

Torre de Babel:

Créditos e Poderes da Comunicação



Edwaldo Costa
(Organizador)


Atena
Editora
Ano 2021

Torre de Babel:

Créditos e Poderes da Comunicação



Edwaldo Costa
(Organizador)


Atena
Editora
Ano 2021

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

2021 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do Texto © 2021 Os autores

Copyright da Edição © 2021 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.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

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
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – 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 – Instituto Internazionale 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 Elizabeth Cordeiro Fernandes – Faculdade Integrada Medicina

Profª Drª Eleuza Rodrigues Machado – Faculdade Anhanguera de Brasília

Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina

Profª Drª Eysler Gonçalves Maia Brasil – Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira

Prof. Dr. Ferlando Lima Santos – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia

Prof. Dr. Fernando Mendes – Instituto Politécnico de Coimbra – Escola Superior de Saúde de Coimbra

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. Cleiseano Emanuel da Silva Paniagua – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás

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
Prof. Dr. Marco Aurélio Kistemann Junior – Universidade Federal de Juiz de Fora
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 Pietrobbon – 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. 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. Dr. Alex Luis dos Santos – Universidade Federal de Minas Gerais
Prof. Me. Alessandro Teixeira Ribeiro – Centro Universitário Internacional
Profª Ma. Aline Ferreira Antunes – Universidade Federal de Goiás
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. Me. Christopher Smith Bignardi Neves – Universidade Federal do Paraná
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
Prof. Dr. Everaldo dos Santos Mendes – Instituto Edith Theresa Hedwing Stein
Prof. Me. Ezequiel Martins Ferreira – Universidade Federal de Goiás
Profª Ma. Fabiana Coelho Couto Rocha Corrêa – Centro Universitário Estácio Juiz de Fora
Prof. Me. Fabiano Eloy Atílio Batista – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Me. Felipe da Costa Negrão – Universidade Federal do Amazonas
Prof. Me. Francisco Odécio Sales – Instituto Federal do Ceará
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/UFGA
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 Livia 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. Dr. Luan Vinicius Bernardelli – Universidade Estadual do Paraná
Profª Ma. Luana Ferreira dos Santos – Universidade Estadual de Santa Cruz
Profª Ma. Luana Vieira Toledo – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Me. Luis Henrique Almeida Castro – Universidade Federal da Grande Dourados
Profª Ma. Luma Sarai de Oliveira – Universidade Estadual de Campinas
Prof. Dr. Michel da Costa – Universidade Metropolitana de Santos
Prof. Me. Marcelo da Fonseca Ferreira da Silva – Governo do Estado do Espírito Santo
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. Pedro Panhoca da Silva – Universidade Presbiteriana Mackenzie
Profª Drª Poliana Arruda Fajardo – Universidade Federal de São Carlos
Prof. Me. Ricardo Sérgio da Silva – Universidade Federal de Pernambuco
Prof. Me. Renato Faria da Gama – Instituto Gama – Medicina Personalizada e Integrativa
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
Profª Ma. Taiane Aparecida Ribeiro Nepomoceno – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
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

Torre de Babel: créditos e poderes da comunicação

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira
Bibliotecária: Janaina Ramos
Diagramação: Luiza Alves Batista
Correção: Kimberlly Elisandra Gonçalves Carneiro
Edição de Arte: Luiza Alves Batista
Revisão: Os Autores
Organizador: Edwaldo Costa

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

T689 Torre de Babel: créditos e poderes da comunicação /
Organizador Edwaldo Costa. – Ponta Grossa - PR:
Atena, 2021.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-5706-870-0

DOI 10.22533/at.ed.700211103

1. Comunicação. 2. Mídia. 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

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa.

APRESENTAÇÃO

A coleção Torre de Babel: Créditos e Poderes da Comunicação é apenas um breve panorama da produção e reflexão acadêmica na área, contemplando a produção de dois e-books, que reúnem não apenas as possibilidades que o campo da Comunicação ensina, mas também os desafios que se erigem na/da sociedade contemporânea, marcada pelo crescente processo de midiatização e conflitos de informação. Neste e-book 1, apresentamos 26 capítulos de 35 pesquisadores.

Na Bíblia, o Gênesis conta que “o mundo inteiro falava a mesma língua, com as mesmas palavras” (Gn 11,1). Os homens resolveram, porém, criar uma cidade com uma torre tão alta que chegaria a tocar o céu e os tornaria famosos e poderosos. Então Deus, para castigá-los, fez com que ninguém mais se entendesse e os homens passaram a falar línguas diferentes. Assim, os construtores da torre se dispersaram e a obra permaneceu inacabada. A diversidade das línguas surge como forma de evitar a centralização do poder. A cidade dessa história bíblica ficou conhecida como Babel, que significa “confusão”.

Muitos milênios depois, o homem se encontra enredado em múltiplas formas de comunicação, com línguas, códigos e dispositivos diversos, cada vez mais sofisticados e mais céleres. Todavia, a (in)compreensão das mensagens vem, assustadoramente, transformando-se, muitas vezes, na destruição da harmonia e da paz entre os homens. Mesmo com o avanço da tecnologia, a comunicação parece permanecer precária. A civilização ergue monumentos gigantescos, mas não é capaz de resolver conflitos básicos.

Trata-se de uma obra transdisciplinar que versa sobre comunicação, concepções de linguagem, redes sociais, jornalismo, produção de conteúdo, *fake news*, pandemia, inteligência artificial, pós-verdade, elementos do telejornalismo na educação, *posts*, construção de imagens, misoginia, sexismo, análise do discurso, moda, ciberfeminismo, *stories*, *gifs* animados, produtos midiáticos, imaginário, circuito editorial, relações públicas, comunicação organizacional, comunicação pública, comunicação interna, mídia, estereotipia no jornalismo espanhol, cinema e reality show.

A ideia da coletânea é simples: propor análises e fomentar discussões sobre a comunicação a partir de diferentes pontos de vista: político, educacional, filosófico e literário. Como toda obra coletiva, esta também precisa ser lida tendo-se em consideração a diversidade e a riqueza específica de cada contribuição. Por fim, sabemos o quão importante é a divulgação científica, por isso evidenciamos a estrutura da Atena Editora, capaz de oferecer uma plataforma consolidada e confiável para que estes pesquisadores exponham e divulguem seus resultados.

