

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 Cremo

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 Albornoz – 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. Liliani 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

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

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

CAPÍTULO 8.....	96
BEM-VINDO AO CLUBE: ANÁLISE DO POTENCIAL IDEOLÓGICO NO DISCURSO HARDCORE	
Samanta Cardoso Martins	
DOI 10.22533/at.ed.9312026108	
CAPÍTULO 9.....	116
CIBERCULTURA, AUTOMAÇÃO E BIG DATA: A EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA E SUAS CONSEQUÊNCIAS PARA A COMUNICAÇÃO E A SOCIEDADE	
Wallace Chermont Baldo	
DOI 10.22533/at.ed.9312026109	
CAPÍTULO 10.....	129
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	
DOI 10.22533/at.ed.93120261010	
CAPÍTULO 11.....	142
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	
DOI 10.22533/at.ed.93120261011	
CAPÍTULO 12.....	157
JOGO DIGITAL E CIBERCULTURA. A COMUNICAÇÃO UBÍQUA DOS JOGADORES DE <i>INGRESS</i>	
Guaracy Carlos da Silveira	
Marcus Nudelman Trugilho	
DOI 10.22533/at.ed.93120261012	
CAPÍTULO 13.....	175
MEMES E CONTRACULTURA: A RECONFIGURAÇÃO DE NARRATIVAS HEGEMÔNICAS NA SEMIOSFERA	
Tássia Aguiar de Souza	
DOI 10.22533/at.ed.93120261013	
CAPÍTULO 14.....	186
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	
DOI 10.22533/at.ed.93120261014	

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

CAPÍTULO 11

DO RÁDIO À TRANSMÍDIA: A RELAÇÃO ENTRE A EVOLUÇÃO HISTÓRICA DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO PARA VALORIZAÇÃO DO GÊNERO SERTANEJO

Data de aceite: 01/10/2020

Data de submissão: 24/07/2020

Rone Fabio Carvalho Junior

Centro Universitário de Rio Preto (UNIRP)
São José do Rio Preto, São Paulo
<http://lattes.cnpq.br/1174857364785187>

Maria Sueli Ribeiro da Silva

Centro Universitário de Rio Preto (UNIRP)
São José do Rio Preto, São Paulo
<http://lattes.cnpq.br/2945190522274749>

Trabalho apresentado no 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado na Universidade Positivo, de Curitiba, Paraná (PR), de 4 a 9 de setembro de 2019.

RESUMO: O século XX foi marcado por grandes transformações no campo midiático brasileiro, a chegada do rádio em 1922, propiciou que novas tendências culturais fossem valorizadas através do veículo comunicacional. Em meio a esse processo de mudanças, um novo gênero musical se consolidou com o apoio da mídia na sociedade brasileira. O gênero sertanejo, desde sua primeira música gravada em 1929, teve nas mídias (rádio, televisão e internet) sua força de divulgação, tanto que cada fase do gênero (música-raiz, sertanejo e sertanejo universitário) se evidencia de acordo com a força que cada meio de comunicação se consolidou na sociedade. Perante esse retrospecto e com base

em uma pesquisa exploratória, foi analisada a relação que cada mídia desempenha sobre a consolidação do gênero musical tipicamente brasileiro, de modo a mostrar como os meios de comunicação desempenham influências no sucesso do sertanejo no Brasil.

PALAVRAS-CHAVE: Mídia; Rádio; Televisão; Transmídia.

FROM RADIO TO TRANSMEDIA: THE RELATIONSHIP BETWEEN THE HISTORICAL EVOLUTION OF THE MEDIA FOR THE EVOLUTION THE SERTANEJO GENDER

ABSTRACT: The twentieth century was marked by major changes in the Brazilian media field, the arrival of radio in 1922, allowed new cultural trends to be valued through the communicational vehicle. In the midst of this process of change, a new musical genre was consolidated with the support of the media in Brazilian society. The backcountry genre, since its first recorded music in 1929, had its dissemination strength in the media (radio, television and internet), so much so that each phase of the genre (root music, backcountry and university backcountry) is evident according to the strength that each means of communication has consolidated itself in society. In view of this retrospective and based on exploratory research, the relationship that each media plays on the consolidation of the typically Brazilian musical genre was analyzed, in order to show how the media play an influence on the success of the sertanejo in Brazil.

KEYWORDS: Media; Radio; Tv; Transmedia.

INTRODUÇÃO

Da música do homem do campo ao gênero musical de grandes festivais brasileiros, é assim que o gênero sertanejo vem construindo sua história ao decorrer dos últimos anos. Da primeira gravação do gênero, intitulada *Jorginho do Sertão*, de Cornélio Pires aos cantores universitários, que depois de ganharem as repúblicas nas universidades começaram a cantar em grandes festas agropecuárias e musicais do país (ANTUNES, 2012).

O gênero sertanejo, desde a colonização brasileira, apresenta vestígios de sua história cultural no país, a grande pioneira nesse enredo é a viola, utilizada para catequização dos indígenas que viviam em território brasileiro no século XVI (VILELA, 2017).

