

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 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/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 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. 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: Kimberly 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 enseja, 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, estereotopia 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 18

CONSIDERAÇÕES SOBRE A IMPORTÂNCIA E O PAPEL DA COMUNICAÇÃO INTERNA NAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR

Data de aceite: 01/03/2021

Data de submissão: 26/12/2020

Sylvia Cristina de Azevedo Vitti

Mestre em Educação -Centro Universitário Salesiano de São Paulo/ UNISAL, SP
Faculdade de Tecnologia de Piracicaba (FATEP). Piracicaba, SP
<http://lattes.cnpq.br/7397900060132418>

RESUMO: Este trabalho apresenta algumas considerações sobre as vantagens das estratégias da Comunicação Interna para melhoria do relacionamento nas Instituições de Ensino Superior, com foco no setor privado. O estudo é uma revisão de literatura com base em autores diversos sobre Comunicação Interna nas organizações e instituições privadas de ensino superior. Estas instituições têm passado por transformações no atual contexto educacional e empresarial, o que impacta seus modelos de gestão e exige adaptação para manterem um bom desempenho e competitividade, buscando estratégias que fortaleçam os vínculos entre seu público interno e a instituição. Conclui-se que a Comunicação Interna é uma ferramenta indispensável para a melhoria dos processos comunicacionais internos da instituição, que permeiam processos administrativos, pedagógicos e a própria cultura da instituição.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Empresarial, Comunicação Interna, Instituições de ensino superior.

THOUGHTS ON THE IMPORTANCE AND ROLE OF THE INTERNAL COMMUNICATION IN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

ABSTRACT: This paper presents some thoughts on the advantages of internal communication strategies to improve the relationship in higher education institutions, focusing on the private sector. The study is a literature review based on several authors on Internal Communication in private organizations and institutions of higher education. These institutions have undergone transformations in the current educational and business context, which impacts their management models and requires adaptation to maintain good performance and competitiveness, seeking strategies that strengthen the links between their internal public and the institutions. It is concluded that internal communication is an indispensable tool for the improvement of the internal communication processes of the institutions, which permeate administrative and pedagogical processes and the institution's own culture.

KEYWORDS: Business Communication, Internal Communication, Higher Education Institutions.

1 | INTRODUÇÃO

A comunicação sempre foi fator essencial para os seres humanos, uma vez que o processo comunicativo é parte inerente da vida das pessoas e seu aprimoramento e evolução seguem a evolução humana. É através da linguagem e da vida em sociedade que ocorrem

as interações sociais, permitindo aos seres humanos a comunicação e a apropriação dos conhecimentos já gerados pela humanidade. Desta forma, o ser humano consegue transmitir às gerações seguintes sua história e cultura (VYGOTSKY, 1994).

A importância do processo de comunicação vem sendo objeto de interesse de estudiosos no mundo inteiro, mas não se restringe somente à vida pessoal em sociedade. Este interesse passou a ser voltado também para o mundo do trabalho e das organizações, uma vez que as relações profissionais e a comunicação dentro do ambiente organizacional tornaram-se vitais para o processo produtivo nas empresas. A comunicação sempre foi uma necessidade humana e no mundo empresarial não pode ser vista de forma diferente.

Segundo Kunsch, no contexto da sociedade contemporânea e no mundo do trabalho:

A comunicação, em primeiro lugar, tem que ser entendida como parte inerente à natureza das organizações. Essas são formadas por pessoas que se comunicam entre si e que, por meio de processos interativos, viabilizam o sistema funcional para sobrevivência e consecução dos objetivos organizacionais num contexto de diversidades e de transações complexas. Portanto, sem comunicação as organizações não existiriam. A organização é um fenômeno comunicacional contínuo (KUNSCH *apud* MARCHIORI, 2006, p. 167).

De acordo com Kunsch (2006), a comunicação organizacional é composta por todas as formas de comunicação dentro de uma organização: a comunicação institucional, a comunicação interna, a comunicação administrativa e a comunicação mercadológica. Segundo essa autora, a Comunicação Interna é um setor planejado, com objetivos bem definidos, para viabilizar toda a interação entre a organização e seus colaboradores.