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
MIGRAÇÃO VENEZUELANA NO BRASIL: DAS CONCEPÇÕES MIGRATÓRIAS À OPERAÇÃO ACOLHIDA	
Edwaldo Costa	
Mariceli Ferreira Marques	
DOI 10.22533/at.ed.7002111031	
CAPÍTULO 2	21
A INTERNET E AS REDES SOCIAIS NAS NARRATIVAS JORNALÍSTICAS CONTEMPORÂNEAS – DESAFIOS EM MEIO À FLUIDEZ DE MEIOS E MENSAGENS NA CONSTRUÇÃO DE VÍNCULOS SOCIAIS	
Renato de Almeida Vieira e Silva	
DOI 10.22533/at.ed.7002111032	
CAPÍTULO 3	34
JORNALISMO NAS REDES SOCIAIS VIRTUAIS: TENDÊNCIAS DE LINGUAGEM E PRODUÇÃO DE CONTEÚDO	
Pedro Augusto Farnese de Lima	
DOI 10.22533/at.ed.7002111033	
CAPÍTULO 4	48
A LEGITIMAÇÃO DA VERDADE ENQUANTO VALOR JORNALÍSTICO DIANTE DA DISSEMINAÇÃO DE <i>FAKE NEWS</i> DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19 EM 2020	
Cláudia Regina Ferreira	
DOI 10.22533/at.ed.7002111034	
CAPÍTULO 5	60
O QUE É E O QUE PARECE SER: IMAGENS CRIADAS POR INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL COMO ELEMENTOS ATUANTES NA PÓS-VERDADE	
Fernanda Carvalho Ferrarezi	
Priscila Monteiro Borges	
DOI 10.22533/at.ed.7002111035	
CAPÍTULO 6	74
ELEMENTOS DE TELEJORNALISMO NA EDUCAÇÃO NÃO-FORMAL DA INTERNET	
Maurício Pimentel Homem de Bittencourt	
DOI 10.22533/at.ed.7002111036	
CAPÍTULO 7	86
COMO OS ACONTECIMENTOS SE TRANSFORMAM EM <i>POSTS</i>	
Claudia Montenegro	
DOI 10.22533/at.ed.7002111037	
CAPÍTULO 8	100
A CONSTRUÇÃO DAS IMAGENS PROJETADAS DE JAIR BOLSONARO NO <i>FACEBOOK</i>	

DURANTE AS ELEIÇÕES DE 2018

Jéssica Gomes de Oliveira

DOI 10.22533/at.ed.7002111038

CAPÍTULO 9..... 113

MISOGINIA E SEXISMO NO TWITTER: ANÁLISE DO DISCURSO SOBRE A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DA MULHER, EM POSTAGENS EXTRAÍDAS DO PERFIL DA JORNALISTA PATRÍCIA CAMPOS MELLO

Janete Monteiro Garcia

DOI 10.22533/at.ed.7002111039

CAPÍTULO 10..... 123

A MODA NA CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DA EX-PRESIDENTE DILMA ROUSSEFF

Jéssica Cristina de Campos

Luciana Coutinho Pagliarini de Souza

DOI 10.22533/at.ed.70021110310

CAPÍTULO 11..... 135

MODICES: REDES SOCIAIS DIGITAIS E CIBERFEMINISMO

Bianca Maciente Colvara

Soraya Maria Vieira Ferreira

DOI 10.22533/at.ed.70021110311

CAPÍTULO 12..... 147

COMPARTILHAMENTO DO COTIDIANO: ACELERAÇÃO E PERFORMANCE MEDIADA NOS *STORIES*

Letícia Porfírio

DOI 10.22533/at.ed.70021110312

CAPÍTULO 13..... 158

O USO DE *GIFS* ANIMADOS NAS REDES SOCIAIS

Laura Batista Cintra

Sandra Maria Ribeiro de Souza

DOI 10.22533/at.ed.70021110313

CAPÍTULO 14..... 173

BRASILEIROS NO EXTERIOR IDENTIFICAM PRODUTOS MIDIÁTICOS QUE IMPACTAM A REPRESENTAÇÃO DO PAÍS E DO POVO NO IMAGINÁRIO ESTRANGEIRO

Roberta Brandalise

DOI 10.22533/at.ed.70021110314

CAPÍTULO 15..... 184

CIRCUITO EDITORIAL E DESAFIOS DO SETOR EM TEMPOS DE PANDEMIA

Marília de Araujo Barcellos

DOI 10.22533/at.ed.70021110315

CAPÍTULO 16	196
GIGANTES DO MERCADO: A EVOLUÇÃO DAS EMPRESAS DE RELAÇÕES PÚBLICAS BRASILEIRAS NOS RANKINGS INTERNACIONAIS	
<i>Rafael Alexandre Coelho da Silva</i>	
DOI 10.22533/at.ed.70021110316	
CAPÍTULO 17	209
COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL A PARTIR DA ÓTICA DA COMUNICAÇÃO PÚBLICA: UMA REFLEXÃO SOBRE AS ATIVIDADES DA SUPERINTENDÊNCIA DA ZONA FRANCA DE MANAUS	
<i>Layana do Amaral Rios</i>	
DOI 10.22533/at.ed.70021110317	
CAPÍTULO 18	221
CONSIDERAÇÕES SOBRE A IMPORTÂNCIA E O PAPEL DA COMUNICAÇÃO INTERNA NAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR	
<i>Sylvia Cristina de Azevedo Vitti</i>	
DOI 10.22533/at.ed.70021110318	
CAPÍTULO 19	233
UM PANORAMA DAS CORRENTES EUROPEIAS, ESTADUNIDENSES E SUL-AMERICANAS QUE UNEM MÍDIA, JORNALISMO E EDUCAÇÃO NA VIDA DOS CIDADÃOS	
<i>Pedro Neves Fonseca</i>	
DOI 10.22533/at.ed.70021110319	
CAPÍTULO 20	245
O PAPEL DA COMUNICAÇÃO INTERNA EM TEMPOS DE PANDEMIA: COMO AS COMPANHIAS ESTÃO SE ORGANIZANDO DURANTE A CRISE	
<i>Pâmela Cunha Pinheiro</i>	
<i>Patrícia Cerqueira Reis</i>	
DOI 10.22533/at.ed.70021110320	
CAPÍTULO 21	258
LUZ NO FIM DA QUARENTENA: JORNALISMO CIENTÍFICO EM TEMPOS DE PANDEMIA E INFODEMIA	
<i>Aniele Caroline Avila Madacki</i>	
DOI 10.22533/at.ed.70021110321	
CAPÍTULO 22	271
ESTEREOTIPIA NO JORNALISMO ESPANHOL: A TRADUÇÃO DA CIDADE DE SALVADOR - BA	
<i>Carla Severiano de Carvalho</i>	
DOI 10.22533/at.ed.70021110322	
CAPÍTULO 23	285
FOPIN: RELATO DE EXPERIÊNCIA NA CRIAÇÃO DO FESTIVAL DE CINEMA FOCALIZA PARINTINS	
<i>Graciene Silva de Siqueira</i>	