Esse instrumento, ao passar dos anos, ganhou grande destaque com os tropeiros que a utilizavam nas trilhas no interior do Brasil, desbravando terras e levando a cultura do violeiro para regiões remotas do país. Foi dessa forma, que territórios do sudeste (São Paulo e Minas Gerais), centro-oeste (Mato-Grosso, Mato-Grosso do Sul) e até mesmo o sul (com o Paraná) se destacaram com a cultura sertaneja sobre outros estados do país, solidificando, nesse destaque, o número de cantores do gênero sertanejo revelados por cada um desses estados. Contudo, conforme Magnoni (2013, p. 5) “o rádio foi o primeiro veículo de comunicação eletrônico de massa”, fortalecendo mensagens, que até então eram restritas ao impresso e concedendo agilidade ao instante da notícia, além de tornar possível o ao vivo. Dessa forma, o novo veículo trouxe uma característica primordial para os outros veículos comunicacionais da linha sucessória (como a televisão e a internet), que foi a de atingir um grande público a partir de um mesmo aparelho receptor.

Nessa relação de cumplicidade entre público e os novatos artistas radiofônicos, a mensagem repassada através da voz, conseguiu ter um alcance muito maior, além de possibilitar inovações a qualquer momento do dia, diferentemente do jornal impresso, que restringia suas notícias para o horário da manhã (distinto dos dias atuais, onde a informação do impresso é atualizada, a todo o momento, nos portais *on-line*).

Entretanto, com o tempo essas inovações tecnológicas chegaram ao mercado e um novo meio de comunicação começou a ganhar a casa dos brasileiros: a televisão.

A chegada da televisão no Brasil é datada da década de 1950, a partir do pioneirismo de Assis Chateaubriand, que fundou a primeira emissora do país e reuniu o dinamismo da voz radiofônica com o audiovisual. Como o rádio, na década de 1970, o veículo televisivo também cresceu e começou a viver sua época de ouro. Depois foi a vez da internet e a chegada da narrativa transmídia, muito utilizada em

projetos voltados à música sertaneja.

Para percorrer essa trajetória, na relação mídia e cultura sertaneja, esse trabalho utilizou uma pesquisa qualitativa, de cunho exploratório, sendo feito um levantamento bibliográfico, com o intuito de demonstrar a relação dos meios de comunicação na construção de cada uma das fases do gênero musical sertanejo, a partir do discurso dos cantores.

Concluindo, com a relação de cada fase do gênero sertanejo à época de sucesso de cada mídia, observando as características sociais e culturais, de acordo o padrão da sociedade.

DO RÁDIO À INTERNET

A Revolução Industrial, iniciada no século XVIII, na Inglaterra, tornou-se reflexo de grandes mudanças perante a comunicação mundial, revolucionando técnicas comunicacionais e desenvolvendo novos veículos de difusão das mensagens.

Se no século XIX, a fotografia e o jornalismo impresso eram grandes evoluções do meio, no século seguinte, o surgimento do rádio, da televisão e internet deu um grande salto no que, até então, era tecnologia de última geração, tornando possível a propagação de mensagens e que a mídia ganhasse caráter amplo na sociedade.

Um dos meios de comunicação que cresceu amplamente, em junção a esse processo, foi o rádio e, paralelamente a este, os gêneros musicais.

O rádio teve seu surgimento no Brasil, no ano de 1922, a partir de testes realizados no Rio de Janeiro, em comemoração ao centenário da independência (MAGNONI, 2013).

Para Calabre (2003, p. 2) por ser “o primeiro meio de comunicação a atingir a massa brasileira, o rádio gerou uma maior proximidade entre o público e o artista”. Tanto que, nesse período, novos cantores surgiram justamente no veículo de comunicação, ajudando na popularidade artística dos profissionais radiofônicos.

A música como produto de consumo se expandiu, consideravelmente, no Brasil, em 1922, com a chegada do rádio. Em pouco tempo, vários receptores já existiam em todo o Brasil. A partir desse momento, o rádio era o principal veículo para os músicos e artistas que se apresentavam em estúdio [...] Com talento para a linguagem radiofônica e criando tipos populares, esses artistas fidelizavam os ouvintes à rádio estabelecendo, assim, a conexão para um mercado consumidor que chegaria a outros formatos de mídia nos anos seguintes (FRANCHI, 2015, p. 2).

O surgimento da primeira emissora brasileira radiofônica, em 1923, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, concretizou uma nova era perante os meios de comunicação do Brasil. Naquela época, nascia um novo modelo de sucesso, que era

o de poder tocar no rádio e difundir valores históricos culturais nele. De acordo com Antunes (2012, p. 20), “com as emissoras radiofônicas indo em busca de artistas e produtores, o canal de divulgação⁶ se tornou popular, veiculando a cultura caipira”.

Essa valoração da cultura caipira no rádio brasileiro foi típica de um processo de modernização dos discursos do campo, em relação ao processo histórico-social dos indivíduos sobre a sociedade, ou seja, o homem do campo já apresentava sua cultura sendo repassada a um veículo de comunicação de ampla divulgação, que influenciava terceiros (ouvintes).