Entretanto, distorções no conteúdo das mensagens compartilhadas entre funcionários no ambiente de trabalho, podem ocorrer e, desta forma, o processo comunicacional nem sempre é eficaz. Surge daí a necessidade de aprimorar as técnicas e estratégias comunicativas no interior das empresas, de forma a tornar a comunicação mais efetiva. O trabalho em equipe, a cooperação, o envolvimento dos funcionários, a transparência e a cultura do diálogo, por exemplo, favorecem a boa comunicação interpessoal e contribuem para evitar as falhas, ou os ruídos, no processo comunicacional (PIMENTA, 2004).

Segundo Pimenta (2004), as empresas utilizam-se de meios e estratégias variados para interagir com seus diversos públicos, externo e interno, sendo que este último engloba os colaboradores de uma empresa. Com relação à comunicação envolvendo o público interno, faz-se necessário integrar, informar e envolver de forma eficiente os funcionários nas trocas de conhecimento e informações que ocorrem dentro da instituição, fazendo com que eles sintam-se motivados, parte integrante e essencial da organização. Neste contexto consideramos incluídas as Instituições de Ensino Superior do setor privado.

No presente trabalho são apresentadas algumas reflexões sobre a importância da Comunicação Interna nas organizações, de modo geral e, em particular, nas Instituições de Ensino Superior. Para discutir o cenário, este artigo traz uma revisão de literatura pertinente

ao tema que trata da Comunicação Interna nas Instituições privadas de Ensino Superior. A intenção é refletir brevemente sobre a importância da Comunicação Interna como ferramenta estratégica nas empresas, tendo como foco as Instituições de Ensino Superior do setor privado, com base em autores que tratam desta temática em sua obra. Pretende-se ainda refletir sobre as vantagens e os benefícios das estratégias de Comunicação Interna para a melhoria do relacionamento entre público interno e instituição educacional.

21 ALGUMAS CONSIDERAÇÕES SOBRE A COMUNICAÇÃO INTERNA

De acordo com Leite (2006), a Comunicação Interna refere-se aos relacionamentos e aos processos de trocas de informações e mensagens que ocorrem no interior de uma empresa ou instituição. Ela é responsável por fazer a informação e o conhecimento circularem entre os diversos níveis hierárquicos que compõem a instituição. A Comunicação Interna nem sempre teve seu valor reconhecido nas empresas ou foi entendida como uma ferramenta essencial na melhoria dos relacionamentos entre os integrantes de uma organização. Porém, para Marchiori (2001, *apud* LEITE, 2006) a busca da valorização da Comunicação Interna deve ser vista como uma estratégia empresarial básica para os que desejam a efetividade de sua organização. A boa Comunicação Interna tem relação direta com o sucesso da organização.

Atualmente, sabe-se que qualquer organização, seja ela de grande porte ou não, precisa promover a boa Comunicação Interna para garantir o sucesso de sua comunicação. Segundo Endo (2007), o ambiente empresarial de alta competitividade observado nos dias de hoje, implica em uma melhor gestão da comunicação nas diversas organizações. Dentre estas, estão incluídas também as empresas que atuam no setor educacional. Ainda de acordo com a autora, o segmento educacional brasileiro vem ganhando destaque e sofrendo diversas transformações decorrentes da globalização e de sua expansão, principalmente o ensino superior. O setor privado do ensino superior vem dominando o cenário educacional no Brasil, atraindo imensa quantidade de alunos e operando nos moldes empresariais, em um cenário de alta competitividade.

Assim, é possível argumentar que as Instituições de Ensino Superior privadas necessitam que seus diversos departamentos, de comunicação e administrativos, estejam envolvidos em promover a boa integração entre seu público interno, composto por professores, coordenadores, gestores, funcionários, entre outros atores internos que fazem parte da instituição. Esta é uma atividade que demanda planejamento, visto a complexidade de uma instituição de ensino e a diversidade de pessoal que compõe seu público interno.

A comunicação deve ser trabalhada dentro das empresas para que se possa alcançar resultados positivos, pois a Comunicação Interna é a ferramenta utilizada no ambiente corporativo para que os colaboradores de uma instituição sintam-se motivados, aptos a serem ouvidos e possam sentir-se parte efetiva da corporação. Neste caso, ela

atua como fator responsável por integrar os colaboradores, fazendo com que eles estejam mais comprometidos com a instituição onde trabalham (KUNSCH, 2006).