Marcelo Rodrigo da Silva

DOI 10.22533/at.ed.70021110323

CAPÍTULO 24.....297

RELAÇÕES INTERNACIONAIS EM CENA: PRÁTICAS DE ENSINO POR MEIO DO CINEMA

Magno Klein

DOI 10.22533/at.ed.70021110324

CAPÍTULO 25.....306

JORNADA DO HERÓI NO REALITY SHOW: PRECONCEITO E PROTAGONISMO NO BBB19

Isadora da Silva Prestes

Iris Yae Tomita

DOI 10.22533/at.ed.70021110325

CAPÍTULO 26.....318

II FOPIN: RELATO DE EXPERIÊNCIA DO 1º EVENTO *ONLINE* DO CURSO DE JORNALISMO DO ICSEZ/UFAM, EM PARINTINS-AM

Marcelo Rodrigo da Silva

Graciene Silva de Siqueira

DOI 10.22533/at.ed.70021110326

SOBRE O ORGANIZADOR.....329

ÍNDICE REMISSIVO.....330

CAPÍTULO 17

COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL A PARTIR DA ÓTICA DA COMUNICAÇÃO PÚBLICA: UMA REFLEXÃO SOBRE AS ATIVIDADES DA SUPERINTENDÊNCIA DA ZONA FRANCA DE MANAUS

Data de aceite: 01/03/2021

Data de submissão: 08/12/2020

Layana do Amaral Rios

Coordenação de Comunicação Social da
Suframa. Manaus - Amazonas
<http://lattes.cnpq.br/7276923922417759>

RESUMO: O presente artigo aborda os conceitos de Comunicação Organizacional – sobretudo da ferramenta de assessoria de imprensa – e de Comunicação Pública, para apresentar os resultados das atividades desempenhadas pela Coordenação de Comunicação Social da Superintendência da Zona Franca de Manaus (Suframa) no ano de 2016. Pretende-se, nesse contexto, observar se o trabalho desenvolvido na assessoria de comunicação da Suframa já incorpora os conceitos da Comunicação Pública.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Organizacional, Comunicação Pública, Assessoria de Imprensa, Suframa.

ORGANIZATIONAL COMMUNICATION FROM THE POINT OF PUBLIC COMMUNICATION: A REFLECTION ON THE ACTIVITIES OF THE SUPERINTENDENCE OF MANAUS FREE TRADE ZONE

ABSTRACT: This article discusses the concepts of Organizational Communication – especially the press relations tool – and Public Communication, to present the results of the activities carried out

by the Coordination of Social Communication of the Superintendence of Manaus Free Trade Zone (Suframa) in 2016. In this context, it is intended to observe whether the work developed in Suframa's communication advisory already incorporates the concepts of Public Communication.

KEYWORDS: Organizational communication, Public Communication, Press office, Suframa

1 | INTRODUÇÃO

Atualmente, é vital pensar em comunicação nas organizações de forma estrategicamente planejada, fundamentada na missão e valores das empresas e em conformidade com os objetivos das instituições, sejam públicas ou privadas. Desenvolver uma gestão de comunicação baseada na eficiência, organização e proatividade, tanto no ambiente interno quanto externo, é fundamental para que as empresas possam apresentar os resultados de suas ações, viabilizando fluxos de comunicação em diferentes esferas sociais.

Outra questão que urge é a necessidade da Comunicação Pública nas instituições governamentais. Com a aproximação das relações por meio da internet, a utilização das mídias sociais e a popularização dos dispositivos móveis, há uma cobrança cada vez maior da sociedade civil organizada pela demonstração de resultados por parte do poder público. Dessa forma, torna-se necessário que as organizações do setor público repensem seus processos

de comunicação, na busca de se modernizarem e procurarem soluções cada vez mais integradas, diante dessa realidade comunicacional.

A partir dos conceitos de Comunicação Organizacional e de Comunicação Pública, busca-se, neste artigo, observar se as atividades realizadas pela Coordenação de Comunicação Social da Superintendência da Zona Franca de Manaus (Suframa) no ano de 2016 estão pautadas dentro da Comunicação Pública.

2 | COMUNICAÇÃO PÚBLICA E CIDADANIA

A Comunicação Pública está cada vez mais presente nas organizações contemporâneas por se tratar de um importante conceito para os que atuam na área pública em virtude do relacionamento com o cidadão, propiciando o diálogo e a participação ativa no processo de uma tomada de decisão democrática.

De acordo com Brandão (2009), a Comunicação Pública surgiu no Brasil num contexto de preocupação das empresas com sua imagem pública em relação ao mercado. Segundo a autora, as empresas, tanto públicas quanto privadas, ficaram mais atentas aos anseios da população e passaram a perceber que o respeito à cidadania, a responsabilidade social, a prestação de contas, a transparência, entre outros, “vendem mais do que apenas propaganda” (BRANDÃO, 2009, p.09).

No Brasil, o conceito de Comunicação Pública ainda é recente e está em construção. Brandão (2009) define como um “processo comunicativo que se instaura entre o Estado, o governo e a sociedade com o objetivo de informar para a construção da cidadania” (BRANDÃO, 2009, p.09).

Nessa mesma linha, Duarte (2009) afirma que a Comunicação Pública deve ser compreendida a partir de um sentido mais amplo do que o de simplesmente dar informação:

Comunicação pública (...) deve incluir a possibilidade de o cidadão ter pleno conhecimento da informação que lhe diz respeito, inclusive aquela que não busca por não saber que existe, à possibilidade de expressar suas posições com a certeza de que será ouvido com interesse e a perspectiva de participar ativamente, de obter orientação, educação e diálogo (DUARTE, 2009, p. 64).

Dessa forma, o objetivo primordial da Comunicação Pública é repassar as informações que são de interesse público aos cidadãos. Ao efetivar seu papel informativo é dado o primeiro passo para estabelecer o diálogo e a participação recíproca na relação entre Estado e sociedade. O cidadão passa a ter conhecimento de seus direitos e autonomia para tomar as decisões sobre assuntos dos quais lhe diz respeito, inclusive aumentando sua participação nas decisões que são de interesse público. O conhecimento é uma forma de empoderamento do cidadão.

Zémor (2009) afirma que, na prática, a Comunicação Pública assume diferentes formas ligadas às missões das instituições públicas:

Ela é encarregada de tornar a informação disponível ao público, de estabelecer a relação e o diálogo capazes de tornar um serviço desejável e preciso, de apresentar os serviços oferecidos pela administração, pelas coletividades territoriais e pelos estabelecimentos públicos, de tornar as próprias instituições conhecidas, enfim, de conduzir campanhas de informação e ações de comunicação de interesse geral. A esses registros, soma-se aquele de natureza mais política, ou seja, da comunicação do debate público que acompanha os processos decisórios (ZÉMOR, 2009, p.24).

