Pierre Bourdieu 186, 187, 192, 197, 199

Política 1, 8, 9, 66, 74, 79, 85, 95, 98, 105, 106, 107, 108, 140, 145, 147, 175, 176, 177, 179, 181, 185, 200, 201, 202, 203, 206, 207, 208, 210, 211, 212, 213, 227, 228, 229, 231, 233, 244, 245, 251

Produção audiovisual 32, 33, 36

Publicidade 6, 65, 140, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 232

## **R**

Rádio MEC FM 4

Representação de gênero 226

## **S**

Semiosfera 175, 176, 177, 181, 185

Sexismo 129

Sociodiscursivo 32, 33, 39, 44

## **T**

Tecnologias 2, 60, 71, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 97, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 125, 126, 127, 145, 146, 150, 155, 161, 162, 163, 173, 185, 195, 201, 206, 207, 208, 214, 238, 247, 248, 249, 256, 257

Televisão 4, 10, 19, 20, 28, 62, 76, 92, 142, 143, 144, 146, 147, 148, 149, 151, 152, 153, 155, 179, 187, 189, 190, 199, 214, 215, 216, 217, 221, 222, 224, 225, 226, 229, 238

Transmídia 142, 143, 151, 152, 153

TV Brasil 3, 5, 7, 8, 9, 13, 17

TV NBR 4

## **W**

Walter Benjamin 75, 79, 80, 176, 177, 196

Wim Wenders 75, 76, 77, 78, 86

# Tecnologias e Estéticas da Comunicação no Brasil 2

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

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

[@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora) 

[www.facebook.com/atenaeditora.com.br](https://www.facebook.com/atenaeditora.com.br) 

# Tecnologias e Estéticas da Comunicação no Brasil 2

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

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

[@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora) 

[www.facebook.com/atenaeditora.com.br](https://www.facebook.com/atenaeditora.com.br) 