Para McLuhan (1964, p. 190):

Hitler só teve existência política graças ao rádio e aos sistemas de dirigir-se ao público. Isto não significa que estes meios tenham retransmitido de fato seus pensamentos ao povo alemão. Seus pensamentos eram de curto alcance. O rádio propiciou a primeira experiência maciça de implosão eletrônica, a reversão da direção e do sentido da civilização ocidental letrada.

O teórico ainda complementa, dizendo que Hitler, apenas obteve sucesso em sua campanha nazista, através do rádio, como seu aliado na difusão de sua ideologia, a partir do caráter pessoal que o veículo possui com o ouvinte, numa relação de extrema harmonia com o audiente (MCLUHAN, 1964). E foi sobre esse aspecto que a música sertaneja conseguiu entrelaçar sua primeira fase, em junção a uma mídia de massa.

A união entre o rádio e a música-raiz constitui de uma relação que perdura até os dias atuais, preservando valores históricos até nos cantores do gênero sertanejo, que em seus discursos constituem memórias de fases distintas do sertanejo.

Conforme Prata (2008, p. 34), “várias transformações ocorreram com o rádio e na história dele”, tanto em seu formato de programação, como em seu modelo de divulgação. Em meio, a essas modificações os discursos do sertanejo também passaram por mudanças, incorporando de tecnologias em seu formato de construção das letras. Exemplos, se expressam nas canções caipiras e universitárias, que usufruem de mídias diferentes em sua força de divulgação perante seu público-alvo.

Uma das principais fases do rádio, para sua consolidação como meio de comunicação com força social, ocorreu nas décadas de 1930 e 1940, quando o veículo viveu sua época de ouro, com os artistas participando dos programas radiofônicos de entretenimento, divulgando os vários gêneros musicais do país de forma prematura.

Raul Torres e Serrinha inovaram novamente, criando o primeiro programa de rádio dedicado ao gênero sertanejo. O programa se chamava *Três Batutas do Sertão*. O terceiro “batuta” era José Rielli (1885-1947) e o programa era transmitido pela Record. Em 1945, passou a formar dupla com Florêncio, ou João Batista Pinto (1910-

1970), com quem já havia cantado nos anos 1930 (ANTUNES, 2013, p. 37).

Foi nessa época que surgiu o termo “música sertaneja”, em contrapartida à, então existente, música caipira. Para o criador do termo Diogo Mulera, as diferenças estavam presentes nos estilos; para ele, as duplas que gravavam tango, rancheiras e boleros não cantavam mais música caipira, mas sim música sertaneja (ANTUNES, 2013).

Já na década de 1950, outro meio de comunicação chegou ao lar dos brasileiros. O surgimento da primeira emissora de televisão do Brasil (TV Tupi) trouxe novas tecnologias de comunicação, além de tendências ao campo musical. Isso porque de acordo com Barbosa (2007, p. 2) “a música vai além de uma simples estética sonora, tornando-se uma forma de comunicação entre as pessoas”.

Depois do advento do rádio, o homem do século XX, não satisfeito com a instantaneidade consumada através do som, nas ondas do rádio, continuou perseguindo o ideal não só de ouvir, mas também de ver à distância. Em 1950, estava consolidada a televisão, um invento que causou furor em todo o mundo. Já na década de 60, os aparelhos de TV estavam em muitos lares e as famílias se reuniam com vizinhos e amigos para passar horas a fio acompanhando uma programação que incluía novelas e alguns noticiosos (PRATA, 2008, p. 34).

De acordo com Jesus e Resende (2013), a televisão originou-se da junção de outros meios de comunicação existentes, ou seja, do rádio e do cinema. Além disso, o desenvolvimento da mídia audiovisual propiciou que novas formas de divulgação fossem testadas e aplicadas, a partir do dia 18 de setembro de 1950.

No decorrer dos anos seguintes, o aparato tecnológico continuou se desenvolvendo, conquistando cada vez mais brasileiros, se tornando um objeto indispensável na casa de muitas pessoas; oferecendo informações, entretenimento e diversão, em um formato inaugurado pelo magnata Assis Chateaubriand.

Na primeira década da televisão no Brasil, muito do que era feito no rádio foi migrado para o campo audiovisual, tanto que dos quatro pilares (entretenimento, radiojornalismo, esportes e radionovela) que fundamentavam a programação de uma emissora radiofônica em seus anos dourados, todos foram repassados para a mídia audiovisual.

Exemplo disso, se aplicam ao relacionar os nomes do passado radiofônico com o dos dias atuais da televisão. Nomes do rádio como Ademar Casé (entretenimento), Nicolau Tuma (esporte), Heron Domingues (radiojornalismo) e até mesmo da radionovela “Em Busca da Felicidade”, se comparam, respectivamente, a Silvio Santos (entretenimento), Galvão Bueno (esportes), Heródoto Barbeiro (telejornalismo) e a famosa novela das oito da TV Globo. E foi em meio à transição do rádio para a televisão, que na década de 1960, a sociedade também passou por

modificações que refletiram diretamente no campo musical.