No entanto, para que os objetivos da Comunicação Pública sejam alcançados efetivamente, é fundamental que os instrumentos utilizados sejam adaptados aos interesses, realidades e necessidades do seu público.

O papel do profissional que irá atuar na Comunicação Pública, nesse íterim, é extremamente importante, pois é ele, conforme explica Duarte (2009), quem deverá conhecer todos os pontos de contato entre organizações e sociedade, os instrumentos possíveis, bem como seu uso e potencial, e saber articulá-los no planejamento para depois coordenar ações, orientar especialistas, distribuir, supervisionar e cobrar tarefas em torno do plano previamente definido.

31 O PAPEL DA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL NAS EMPRESAS GOVERNAMENTAIS

Nas relações empresariais, existem várias ferramentas na comunicação que podem ser utilizadas para atender as necessidades dos clientes e do seu público. A esse conjunto de ferramentas, dá-se o nome de Comunicação Organizacional.

De maneira geral, a Comunicação Organizacional é toda e qualquer ação, atividade, estratégia, produto e processo utilizados para reforçar a imagem da empresa junto a todos os seus públicos de interesse, sejam consumidores, colaboradores, políticos, empresários, entre outros, ou ainda perante à opinião pública.

Segundo Kunch (2003), a Comunicação Organizacional identifica e integra diferentes tipos de comunicação, possibilitando a unificação de processos comunicacionais.

Comunicação organizacional, como objeto de pesquisa, é a disciplina que estuda como se processa o fenômeno comunicacional dentro das organizações no âmbito da sociedade global. Ela analisa o sistema, o funcionamento e o processo de comunicação entre a organização e seus diversos públicos. (...) Fenômeno inerente aos agrupamentos de pessoas que integram uma organização ou a ela se ligam, a comunicação organizacional configura as diferentes modalidades comunicacionais que permeiam sua atividade." (KUNSCH, 2003, p. 149)

A autora afirma, ainda, que a Comunicação Organizacional é composta por diferentes modalidades que norteiam suas atividades: comunicação institucional, comunicação mercadológica, comunicação interna e comunicação administrativa. A comunicação institucional é a responsável, por meio da gestão estratégica das relações públicas, pela

construção de uma imagem e identidade corporativa de uma organização; a comunicação mercadológica tem o objetivo de vender ou melhorar a imagem dos produtos ou serviços da corporação, geralmente utilizando as ferramentas de marketing, publicidade, entre outras; a comunicação administrativa é responsável por transmitir os dados do âmbito administrativo para todos os setores nos quais estes dados se mostram pertinentes; e a comunicação interna busca viabilizar toda a interação entre a organização e seus colaboradores.

Todas essas modalidades convergem em uma comunicação integrada, na qual, mesmo com suas especificidades, devem atuar em harmonia, em consonância com o objetivo geral da organização.

Entendemos por comunicação integrada uma filosofia que direciona a convergência das diversas áreas permitindo uma atuação sinérgica. Pressupõe uma junção da comunicação institucional, da comunicação mercadológica, da comunicação interna e da comunicação administrativa, que formam o mix, o composto da comunicação organizacional. (KUNSCH, 2003, p. 150)

Uma Comunicação Organizacional integrada e bem planejada é um quesito estratégico fundamental para todo tipo de organização, em função do fortalecimento do conceito institucional, mercadológico e corporativo junto à sociedade. E para acompanhar as mudanças do mercado, novas ferramentas são inseridas, de acordo com a realidade da organização e do ambiente na qual ela está inserida.

Dentro da comunicação institucional, encontram-se diferentes ferramentas para o alcance dos resultados da construção da imagem da organização, tais como relações públicas, jornalismo empresarial, publicidade e propaganda institucional, marketing e assessoria de imprensa.

É papel da assessoria de imprensa criar uma imagem positiva do assessorado com seus diferentes públicos, sejam internos ou externos. A assessoria de imprensa é a ferramenta de comunicação que tem no relacionamento com a mídia o seu foco de atuação, pois é através dela que seus públicos tomarão conhecimento sobre suas atribuições, ações e eventos. relação ao conceito de assessoria de imprensa, Kunsch (2003) afirma:

No contexto da comunicação institucional, a assessoria de imprensa é uma das ferramentas essenciais nas mediações das organizações com o grande público, a opinião pública e a sociedade, via mídia impressa, eletrônica e Internet. Seu processo e sua aplicação se dão por meio de estratégias, técnicas e instrumentos pensados e planejados com vistas na eficácia (KUNSCH, 2003, p. 169).

Compreendem o trabalho de uma assessoria de imprensa as seguintes atividades:

Redação e distribuição de releases e notas aos veículos de comunicação, divulgando as atividades da entidade; contatos com emissoras de rádio e televisão para agendar a participação de representantes da entidade em programas; distribuição de pautas para os veículos, sugerindo matérias

nas quais a entidade torne-se fonte de informação; outras ações especiais de comunicação, de acordo com as atividades e necessidades do cliente (KOPPLIN & FERRARETTO, 2000, p. 38).

Além da produção de releases com foco na mídia, as assessorias criam espaços próprios de divulgação, com o objetivo de manter um canal direto com o seu público, principalmente com as ferramentas web 2.0, por meio de sites, perfis institucionais em redes sociais, blogs, entre outros. Também são utilizados boletins, informativos, revistas, entre outros materiais.

Duarte (2009, p. 13) afirma que “a divulgação por meio da mídia é a visão jornalística da Comunicação Pública”, ou seja, a mídia – seja impressa, televisiva, radiofônica ou web – transforma a informação de interesse da empresa em uma notícia de interesse público, que é exatamente a prerrogativa do jornalismo (informar o que é de interesse público). Sobre este mesmo tema, Faria (2009) explica:

Em resumo, Estado e atores privados disparam estrategicamente suas mensagens para que a imprensa, na última instância do processo e ao mesmo tempo parte interessada, possa não somente difundir a informação, mas, quem sabe, assumi-la sob a ótica do interesse público. Quando a mídia é permeável a determinada mensagem, a diferença é significativa, pois implica reverberação, impacto e difusão em grande escala (FARIA, 2009, p. 178).

Cabe, portanto, ao assessor de imprensa, ser um especialista tanto nas rotinas dos veículos de comunicação, quanto nos assuntos pertinentes à instituição, para que assim possa intermediar a inserção de notícias que atendam tanto o assessorado quanto as necessidades da mídia.