Segundo Kreps (1990), a Comunicação Interna refere-se ao padrão de mensagens compartilhado pelos membros de uma corporação, ou seja, ela é a interação humana que ocorre entre os membros de uma organização. Este tipo de comunicação vem sendo cada vez mais valorizado e tornou-se imprescindível às empresas. Desta forma, estudos envolvendo este tema são necessários para se aumentar a compreensão sobre este tipo particular de comunicação e levantar novos questionamentos e reflexões sobre o tema, que é pertinente a todos os tipos de organizações corporativas.

Para Marchesi (2005), entende-se como público interno o conjunto de colaboradores de uma empresa e seus familiares. Segundo o autor, este é um público estratégico, uma vez que é o maior avalista da reputação de uma empresa. Porém, conforme Pimenta (2004), a estrutura tradicional de uma empresa geralmente não dá espaço para que seus colaboradores se expressem de forma plena, no que diz respeito à expressão de sentimentos e emoções. Conseqüentemente, este ambiente pode desmotivar o corpo de trabalhadores, sendo responsável por uma queda no processo produtivo. As relações comunicativas costumam ser complexas e imprevisíveis e a gestão da comunicação interna representa um grande desafio às empresas. Conseqüentemente, lidar com o fator humano e a questão da comunicação é vital para o sucesso da corporação.

Kunsch (2006) salienta que a comunicação entre pessoas tem natureza conversacional e envolve a troca de informação, seja ela verbal ou não-verbal. Esta é uma relação única, que deve ser levada em conta pelas organizações no intento de propiciar um ambiente adequado aos relacionamentos interpessoais no ambiente de trabalho, visando uma comunicação adequada. Segundo Kunsch (2006), Kreps (1995, p.28) defende a comunicação como um processo de organização e enfatiza a importância da comunicação humana nas relações das pessoas no ambiente organizacional, afirmando que:

A comunicação é um processo dinâmico e contínuo. É o processo que permite aos membros da organização trabalhar juntos, cooperar e interpretar as necessidades e as atividades sempre mutantes da organização. A comunicação humana não começa e nem termina. As pessoas estão envolvidas constantemente com a comunicação consigo mesmas e com outras, especialmente na vida da organização. A vida da organização proporciona um sistema de mensagens especialmente rico e variado. Os membros da organização devem ser capazes de reconhecer e interpretar a grande variedade de mensagens disponíveis para que lhes permitam responder de maneira apropriada a distintas pessoas e situações. Não pode existir sem comunicar-se. A comunicação é uma realidade inevitável de pertinência a uma organização e da vida em geral (KREPS *apud* KUNSCH, p.03, 2006).

Assim, Kunsch (2006) ressalta a importância da valorização da comunicação nas organizações, cujo grande objetivo é o entendimento entre as pessoas.

A comunicação interna, quando inadequada e apresentando ruídos, isto é, barreiras à comunicação, gera inúmeros problemas, como discórdias e conflitos internos, além de desperdícios de múltiplas naturezas à organização. No atual competitivo mercado, a comunicação eficiente pode se constituir em um grande diferencial.

31 AS INSTITUIÇÕES PRIVADAS DE ENSINO SUPERIOR NO CENÁRIO ORGANIZACIONAL: O DESAFIO DA COMUNICAÇÃO INTERNA

Segundo o Ministério da Educação, as Instituições brasileiras de Ensino Superior vêm aumentando em número ao longo dos últimos anos e observa-se também sua expansão e a ampliação do acesso de alunos ao ensino superior. A partir da década de 1990, de acordo com a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional 9394/96, esta expansão foi favorecida pela diferenciação entre as instituições, que passaram a se organizar como instituições públicas e privadas, centros universitários, institutos federais e faculdades (BRASIL, 1996).

Na segunda metade do século XX, conforme Schwartzman (1993), houve um aumento no número de instituições privadas de ensino superior no Brasil, acompanhado de uma elevação no número de matrículas. Desde os anos 1970, a expansão do sistema de educação superior, demandada pelas parcelas de brasileiros de regiões mais urbanas e industrializadas, permitiu que cada vez mais pessoas pudessem ter acesso a este nível de instrução.