Antunes (2013, p. 55) destaca que “com o aumento gradativo do êxodo rural, o movimento da música sertaneja perdia força”. Esse fato acontecia, por motivo, dos cantores sertanejos da década de 1950, manter um estilo de cantar do passado no campo, não se modificando a primeiro momento, com a transição e modernização dos meios de comunicação, que refletiam diretamente no campo musical.

O Brasil na década de 50 passaria por uma profunda mutação cultural. Com os ideais de industrialização e desenvolvimento tornando-se a tônica do governo de Juscelino Kubitschek, famoso pelo slogan “50 anos em 5”, o país começa a ter uma indústria cultural onde a televisão seria o principal veículo para a construção de ídolos voltados para o mercado fonográfico que estava em expansão (FRANCHI, 2015, p. 4).

Outro fator preponderante, que refletiu diretamente nas mudanças das canções foi o de fatores históricos e políticos. Nessa união, entre mídia e política, a música virou berço de mudanças, por influencias que ocasionaram uma nova roupagem ao estilo sertanejo, surgindo, assim, após a inauguração da primeira emissora de televisão do Brasil, na década de 1960, a nova fase do gênero musical sertanejo: o sertanejo romântico.

Para Silva (2016, p. 8), “a utilização da viola foi diminuindo a partir da nova fase do sertanejo, com os temas das canções sendo voltados ao romantismo e a temática urbana”.

Essas causas refletiram nas mudanças do gênero, já que, na época, a migração para as áreas urbanas crescia no país, e a modernização tecnológica refletia socialmente; dessa forma, a sociedade também pedia inovações nas músicas sertanejas.

Um dos grandes percussores da modernidade no sertanejo, em sua segunda fase, foi a dupla sertaneja Leo Canhoto e Robertinho, que trouxe a novidade para as grandes cidades, pois, até então, esse gênero musical se restringia ao interior do país e aos circos.

Com tamanha concorrência e ainda dentro de uma estética caipira, a música sertaneja estava longe de conquistar outras classes sociais e novos espaços na mídia. O gênero parecia “atolado” num pântano e seus artistas permaneciam restritos aos circos de periferia, cidades do interior e rádio AM. Mas a modernidade, renovação e frescor de que a música sertaneja tanto precisava para aquele momento chegou com a dupla Leo Canhoto e Robertinho [...] Introduziram um visual completamente diferente do sertanejo tradicional [...] numa clara influência do *pop* internacional (ANTUNES, 2013, p. 58).

A mudança da dupla influenciou fortemente modificações tanto na roupagem dos cantores sertanejos, como no surgimento de um novo estilo, que se adaptava

ao momento social do período, pois grande parte dos ouvintes do sertanejo estavam mudando para a cidade. Além disso, o uso de relações sociais novas também afetou o discurso dos cantores da nova geração do gênero musical sertanejo.

De acordo com Baccega (*apud* Meditsch, 2007, p. 51):

O uso linguístico é repleto de relações sociais. Nesse sentido, podemos dizer que há história na linguagem. O discurso não é apenas uma cadeira de enunciação, palavras ou frases conectadas entre si. Ele pressupõe o conjunto de relações sociais tradicionalmente consideradas extra-linguísticas, as quais constituem o discurso e se inscrevem na palavra, matéria bruta utilizada (...) A verdadeira substância da palavra no discurso é fenômeno social da interação verbal (...) O significado do discurso é o fenômeno social da interação verbal.

E foi dessa interação verbal que o novo discurso sertanejo se construiu, de acordo com as mudanças no formato das letras do gênero musical sertanejo. Tanto, que a junção entre a sociedade e a música sertaneja refletiu até mesmo sobre os cantores da primeira fase do gênero, que apresentavam no discurso das letras da música-raiz, um linguajar ligado a vida do homem no campo, diferente do sertanejo universitário, que possui letras de fácil absorção pelos ouvintes, e ainda, rimas, que possibilitam a distinção das fases do gênero musical.

Foi nessa época também que o sertanejo começou a apresentar diferenças até mesmo nas origens, com cantores remontando as duplas da primeira geração (Tonico e Tinoco), como seus grandes influenciadores; tendo essa linha sucessiva permanecendo até hoje, com duplas da terceira fase, como Jorge e Mateus, lembrando de duplas da segunda geração, como Christian e Ralf, Leandro e Leonardo e Zezé di Camargo e Luciano.

Novos gêneros musicais foram surgindo, como o sertanejo e o sertanejo universitário. Mas, dentro de seu repertório, de suas letras, de sua instrumentalização, de sua interpretação, ecoa música raiz. Os intérpretes desses gêneros, anteriormente citados, passam a mostrar em seus CDs, DVDs e vídeos mostrar onde tudo começou, quem foram seus ídolos, quem os inspirou na carreira. E, nessa memória coletiva, ecoam vozes que estão presentes na moda de viola caipira (SILVA, 2016, p. 4).