Nas organizações governamentais, as assessorias de imprensa muitas vezes encontram dificuldades para efetivar as práticas de comunicação, devido à necessidade de planejamento e execução. Um dos fatores que dificultam os processos comunicacionais é a burocracia. Segundo Torquato (2002):

O desafio da comunicação na instituição pública é aproximar seus serviços da sociedade. Ocorre que a comunicação sozinha não faz milagres. Se o serviço público é ruim, a comunicação não vai consertar a imagem da administração (TORQUATO, 2002, p. 84).

Portanto, não basta uma assessoria eficiente, é preciso ter ações positivas do assessorado e ainda a possibilidade de captação dessas informações sem muitas barreiras para que haja um processo comunicacional exitoso.

Para solidificar a Comunicação Pública como foco do trabalho nas assessorias de imprensa, primeiramente é necessário estabelecer suas diretrizes como prioridades no planejamento estratégico da comunicação, para que o conceito de Comunicação Pública possa estar presente em cada atividade realizada pela assessoria.

Os instrumentos de trabalho de uma assessoria de imprensa são sempre os mesmos – releases, entrevistas, coletivas, entre outros –, independentemente de sua finalidade. A forma como as atividades deverão ser realizadas é que traz a diferenciação do trabalho, que, no caso da inserção da Comunicação Pública, o foco da utilização dos instrumentos deve ser o estímulo à cidadania.

Costa (2011), afirma que:

A postura da assessoria de imprensa deve se caracterizar essencialmente por sua abertura e acessibilidade; por sua precisão e profundidade de conhecimento sobre o que será abordado; e pelo profissionalismo e pela ética com que as situações serão levadas. Isso porque, dentro da prática da comunicação pública, os resultados devem convergir para que o cidadão, indivíduo inserido na sociedade, seja capaz de exercer seus direitos dentro do contexto no qual se encontra (COSTA, 2011, p. 27).

Duarte (2009) afirma que embora a imprensa seja um dos principais atores no campo da Comunicação Pública, somente ela não é suficiente para viabilizar o acesso pleno à informação.

Além das idiossincrasias e restrições naturais de formato (informação superficial, objetiva), direcionamento (unilateral) e alcance (limitado, mesmo nos de maior público), no dia a dia, cada veículo de comunicação de massa estabelece seus próprios critérios de seleção de temas, conteúdo e opiniões e a maneira de apresentá-los. (...) A imprensa pode e deve ser livre, mas não oferece comunicação a todos, nem na emissão nem na recepção – e não atua na perspectiva de participação e formação de consensos, até mesmo porque, além de fórum de debate, também é integrada, em grande medida, por atores privados comprometidos com seus próprios interesses (DUARTE, 2009, p. 04).

Dessa forma, são necessários outros meios para fortalecer a interlocução com o cidadão. Um deles são as ferramentas da web 2.0, que trazem uma infinidade de canais de comunicação direta com o público e ainda possibilitam o feedback dos usuários, essencial para a construção da participação cidadã e pública.

O termo web 2.0, popularizado em 2004, é utilizado para designar uma segunda geração de comunidades e serviços oferecidos na internet, focados não na atualização de especificações técnicas, mas na forma como é encarada a partir de um ambiente de interação e participação, com inúmeras linguagens e motivações, culminando na construção coletiva do conhecimento.

Com base nesse conceito, surgiram vários serviços online: redes sociais, páginas de vídeos, wikis, blogs, aplicativos, entre outros, todos com uma característica em comum – a participação efetiva do usuário nos dois sentidos da informação. Sem dúvida, a experiência da web 2.0 possibilita o exercício de uma Comunicação Pública mais democrática e acessível, permitindo o diálogo participativo.

A assessoria de imprensa, em uma definição bem resumida de Lopes (2003, p.19-20), tem como atribuição “administrar informações jornalísticas das fontes para os meios de comunicação e vice-versa, nas áreas pública e privada”. A definição obviamente se refere aos meios de comunicação tradicionais, no entanto, na atualidade, é imprescindível para o assessor estar ligado às mídias sociais, pois nelas o feedback é imediato.

4 I SUFRAMA E A COORDENAÇÃO GERAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Criada pelo Decreto-lei nº 288, de 28 de fevereiro de 1967, a Suframa é uma “entidade autárquica, com personalidade jurídica e patrimônio próprio, autonomia administrativa e financeira, com sede e foro na cidade de Manaus, capital do Estado do Amazonas” (artigo 10), com o objetivo de administrar as instalações e serviços da Zona Franca de Manaus (ZFM), criada pela mesma legislação. Atualmente, a Autarquia está vinculada ao Ministério da Economia.

Em 2017, a Suframa e o modelo Zona Franca de Manaus completaram 50 anos de existência em prol do desenvolvimento regional da Amazônia Ocidental (Acre, Amazonas, Rondônia e Roraima) e municípios de Macapá e Santana, no Amapá – área de abrangência da Autarquia.

O anexo I do Decreto nº 7.139, de 29 de março de 2010, que estabelece a estrutura regimental da Suframa, afirma, no artigo 6º, que à Coordenação Geral de Comunicação Social (CGCOM) compete “planejar, coordenar e supervisionar as atividades de comunicação social, publicação, divulgação institucional, relações públicas, eventos e acompanhamentos de matérias de interesse da Suframa”.

A coordenação geral é subdividida em Coordenação de Eventos (Coeve) e Coordenação de Comunicação Social (Codec), sendo a última o objeto de análise desta publicação.

Conforme Regimento Interno da Suframa aprovado pela Portaria MDIC nº 123 de 03/06/2008, à Coordenação de Comunicação Social compete (artigo 8º):

I - elaborar e executar o Plano Anual de Comunicação - PAC, em consonância com as diretrizes definidas pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República;

II - divulgar para a mídia em geral assuntos de interesse da SUFRAMA;

III - preparar e acompanhar entrevistas individuais e coletivas de interesse da SUFRAMA;

IV - produzir e distribuir publicações institucionais, internas e externas, voltadas à promoção e divulgação dos programas e ações da SUFRAMA;

V - produzir e distribuir clipping impresso e eletrônico;

VI - elaborar discursos e produção audiovisual de textos técnicos e palestras;

VII - elaborar e manter atualizado o material jornalístico e de promoção na página da SUFRAMA na Internet;

VIII - planejar, desenvolver e executar as ações de publicidade institucional; e

IX - prestar apoio técnico às demais unidades administrativas da SUFRAMA, concernentes às atividades de comunicação.