Atenta às novas demandas e possibilidades, a iniciativa privada mobilizou-se rapidamente no intuito de oferecer ao mercado a possibilidade de estudos em nível superior para aqueles desejosos desta formação, ultrapassando o setor público na oferta de cursos superiores. Segundo o Censo da Educação Superior Brasileira de 2018, 88,2% das instituições de ensino superior no Brasil são privadas e 11,8% são públicas (BRASIL, 2019). Da mesma forma, houve um aumento também na oferta de cursos de pós-graduação, tanto na modalidade presencial, quanto à distância. A oferta abundante de cursos de graduação, assim como de pós-graduação, hoje é direcionada a um público amplo e muito heterogêneo (SAMPAIO, 2011).

Nesse cenário, a importância das instituições privadas de ensino superior, por serem maioria no Brasil, na formação do desenvolvimento pessoal e na capacitação de indivíduos para atuarem de forma ampla e autônoma na sociedade já é bem conhecida. Além disto, a dinâmica nas relações interpessoais observada em tais instituições assemelha-se em grande parte à dinâmica encontrada em grandes empresas. O contexto no qual atuam estas instituições é de grande competitividade e exigência. Deste modo, torna-se pertinente relacionar a comunicação e tais instituições educacionais. Trabalhos focados nesta temática justificam-se por poderem contribuir com a melhoria dos modelos de gestão da comunicação interna de instituições de ensino superior, melhorando também as relações com seu público interno.

A comunicação entre o corpo de colaboradores de uma instituição educacional pauta-se pela complexidade das relações de trabalho entre funcionários e empresa, em um contexto que sofre rápidas transformações. No dia a dia de uma instituição educacional surgem problemas no processo comunicativo, como falta de diálogo e transparência, pouca abertura para a exposição de ideias e posicionamentos perante os administradores e gestores, entre outros problemas, que acabam impactando diretamente a vida de todos os colaboradores e, também, dos alunos.

Os desafios a serem superados e os ajustes a serem efetuados na comunicação dentro das instituições privadas de ensino superior são inúmeros e a melhoria da Comunicação Interna através de um planejamento estratégico é uma ferramenta útil e valiosa, como observam Luz *et al.*, (2015).

4 | A COMUNICAÇÃO INTERNA NAS INSTITUIÇÕES PRIVADAS DE ENSINO SUPERIOR

As empresas atuam com públicos diversos que trabalham em conjunto e cujas relações são interdependentes. A comunicação eficaz entre estas partes é essencial para favorecer sua atuação alinhada e condizente aos objetivos da corporação, além de motivar e fazer com que os funcionários sintam-se parte integrante da empresa, promover o bom clima organizacional e o bom desempenho de todos.

Para Kunsch (2006) a comunicação é parte da natureza das empresas, que são integradas por pessoas que estabelecem relação entre si, viabilizando o sistema funcional da corporação. Tudo isto ocorre em um contexto complexo e de grandes diversidades. Para a autora, as organizações não existiriam sem a comunicação, uma vez que estas estão inseridas em um contínuo processo comunicacional. Neste contexto a Comunicação Empresarial torna-se essencial.

A Comunicação Empresarial caracteriza-se atualmente, como o somatório de todas as atividades de comunicação da empresa. É uma atividade multidisciplinar que envolve métodos e técnicas de relações públicas, jornalismo, assessoria de imprensa, *lobby*, propaganda, promoções, pesquisa, *endomarketing* e *marketing* (PIMENTA, 2004, p. 99).

Pode-se entender então a Comunicação Empresarial como um conjunto de ações estratégicas utilizado pelas empresas na intenção de comunicar mensagens e informações e se fazer escutar pelos seus diversos públicos.

A Comunicação Organizacional estratégica:

[...] assume um papel relevante no contexto social e das organizações. Frente às transformações que vêm ocorrendo continuamente e as grandes incertezas globais presentes na contemporaneidade, não há mais espaço para uma comunicação meramente instrumental, técnica e tática (KUNSCH, 2018 p. 20).

Bueno (2014, p. 10) também afirma que a Comunicação Empresarial está “identificada com um sistema complexo de conhecimentos e práticas e que diz respeito às relações entre uma organização e seus distintos públicos de interesse”.