Além de ter sido fortemente aliada na propagação da cultura sertaneja, a televisão também aproveitou do gênero musical para fazer sucesso, tanto que, na década de 1990, foram vários os programas sertanejos que ganharam espaço na programação de emissoras de TV aberta, como similarmente, viraram trilha sonora de telenovelas e até mesmo enredo e história de sucesso em folhetins televisivos.

Um dos programas percussores dessa união entre a televisão e o sertanejo foi o extinto *Canta Viola*, apresentado por Geraldo Meirelles, conhecido como o

“marechal da música sertaneja”. Esse programa, que iniciou sua história na TV Cultura, no ano de 1962, é um dos grandes protagonistas para valorização do sertanejo na televisão. Durante toda a segunda fase do gênero, vários foram os artistas que passaram pela atração, veiculada até 1995, na TV Record, quando o projeto terminou (ANTUNES, 2013).

Mas foi na década de 1980, que o sertanejo passou por uma das maiores modificações, em seu formato, na junção ao campo midiático. Uma delas ocorreu com a estreia do programa *Viola, Minha Viola*, apresentado por Inezita Barroso, que chegou a televisão com o objetivo de enaltecer a viola e a música-raiz, em contrapartida aos programas sertanejos que estavam extinguindo a primeira fase do gênero na televisão aberta (TELÓ e PIUNTI, 2015). Já na TV Globo, o programa *Som Brasil* começou a conceder espaço para artistas do gênero sertanejo, como Pena Branca e Xavantinho. Assim, os próprios cantores percebiam que falar apenas das belezas do campo e da vida no interior não seduzia mais os ouvintes do sertanejo, pois a própria sociedade, ao migrar para a cidade, se modificou em seu padrão cultural e necessitava de mudanças também no gênero sertanejo.

Entretanto, a maior conquista do gênero musical sertanejo, nos anos de 1980, não ocorreu na televisão, mas sim no rádio, quando o sertanejo ganhou as rádios de frequência modulada (FM).

Até a década de 1980, as rádios FM que tocavam música sertaneja escondiam as canções as canções na madrugada. Tratando de uma forma mais simplista, praticamente não existia música sertaneja nas FM. A virada aconteceu justamente com “Fio de Cabelo”. Ela não foi a primeira tocar em horário nobre em um rádio de renome, mas foi a partir dela que os programadores se viram obrigados a abrir espaço para música sertaneja. Na primeira dos anos 1980, começava uma invasão de sertanejos nas mídias mais poderosas que culminaria no grande boom dos anos 1990 (TELÓ e PIUNTI, 2015, p. 28).

Chitãozinho e Xororó foram os embaixadores dessa nova fase no rádio, abrindo as portas para outros cantores do gênero ganharem as emissoras FM. Tanto que para Lima (2007, p. 79) “grande parte da música que se ouve no mundo contemporâneo está ligada à mídia, justamente pelo fato da música se valer da mídia para sua produção”, isso se apresenta nos dias atuais, tanto na divulgação das emissoras de rádio, que com parcerias divulgam os artistas, como também nos programas de televisão, os quais possuem em sua maioria cantores do gênero musical sertanejo como convidados.

Contudo, na década de 1990, as emissoras de TV aberta criaram novas atrações sertanejas, aumentando a visibilidade do gênero, entre eles destacam-se o *Especial Sertanejo*, apresentado por Marcelo Costa, na TV Record, o consagrado *Sabadão Sertanejo*, de Gugu Liberato, no SBT e ainda o especial *Amigos*, da TV

Globo, que era uma espécie de vários shows que a emissora transmitia em sua programação de final de ano, o projeto era liderado por Chitãozinho & Xororó, Zezé Di Camargo & Luciano e Leandro & Leonardo (TELÓ e PIUNTI, 2015).

Mas foi entre o final do século XX e início do século XXI que o gênero sertanejo ganhou o gosto da classe mais jovem do Brasil, movimentando festas agropecuárias e festivais do país, consolidando-se como um gênero musical tipicamente brasileiro.

O sertanejo universitário, também denominado a terceira fase do gênero musical sertanejo é a mais recente roupagem da música que se tornou a mais tocada em rádios do país, sendo que, grande parte desse sucesso se liga à internet, grande propagadora dos cantores universitários que, na década de 2000, cantavam nas repúblicas universitárias. Exemplos são desde Jorge & Mateus a dupla Fernando & Sorocaba, amostras de universitários, que moravam em repúblicas e que começaram a trilhar com um violão, um caminho sem volta, o de se tornar cantores sertanejos.

Entre os fatores que influenciaram essa transição do campo para cidade, chegando as universidades, estão os fatores políticos e econômicos, por motivo, de no início do século XXI, políticas públicas favorecerem a entrada de estudantes em universidades públicas.

Dessa forma, milhares de jovens do interior de estados brasileiros, fizeram das repúblicas suas novas moradias, aplicando a elas cultura e valores históricos regionalistas, como a paixão pela cultura sertaneja; tendo esses novos estudantes das universidades levando seus violões para o *campus*, criando, um estilo repassado de geração em geração (de avô para pai, e de pai para filho), que fundamentou o sertanejo universitário.