Conforme o Relatório de Atividades 2016 produzido pela Coordenação Geral de Comunicação Social, as atividades do ano foram pautadas na busca pelo fortalecimento da imagem institucional e na disseminação da importância da Autarquia e do modelo Zona Franca de Manaus para todo Brasil.

4.1 Balanço das Ações da Coordenação de Comunicação (CODEC)

Entre os destaques das atividades desempenhadas pela Codec em 2016, estão a produção e divulgação de press releases (matérias jornalísticas), notas e sugestões de pautas que buscaram ressaltar os principais fatos positivos envolvendo a instituição, bem como a replicação dos mesmos em mídias sociais, permitindo, assim, alcançar os mais diversos segmentos de público.

Outras atividades rotineiras são a organização de entrevistas individuais e coletivas; os atendimentos a solicitações de veículos de comunicação; a elaboração e atualização de material jornalístico de apoio (press kit); o resumo dos jornais do dia (Destaques do Dia); o acompanhamento das ações da superintendência e coordenações gerais; e as atualizações e aprovações de conteúdos no site institucional. Conforme já exposto, as atividades estão em consonância com as atribuições de uma assessoria de imprensa.

Em 2016, de acordo com os dados do Relatório de Atividades, a Coordenação de Comunicação Social produziu um total aproximado de 214 releases e notas, que foram encaminhados para diversos veículos e meios de comunicação, bem como inseridas no site da instituição e divulgadas nos canais oficiais da Autarquia nas redes sociais.

Entre os assuntos de maiores destaques que fomentaram os releases e notas estão: a regularidade na realização das reuniões do Conselho de Administração da Suframa, com presença frequente do ministro da Indústria, Comércio Exterior e Serviços, Marcos Pereira; o aniversário de 49 anos da Autarquia e do modelo Zona Franca de Manaus; a elaboração do Plano Diretor Industrial; a implantação e disseminação da Zona Franca Verde nos Estados do Acre, Rondônia, Roraima, Amazonas e Amapá; a readequação da Autarquia em busca de uma gestão com maior transparência, com adesão ao programa federal Gespública; a reativação do Posto de Atendimento da Suframa no aeroporto internacional Eduardo

Gomes; o envolvimento da Autarquia como coordenadora das ações do Plano Nacional da Cultura Exportadora no Amazonas; a formalização de parceria com a Prefeitura Municipal de Manaus para recuperação das vias do Distrito Industrial; e a confirmação do aumento salarial dos servidores.

Nota-se que todos os assuntos são de interesse da Autarquia, conforme prevê o regimento interno da Suframa e também os conceitos de assessoria de imprensa. O interesse público também é identificado nas pautas, seja de um público específico, como é o caso do empresariado que utiliza os serviços da Suframa, seja do público geral, uma vez que o modelo Zona Franca de Manaus é o grande motor da economia do Amazonas e também é responsável pela produção industrial de inúmeros bens de consumo que estão em todo o Brasil.

Foram realizados também aproximadamente 200 atendimentos a solicitações de veículos da imprensa, tanto de porte local e regional quanto nacional e internacional, contribuindo para aumentar o interesse dos meios de comunicação na cobertura sobre as atividades da Suframa e, principalmente, na publicação de matérias de interesse da Autarquia.

Conforme informações do Relatório de Atividades, no âmbito da comunicação interna, o informativo produzido em 2016 foi a Newsletter Suframa, implantado no final de 2015 e que, em 2016, teve 32 edições produzidas e divulgadas semanalmente, por e-mail, ao grupo de servidores da Autarquia, contribuindo, assim, para a socialização de informações de interesse dos funcionários ao mesmo tempo em que fomentou a harmonia nas relações internas entre as diversas coordenações. Há uma previsão de em 2017 implantar uma comunicação interna através da intranet da Autarquia, que permitirá os comentários dos servidores e colaboradores, fomentando o diálogo mais efetivo com o público interno, o que é uma das características da Comunicação Pública.

Nas mídias sociais, o Facebook foi o canal escolhido pela assessoria para intensificar a divulgação das ações da Suframa e os resultados do modelo Zona Franca de Manaus. Como resultado desse trabalho, de acordo com o Relatório de Atividades, no ano de 2016, foram realizadas 396 postagens na página institucional da Autarquia no Facebook, o que representa uma média mensal de 33 publicações, entre posts próprios e compartilhamentos. O alcance médio das postagens foi de 950 pessoas. As publicações com vídeos, utilizadas em maior escala durante o exercício de 2016, surtiram efeito positivo e foram as que obtiveram os melhores resultados, seguindo uma tendência da rede social. A página institucional começou o ano com 36.290 seguidores, e terminou com 37.150. A página também recebe constantes mensagens solicitando informações sobre serviços da Autarquia. Nesse sentido, de acordo com o teor da solicitação, a equipe da assessoria responde de imediato ou encaminha a solicitação para o setor que possa providenciar a resposta.

A Coordenação de Comunicação Social produz, desde 2009, o press-kit dos Indicadores de Desempenho do Polo Industrial de Manaus (PIM), publicação que envolve texto jornalístico, fotos e dados do PIM com a finalidade de facilitar a cobertura jornalística e estimular a publicação de assuntos de interesse da instituição. O press-kit é atualizado e publicado no site da Autarquia para subsidiar os veículos de comunicação, tornando-se fonte de dados para a imprensa.

Para monitorar as informações publicadas sobre a Autarquia na mídia, são realizadas duas atividades: os Destaques do Dia e o monitoramento de mídia online. A Suframa não dispõe de clipping, uma vez que o trabalho era desempenhado por colaboradores terceirizados que foram desligados com o encerramento do contrato.

A produção dos Destaques do Dia consiste em um resumo das principais notas e matérias de interesse da Autarquia publicadas nos jornais impressos de Manaus para serem levadas ao conhecimento do superintendente, superintendentes adjuntos e coordenadores-gerais das unidades administrativas. O material é providenciado via e-mail, todos os dias úteis de expediente, geralmente no intervalo entre 8h e 9h.

O monitoramento de mídia online é realizado através de processo de seleção de notícias mediante pesquisas utilizando palavras-chave, como “Suframa”, “Zona Franca de Manaus” e “Polo Industrial de Manaus”. Em caso de detecção de notícias de interesse da Autarquia, estas são imediatamente compartilhadas com a equipe de superintendentes para conhecimento e providências, no caso de matérias negativas ou que necessitem de resposta oficial da Autarquia.