O fato de as organizações serem compostas por pessoas que possuem os mais diferentes universos cognitivos e as mais diversas culturas e visões de mundo implica por si só a complexidade que é pensar a comunicação nas organizações ou as organizações como comunicação (KUNSCH, 2006, p. 02).

Levando-se em consideração os públicos distintos com os quais as empresas estabelecem interface, estes são divididos em público externo e interno. Pimenta (2004) esclarece que o público externo é constituído pela sociedade, como o governo, os políticos, formadores de opinião e consumidores. Já o público interno é formado por funcionários da empresa, seus fornecedores e parceiros.

Com relação ao público interno, a comunicação estabelece interações que desenvolvem o processo comunicativo no interior das corporações. Através dos fluxos de comunicações que se estabelecem dentro da empresa ocorre a circulação de mensagens. De acordo com Marchiori (2010), a comunicação empresarial atua na perspectiva de seus fluxos ascendentes e descendentes, sendo que organizações que possuem uma postura administrativa mais funcionalista devem ter suas práticas gerenciais estimuladas para além do alcance da eficácia organizacional.

A Comunicação Interna é responsável por fazer circular estas mensagens e promover as relações entre os colaboradores, desenvolvendo um clima favorável, contribuindo para a boa imagem institucional e motivando o corpo de colaboradores. Ela contribui também para minimizar as falhas, ou ruídos, nos processos comunicacionais, que prejudicam o processo de transmissão de mensagens. A boa Comunicação Interna é fundamental para uma comunicação eficaz, que é essencial para o sucesso da organização. A gestão da Comunicação Interna faz-se fundamental em qualquer organização (MARCHIORI, 2010).

Foi com o advento da globalização que as empresas passaram a valorizar mais a Comunicação Interna, uma vez que mudanças ocorreram no âmbito dos mercados e do consumidor. As transformações decorrentes do processo de globalização afetaram todas as áreas, trazendo também mudanças para o mundo empresarial. A competitividade acirrou-se, aumentando a concorrência em todos os setores da economia, tornando fundamental um olhar mais atento à Comunicação Interna, uma vez que para uma empresa prosperar em um cenário globalizado ela necessita da participação e do envolvimento de seus colaboradores (KUNSCH, 2018).

Este cenário de grandes mudanças também afetou a educação e as instituições de ensino de modo geral. As Instituições privadas de Ensino Superior, que atualmente constituem maioria entre as instituições de ensino superior no Brasil, também se viram inseridas em um mercado cada vez mais competitivo. Isso fez com que sentissem a

necessidade de se ajustar e se adequar ao novo contexto, uma vez que disto também depende sua sobrevivência. Elas passaram a assumir uma postura mais ativa diante das práticas comunicativas, sendo que esta busca pela melhoria da comunicação evidencia a importância da Comunicação Interna para estas instituições (SILVA; VILAÇA, 2008).

A Comunicação Interna tem como uma de suas funções a promoção de um clima organizacional favorável entre os colaboradores de uma corporação, o que contribui para fortalecer a sensação de pertencimento e a identidade do colaborador com a empresa. Isto melhora a imagem empresarial junto ao corpo de funcionários, promovendo a participação, o envolvimento e a motivação do público interno. As mudanças e transformações pelas quais passam nossa sociedade impactam as organizações de forma geral, alterando também o cenário educacional. Portanto, surgem novas exigências que demandam um novo olhar das instituições de ensino superior em relação a gestão acadêmica, financeira, administrativa, pedagógica, entre outras (SILVA; VILAÇA, 2008).

A busca permanente por melhorias na intenção de atender as novas exigências denota a importância da gestão nestas instituições, evidenciando a relevância da comunicação interna. Para tanto, Silva e Vilaça (2008) enfatizam que as instituições de ensino superior vêm se esforçando para tornar suas ações junto ao público interno mais dinâmicas, criando canais e melhorando o fluxo da informação e sua clareza. É essencial a melhoria da gestão em instituições de ensino superior através de procedimentos administrativos que alinhem os conteúdos da informação e promovam o entendimento entre seus diversos públicos (PORÉM; KERBAU, 2010). As autoras destacam a importância de colaboradores, professores, alunos, entre outros neste processo, uma vez que o sucesso da gestão da comunicação depende também da estratégia de comunicação empregada com estes atores.