Segundo Silva (2016), a dupla pioneira do gênero universitário foi João Bosco & Vinicius, que cursavam, respectivamente, Odontologia e Fisioterapia, na cidade de Campo Grande, Mato Grosso do Sul, mas que, nas horas livres das aulas, se apresentavam em bares da capital.

Com o tempo, a dupla foi fazendo sucesso, e o estilo mais rápido e dançante das músicas, com temas de festas e baladas se consagraram.

No ano de 2002, a dupla João Bosco & Vinicius lançou o primeiro CD que, com a convergência da internet, se propagou pela rede, gerando sucesso para a dupla.

Um dos principais aliados para a ascensão de uma nova geração sertaneja em meados dos anos 2000 foi o barateamento de certas tecnologias. Se até o momento apenas a pirataria conseguia fazer frente à produção de discos em escala feita pelas gravadoras, chegava a hora de os gravadores de CDs e do famoso CD virgem se tornarem acessíveis ao público. Duplas que gravavam seus primeiros CDs sem muitos recursos tinham condições de fazer algumas cópias em casa, distribuí-las e ver seu trabalho se disseminar sem muito

custo. A internet e a facilidade do download se tornaram realidade [...] (TELÓ E PIUNTI, 2015, p. 244).

Para Castells (*apud* Molina, 2013, p. 4) “a internet é cada vez mais usada para acessar os meios de comunicação, bem como qualquer forma de produto cultural ou informativo”. E foi a partir da internet que o sertanejo universitário se consagrou, conseguindo atingir o público-alvo do gênero, que era o jovem, através de uma mídia, habitualmente, mais acessível a compartilhar informações de acesso juvenil.

No entanto, a consagração do modelo de internauta conectado ao sertanejo universitário, se complementou com a transmídia aplicada ao gênero. Para isso, toma-se por base o conceito de “transmídia” de Jenkins (2009, p.138):

Uma história transmídia desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como um parque de diversões. Cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar o game e vice-versa. Cada produto determinado é um ponto de acesso à franquia como um todo. A compreensão obtida por meio de diversas mídias sustenta uma profundidade de experiência que motiva mais consumo.

Dessa forma, a reunião de várias mídias, com cada uma desempenhando uma função específica, e se complementando como um quebra-cabeça, visa atingir boas estratégias através da convergência tecnológica das mídias, em função do sucesso do gênero musical sertanejo (RESENDE, 2013).

Com isso, embasado no contexto histórico das mídias, desde o rádio ligado a primeira fase do gênero musical sertanejo (música-raiz), perpassando pela televisão, com a música sertaneja de ritmo moderno e apaixonante (música sertaneja), e chegando a internet ligada ao formato transmídia, tendo como exemplo o Projeto Bem Sertanejo (sertanejo universitário), verificou-se que os meios de comunicação desempenharam, e ainda desempenham, papel interinamente importante para o sucesso de cada fase do gênero musical.

Portanto, a junção das mídias com a música tipicamente brasileira, que conquistou espaço em festivais musicais, festas agropecuárias, telenovelas, programas de entretenimento, e em diversas emissoras de rádio, favoreceu o crescimento de um estilo musical genuinamente brasileiro, que cada vez mais ganha o mundo.

O GÊNERO MUSICAL SERTANEJO NA ATUALIDADE MIDIÁTICA

De gênero musical que sofria para ganhar as rádios brasileiras, por conta do

preconceito de aristocratas contra a cultura do campo (área rural), ao gênero mais tocado em rádios do país.

De acordo com o Kantar Ibope Media (2016), dos cinco estilos mais tocados em emissoras radiofônicas, no ano de 2016, o gênero sertanejo lidera a lista aparecendo como o ritmo preferido no gosto dos brasileiros. Isso evidencia o sucesso do gênero musical como mercado nos últimos tempos, denotando como esse gênero, antes rejeitado, tornou-se a música genuinamente brasileira.

Nos finais de semana, em programas de entretenimento é evidente o sucesso do sertanejo, os representantes do gênero são figuras corriqueiras nas atrações, sendo impossível não ter um cantor do estilo em algum programa de televisão, das emissoras abertas, durante os finais de semana. O motivo, se justifica pela repercussão que estes concedem às atrações, duplas ou cantores, muitas vezes, rendem picos de audiência às emissoras de rádio e, a programas televisivos, por apenas ter a presença do artista sertanejo nas atrações.

O sucesso do gênero sertanejo é tão influente que chegou até mesmo ao consagrado *Fantástico*, da Rede Globo, que exibiu no ano de 2014, e em 2017, o Projeto Bem Sertanejo. Através de um modelo transmídia, que ressalta a importância das mídias para a construção do gênero musical. O projeto que foi apresentado por Michel Teló contava a história do sertanejo, a partir de entrevistas com os próprios protagonistas do gênero musical.