A Suframa realiza, tradicionalmente, duas campanhas publicitárias, sendo uma institucional no mês de fevereiro, quando ocorre o aniversário da Autarquia e do modelo Zona Franca de Manaus, e outra em razão da Feira Internacional da Amazônia (FIAM), realizada a cada dois anos, além de inserções isoladas esporádicas. No entanto, no ano de 2016 não houve contrato com agência de publicidade institucional durante todo o exercício, fato que impediu a realização de campanhas publicitárias e também a produção de material institucional e de informativos impressos, com ênfase para a revista Suframa Hoje, publicação bimestral da autarquia com circulação nacional, e o Suframa Informando, informativo voltado ao público interno.

Por meio da Coordenação de Comunicação, a Suframa também realiza análises técnicas para a concessão de cotas de patrocínio a eventos e projetos de cunho educativo e cultural com base nas recomendações da Secretaria de Comunicação da Presidência da República (Secom-PR) e que estejam alinhados à missão institucional da Autarquia de contribuir para o desenvolvimento regional. No entanto, no ano de 2016, por conta do processo interno de revisão e atualização dos dispositivos legais que regem essa iniciativa, não foi possível o lançamento pela instituição de editais de seleção pública para projetos de patrocínio.

5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo abordou os conceitos de Comunicação Organizacional e de Comunicação Pública para apresentar os resultados das atividades desempenhadas pela Coordenação de Comunicação Social da Suframa no ano de 2016.

Diante do exposto, pôde-se constatar que os conceitos de Comunicação Pública estão se inserindo gradativamente no trabalho realizado pela Coordenação de Comunicação da Suframa. Dentre os assuntos de destaque do ano de 2016 abordados pela equipe de comunicação por meio de releases e notas, observam-se vários tópicos de interesse público, alguns voltados a determinados segmentos, como é o caso das reuniões do Conselho de Administração da Suframa, por exemplo, que aprovam projetos industriais e têm como público alvo os empresários; outros voltados à população como um todo, como é o caso da recuperação das vias do Distrito Industrial, por exemplo. É fato que o trabalho da Coordenação foi afetado pela falta de agência de publicidade, mas nota-se que as atividades desempenhadas no cotidiano focaram na relevância das informações para os diferentes públicos da Autarquia, sejam empresários, trabalhadores do Polo Industrial de Manaus, servidores e colaboradores, entre outros.

A utilização das redes sociais traz uma interação com o público externo a partir de comentários e perguntas na página da Suframa, que são imediatamente respondidas ou repassadas para os setores competentes providenciarem resposta. O trabalho ainda não é o ideal dentro dos conceitos de Comunicação Pública, mas já se configura como uma adequação da Autarquia diante da atual realidade comunicacional.

Dentre as atividades voltadas ao público interno, embora a produção do informativo interno tenha sido suspensa devido à ausência da agência de publicidade, a equipe produziu uma newsletter semanal, enviada por e-mail, e uma das metas da Coordenação para 2017 é implantar uma comunicação interna através da intranet da Autarquia, que incentivará o diálogo com o público interno através de comentários, o que é uma das características da Comunicação Pública.

As campanhas publicitárias, suspensas em 2016, também são ferramentas com potencial de inserir os conceitos da Comunicação Pública, informando à população a importância do modelo Zona Franca de Manaus não apenas para a região, mas para todo o Brasil e utilizando ferramentas, como sites ou mídias sociais, por exemplo, que permitam a interação do público com a campanha, constituindo, assim, mecanismos para a participação social.

Dessa forma, constata-se que ainda há espaço para incorporar os conceitos da Comunicação Pública no trabalho da comunicação da Suframa, sobretudo nas mídias sociais, na comunicação interna e nas campanhas publicitárias que foram suspensas em 2016.

REFERÊNCIAS

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Conceito de Comunicação Pública. In: DUARTE, Jorge. **Comunicação Pública**: estado, mercado, sociedade e interesse público. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009, p. 01-33.

BRASIL. Decreto-lei Nº 288, de 28 de fevereiro de 1967. Altera as disposições da Lei número 3.173 de 6 de junho de 1957 e regula a Zona Franca de Manaus. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/Del0288.htm>. Acesso em: 10 fev. 2017.

BRASIL. Decreto Nº 7.139, de 29 de março de 2010. Aprova a Estrutura Regimental e o Quadro Demonstrativo dos Cargos em Comissão e das Funções Gratificadas da Superintendência da Zona Franca de Manaus - SUFRAMA, e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Decreto/D7139.htm>. Acesso em: 10 fev. 2017.

BRASIL. Portaria MDIC nº 123 de 03/06/2008. Aprova o Regimento Interno da Superintendência da Zona Franca de Manaus – SUFRAMA. Disponível em: <<https://www.legisweb.com.br/legislacao/?id=206696>>. Acesso em: 10 fev. 2017.

COSTA, Juliana dos Santos Ferreira. SANTANA, Adriana Maria Andrade de (Orientadora). **Comunicação Pública, Assessoria de Imprensa e Compromisso com a Cidadania**: o caso IFPE. Monografia (Pós-graduação em Gestão da Comunicação Empresarial) – Faculdade Frassinetti do Recife, Recife, 2011.

DUARTE, Jorge. Instrumentos da Comunicação Pública. In: DUARTE, Jorge. **Comunicação Pública**: estado, mercado, sociedade e interesse público. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009, p. 59-71.

FARIA, Armando Medeiros de. Imprensa e Interesse Público. In: DUARTE, Jorge. **Comunicação Pública**: estado, mercado, sociedade e interesse público. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009, p. 174-179.

KOPPLIN, Elisa; FERRARETTO, Artur. **Assessoria de Imprensa**: teoria e prática. 3. ed. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2000.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. 4. ed. rev. atual. e amp. São Paulo: Summus, 2003.

LOPES, Boanerges. **O que é assessoria de imprensa**. São Paulo: Brasiliense, 2003.

SUFRAMA. **Relatório de Atividades 2016 da Coordenação Geral de Comunicação Social**. Manaus: 2016.

TORQUATO, Gaudêncio. **Cultura, Poder, Comunicação e Imagem**: fundamentos da nova empresa. 1. ed. São Paulo: Pioneira, 2002.

ZÉMOR, Pierre. As Formas de Comunicação Pública. In: DUARTE, Jorge. **Comunicação Pública**: estado, mercado, sociedade e interesse público. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009, p. 214-245.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Análise do Discurso 100, 105, 113, 115, 122, 271, 274, 276, 279, 281

Audiovisual 74, 76, 77, 84, 174, 200, 201, 206, 216, 239, 289, 295, 307, 320, 321, 322, 327, 328

C

Ciberfeminismo 135, 136, 137, 139, 140, 141, 142, 144, 145

Comunicação 1, 17, 21, 33, 34, 47, 58, 59, 60, 74, 75, 76, 98, 99, 111, 113, 123, 134, 135, 136, 139, 146, 147, 156, 157, 158, 173, 174, 175, 183, 184, 186, 196, 197, 200, 201, 207, 208, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 238, 239, 242, 243, 244, 245, 246, 248, 250, 253, 256, 257, 258, 260, 269, 283, 284, 285, 286, 288, 289, 290, 291, 296, 306, 317, 318, 326, 328, 329

Comunicação Visual 60, 161

Conhecimento 21, 23, 27, 30, 31, 32, 38, 51, 53, 65, 70, 71, 74, 76, 95, 98, 114, 121, 139, 141, 179, 187, 204, 210, 212, 214, 218, 222, 223, 230, 235, 237, 238, 243, 246, 250, 259, 261, 262, 263, 265, 268, 274, 298, 299, 318, 319, 323, 325

Construção 21, 37, 49, 55, 56, 73, 77, 87, 94, 97, 100, 102, 103, 104, 105, 106, 111, 113, 119, 120, 121, 123, 124, 127, 133, 138, 140, 141, 142, 168, 210, 212, 214, 234, 235, 236, 239, 240, 241, 242, 243, 250, 255, 259, 271, 272, 273, 281, 286, 312, 318, 319, 323, 325

Convergência 21, 27, 34, 36, 37, 47, 58, 73, 75, 98, 141, 204, 212, 262, 281, 282, 321, 327

Coronavírus 48, 50, 51, 52, 53, 56, 188, 189, 195, 205, 245, 246, 248, 249, 254, 256, 258, 259, 260, 263, 265, 267, 319

Crítério de Noticiabilidade 86

D

Deepfakes 60, 70

Desigualdades 22, 113, 117, 122, 268

Desinformação 51, 58, 60, 68, 258, 259, 267, 268, 269

Dilma Roussef 123

Discurso Político 100, 102, 103, 104, 105, 106, 110, 111, 112

E

Educação 4, 10, 17, 39, 50, 59, 71, 74, 76, 78, 79, 84, 92, 100, 108, 109, 110, 121, 185, 198, 207, 208, 210, 221, 225, 227, 230, 233, 234, 235, 236, 237, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 250, 253, 256, 269, 285, 286, 287, 288, 296, 310, 318, 319, 320, 326, 327, 328, 329

Ethos 100, 104, 105, 107, 108, 109, 111

F

Fake News 48, 50, 51, 53, 54, 55, 56, 57, 59, 60, 68, 72, 76, 116

G

Gênero 93, 99, 108, 110, 113, 114, 115, 117, 121, 122, 139, 142, 145, 180, 286

Greimas 113, 115, 116, 118, 121, 122

I

Imaginários 100, 104, 105, 106, 109, 110, 111, 176

Informação 21, 24, 26, 33, 35, 37, 38, 40, 43, 44, 45, 46, 49, 50, 51, 55, 57, 58, 62, 63, 65, 67, 69, 71, 75, 76, 78, 79, 83, 92, 96, 97, 102, 117, 118, 120, 136, 137, 139, 140, 141, 142, 144, 146, 148, 155, 156, 180, 187, 196, 197, 210, 211, 213, 214, 223, 224, 228, 229, 235, 236, 237, 238, 240, 242, 244, 245, 246, 253, 254, 255, 261, 263, 265, 266, 268, 269, 272, 273, 275, 281, 282, 287, 300, 318, 319, 323, 325, 326, 328

Inteligência Artificial 60, 64, 65, 66, 67, 301

J

Jair Bolsonaro 52, 90, 100, 101, 106, 107, 108, 109, 110, 205

Jornalismo 33, 34, 42, 46, 47, 48, 49, 50, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 72, 74, 76, 77, 84, 86, 87, 88, 95, 96, 98, 99, 114, 136, 146, 187, 212, 213, 226, 231, 233, 234, 236, 237, 258, 259, 260, 261, 262, 263, 265, 266, 267, 268, 269, 271, 273, 276, 281, 282, 283, 285, 286, 288, 289, 296, 318, 320, 321, 324, 327, 329

M

Mídias Sociais 35, 52, 57, 63, 68, 86, 91, 98, 113, 147, 148, 149, 150, 153, 154, 159, 166, 208, 209, 215, 216, 217, 219, 299, 321

Moda 123, 124, 125, 129, 130, 131, 134, 136, 137, 139, 144, 145, 178

N

Narrativas Jornalísticas 21, 95, 98, 273, 277

P

Pandemia 22, 48, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 58, 151, 184, 185, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 205, 245, 246, 248, 249, 250, 253, 254, 255, 256, 257, 258, 259, 260, 262, 263, 264, 265, 266, 267, 268, 319, 320, 321

Participação 10, 16, 21, 23, 25, 26, 96, 111, 141, 145, 146, 184, 205, 210, 212, 214, 219, 227, 228, 234, 237, 238, 240, 242, 253, 254, 293, 294, 295, 302, 319, 320, 321, 322, 323, 325, 327

Política 1, 2, 4, 5, 7, 8, 14, 15, 24, 39, 50, 51, 58, 68, 70, 71, 72, 92, 100, 102, 103, 104,

110, 111, 114, 118, 119, 120, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 130, 133, 136, 140, 176, 183, 204, 211, 235, 238, 259, 261, 267, 269, 274, 277, 278, 279, 280, 282, 297, 298, 300, 303, 304, 305, 310

Pós-Verdade 48, 52, 54, 58, 59, 60, 68, 69, 71, 72

R

Rede Social 34, 35, 37, 44, 45, 46, 70, 92, 93, 138, 159, 160, 162, 169, 203, 217

Remediação 34, 35, 36, 46, 47

S

Semiótica 62, 72, 113, 122, 134, 329

T

Tejornalismo 74, 76, 77, 78, 84, 85, 265, 290

Televisualidades 74, 77, 78, 84, 85

Teorias do Jornalismo 86, 87, 98

Twitter 23, 50, 52, 70, 88, 89, 111, 113, 114, 115, 120, 121, 135, 136, 141, 142, 143, 144, 150, 152, 153, 157, 160, 162, 167, 169, 171, 306, 307, 309, 310, 315, 316

V

Valores Jornalísticos 48, 50, 51, 54, 56, 57, 58, 59

Valor-Notícia 34, 38, 41, 86, 90, 91, 93, 94, 95, 97, 98

Vínculos Sociais 21, 28

Torre de Babel:

Créditos e Poderes da Comunicação



www.atenaeditora.com.br 

contato@atenaeditora.com.br 

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

www.facebook.com/atenaeditora.com.br 

Torre de Babel:

Créditos e Poderes da Comunicação



www.atenaeditora.com.br 

contato@atenaeditora.com.br 

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

www.facebook.com/atenaeditora.com.br 