Porém, foi nas festas e shows que o sertanejo realmente se consagrou como a música mais tocada em rádios e na televisão brasileira. Prova disso, são os eventos *Villa Mix* e *Festeja*, ambos com temática sertaneja e que, além de se destacarem nos meios de comunicação, também valorizam o mercado musical.

Outra plataforma midiática muito utilizada, atualmente, pelo gênero é a internet, com o sertanejo se destacando perante os outros gêneros musicais, não apenas nos números de reproduções de seus sucessos, mas por permitir que as músicas possam ser tocadas a qualquer momento do dia na rede virtual, não necessitando mais à espera do contato entre cantor e ouvinte, como ocorria nos primórdios do gênero.

Vale ressaltar, que Lima (2007, p. 79) diz que “antes do advento do aparato tecnológico, o consumo da música só era possível em situações em que o produtor (músico) e o consumidor (ouvinte) se encontravam pessoalmente”, o que hoje é substituído e encurtado pela tecnologia das mídias.

Portanto, verifica-se que essa representatividade dos meios de comunicação na história do sertanejo é fruto de uma junção de características que unem mídia e cultura, tanto sobre fatores musicais e discursivos, como de fatores políticos do país.

DISCUSSÃO E ANÁLISE

Para Bakhtin (2011), os gêneros estão ligados às situações sociais de interação; qualquer mudança nessa interação gerará mudanças no gênero. Em síntese, os gêneros estão vinculados à situação social, com os enunciados individuais constituídos de duas partes correlacionadas: a sua dimensão linguístico-textual e a sua dimensão social.

Dessa forma, a interação entre as mídias com a evolução histórica do gênero sertanejo, formata a variante de contextos de influência social sobre o discurso sertanejo, que encontrou nos meios de comunicação suas formas de divulgação e de distinção das fases do gênero, de acordo a tecnologia e ao que os receptores (ouvintes, telespectadores, internautas) da mensagem viviam socialmente.

Exemplo dessas mudanças sociais, que acarretaram modificações nos discursos do sertanejo, se aplicam quando os estudantes universitários começaram a colocar em prática um novo estilo de sertanejo, com inspirações da segunda fase, que tipicamente era ouvida pelos pais desses mesmos estudantes; como também, quando o êxodo rural fez com que as letras das canções sertanejas tivessem que se renovar para continuar no mercado musical. Assim, o gênero sertanejo sobre suas distintas fases é como as mídias, já que tanto a música raiz, a música sertaneja e o sertanejo universitário se complementam, formatando o gênero musical sertanejo como um todo; como ocorre com o rádio, a televisão e a internet, que são as mídias que possibilitam a construção da narrativa transmídia.

Um gênero é constituído pelo conjunto das características de um objeto e constitui uma classe à qual o objeto pertence. Qualquer outro objeto que possuir essas mesmas características integrará a mesma classe (CHARAUDEAU, 2013, p. 204).

Logo, nota-se que as mídias corroboraram na junção e formação do gênero musical sertanejo, numa relação em que cada mídia (rádio, televisão, internet) se associa ao sertanejo (música-raiz, sertanejo, sertanejo universitário). E, no âmbito histórico e social, cada fase do gênero musical se associa a um público-alvo (avô, pai, filho).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com esse estudo sobre o gênero musical sertanejo, em sua relação com as mídias, foi perceptivo que múltiplas características fundamentam a história do gênero, relacionando-se as mídias em suas fases, na união que envolve até mesmo o público-alvo de cada uma das etapas do sertanejo.

Dessa forma, alicerçasse a ideia, de que os meios de comunicação

desempenham papel interinamente importantes para a construção da música sertaneja, na trajetória de sua história genuinamente brasileira.

Vale assim, ressaltar, três fatores que exerceram grande importância para a construção da historicidade do gênero musical sertanejo no Brasil.

O primeiro deles foi justamente a mídia, que ao longo do século XX, com as transições amplas de modificações midiáticas, conseguiu entrelaçar cultura e música como forma de divulgação, a partir dos meios de comunicação, delineando a ideia de Marshall McLuhan, ao denotar as mídias como extensões do homem (MCLUHAN, 1964).

O segundo fator foi as mudanças na sociedade, que se viu em meio a um processo de transições demográficas, e evoluções no campo midiático. Com isso, a própria sociedade obteve um novo estilo, a partir do êxodo rural crescente no Brasil, no século XX. Isso acarretou no surgimento de novos gêneros, como ocorreu com o sertanejo universitário - gênero musical que nasceu nas repúblicas estudantis brasileiras.

Já o terceiro e último ponto são o de fatores históricos e políticos, que se distinguem do surgimento até hoje (da Era Vargas até a Ditadura Militar), com a censura de várias canções, e de outras que aproveitavam do momento para o sucesso.

Por isso tudo, percebe-se que, o gênero musical sertanejo é reflexo de todo o transcorrer histórico das mídias no Brasil, tendo ambos os lados se beneficiando, já que enquanto um é divulgado e se torna convidado de programas de auditório, o outro ao conceder maior visibilidade ao artista, também recebe atenção e ganha maior crédito perante os amantes do gênero musical sertanejo.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, E. **De caipira a universitário**: a história de sucesso da música sertaneja. São Paulo: Editora Matrix, 2012.

BAKHTIN, M. **Estética da Criação Verbal**. 6.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

BARBOSA, P. R. GONÇALVES, D. B. **A música como uma forma de comunicação**. XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2015. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-3303-1.pdf>>. Acesso em: 10 Jul 2017.

CALABRE, L. **A era do rádio**: memória e história. XXII Simpósio Nacional de História. João Pessoa, Paraíba: 2003. Disponível em: <<http://anais.anpuh.org/wp-content/uploads/mp/pdf/ANPUH.S22.379.pdf>>. Acesso em: 28 Jul 2017.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**: Os Gêneros do Discurso da Informação. p. 203 - 231. 2º ed. São Paulo: Editora Contexto, 2013.

FRANCHI, D. **A mídia e a música brasileira**: das canções ideológicas do passado à erotização nas músicas massificadas. Revista Contemporâneos: Novembro/Abril nº 12 - 2015. Disponível em: <<http://www.revistacontemporaneos.com.br/n12/artigos/amidiaeamusica.pdf>>. Acesso em: 05 Jul 2017.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JESUS, J. T. RESENDE, V. L. **A televisão e sua influência como meio**: uma breve historiografia. Encontro Nacional de História da Mídia: Ouro Preto, Minas Gerais: 2013. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-da-midia-audiovisual-e-visual/a-televisao-e-sua-influencia-como-meio-uma-breve-historiografia>>. Acesso em: 06 Jul 2017.

KANTAR IBOPE MEDIA. **Book de rádio 2016**. Disponível em: <<https://www.kantaribopemedia.com/book-de-radio-2/>>. Acesso em: 13 Jul 2017.

LIMA, T. **Música e mídia**: notas sobre o manguê-beat no circuito massivo. Disponível em: <<http://www.faculdadesocial.edu.br/revistas/index.php/dialogospossiveis/article/view/172/129>>. Acesso em: 11 Jul 2017.

MAGNONI, A. F. RODRIGUES, K. C. **O rádio e a adaptação à nova era das tecnologias da comunicação e informação**: contextos, produção e consumo. Encontro Nacional de História da Mídia. Ouro Preto, Minas Gerais: 2013. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-da-midia-sonora/o-radio-e-a-adaptacao-a-nova-era-das-tecnologias-da-comunicacao-e-informacao-contextos-producao-e-consumo>>. Acesso em: 01 Jul 2017.

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Livro Online. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/352425/mod_resource/content/1/MCLUHAN%2C%20Mars%20hall%20-%20Os%20Meios%20de%20Comunicac%CC%A7a%CC%83o%20como%20Extens%CC%83es%20do%20Homem.pdf>. Acesso em: 10 Jul 2017.

MEDITSCH, E. **O rádio na era da informação**: teoria e técnica do novo radiojornalismo. 2. ed. Florianópolis: Insular & UFSC, 2007.

MOLINA, M. C. G. **A internet e o poder da comunicação na sociedade em rede**: influências nas formas de interação social. Revista Metropolitana de Sustentabilidade: v.3, n.3 – 2013. Disponível em: <<http://www.revistaseletronicas.fmu.br/index.php/rms/article/view/202>>. Acesso em: 05 Jul 2017.

PRATA, N. **Webradio**: novos gêneros, novas formas de interação. Tese de Doutorado. Faculdade de Letras da UFMG. Belo Horizonte, Minas Gerais: 2008. Disponível em: <http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/handle/1843/AIRR-7DDJD8/nair_prata_tese.pdf;jsessionid=7F64099B633B7C9E128D9C0B58715337?sequence=1>. Acesso em: 02 Jul 2017.

RESENDE, V. L. **A narrativa transmidiática**: conceitos e pequenas dissonâncias. VII Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Ciberultura, 2013. Disponível em: <http://abciber.org.br/simposio2013/anais/pdf/Eixo_5_Entretenimento_Digital/25959arq05638141600.pdf>. Acesso em: 04 Jul 2017.

SILVA, M. S. R. **O discurso sobre o caipira em gêneros musicais**: um estudo a partir da visão Bakhtiana. Revista Eletrônica da UNIRP Universitas. v. 6, nº 1, 2016. Disponível em: <<http://aplicacoes2.unirp.edu.br/Revista/Capa.aspx?atual=0&edicao=12>>. Acesso em: 02 Jul 2017.

TELÓ, M. PIUNTI, A. **Bem Sertanejo**: a história da música que conquistou o Brasil. São Paulo: Editora Planeta, 2015.

VILELA, I. **O caipira e a viola brasileira**. Disponível em: <http://ivanvilela.com.br/sobre/artigo_caipira.pdf>. Acesso em: 08 Jul 2017.

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 

contato@atenaeditora.com.br 

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

www.facebook.com/atenaeditora.com.br 

Tecnologias e Estéticas da Comunicação no Brasil 2

www.atenaeditora.com.br 

contato@atenaeditora.com.br 

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

www.facebook.com/atenaeditora.com.br 