5 | A COMUNICAÇÃO INTERNA COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA PARA AS INSTITUIÇÕES PRIVADAS DE ENSINO SUPERIOR

A Comunicação Interna é a ferramenta que irá permitir, no âmbito de uma instituição educacional, que setores administrativos possam lidar de forma eficaz com o fluxo de informação que circula dentro destas organizações. Para que a comunicação se dê de forma eficiente, esta deve ser construída com a participação do público interno da organização, através da integração dos setores e atores que a constituem. Vigneron (2000, *apud* SILVA; VILAÇA, 2008) destaca a importância do líder no processo de comunicação interna e a confiança que este deve ter em seus colaboradores para que o relacionamento interno tenha êxito. Nas instituições de ensino superior, estes líderes podem ser reconhecidos nas figuras do diretor e coordenadores, por exemplo.

Dorneles, Salvagni e Nodari (2017), afirmam que a liderança estratégica é um diferencial nas empresas, atuando como fator essencial para a tomada de decisões e para a promoção de um melhor ambiente de trabalho. Os autores lembram que as atividades

na corporação implicam em lidar com o fator humano e que o líder tem função essencial na motivação e gestão dos funcionários, na análise e na solução de conflitos entre setores e equipes. Os líderes devem atuar positivamente na resolução de impasses de gestão, fortalecendo o relacionamento pessoal por meio do respeito à individualidade e às necessidades daqueles com quem trabalham.

Outra questão levantada por Silva e Vilaça (2008) que deve ser considerada quando se deseja uma Comunicação Interna de qualidade diz respeito aos instrumentos que farão a intermediação entre a instituição e seu público interno. Os canais formais de comunicação como reuniões, relatórios, manuais, jornais, circulares, material eletrônico, murais, entre outros, vão oferecer a via oficial para a circulação de informação. Esta via deve ser bem planejada e administrada, permitindo também que o colaborador se expresse e receba *feedback* para que a rede informal de informações, propagada na forma de conversas livres e boatos, não ganhe espaço.

Bueno (2014) ressalta que a Comunicação Interna nas organizações deve fluir não apenas de cima para baixo na hierarquia empresarial, mas também de forma ascendente e horizontalmente.

Assim, pode-se perceber que a comunicação deve ser uma via de mão dupla, uma vez que a falta do *feedback* traz consequências negativas às instituições, como desconhecimento, desacordos, perda de tempo, entre outras. A rede informal contribui para a criação de informação errada e para a distorção de mensagens. Quando esta situação ocorre, afetando negativamente o clima organizacional, os colaboradores sentem-se confusos, ansiosos e desmotivados. Desta forma, o uso adequado dos canais internos de comunicação e a obtenção de informação de fontes confiáveis, como os líderes, permite a integração do público interno com a instituição onde trabalham. Isto faz com que os colaboradores se sintam respeitados e valorizados, uma vez que recebem as informações devidas e têm oportunidade de se expressar.

Concordando com os autores, as informações relevantes dentro da instituição devem ser compartilhadas entre seus diversos setores e se apresentarem disponíveis a tempo de permitir que os colaboradores se manifestem e se posicionem a respeito, buscando, assim, uma interação participativa. Da mesma maneira, pode-se perceber que gestores e colaboradores devem atuar em conjunto na busca por estratégias de comunicação que melhorem o fluxo de informações e proporcionem um ambiente corporativo propício e que estimule a colaboração, satisfação e atuação de todos.

6 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

As Instituições privadas de Ensino Superior têm sofrido transformações diante do atual contexto educacional e empresarial, o que impacta seus modelos de gestão acadêmica e exige que elas se adaptem para manterem sua competitividade e a qualidade

de seus serviços. Para tanto, devem se posicionar de forma ativa na busca por estratégias de comunicação interna, com vistas a fortalecer os vínculos entre seu público interno e a instituição. Essa importante ferramenta, que é a Comunicação Interna, é essencial para lidar com seu público interno, colaboradores diversificados e estratégicos importantes para o bom funcionamento e manutenção da boa reputação de uma empresa.

O contato pessoal entre colaboradores inseridos no contexto de uma instituição educacional, deve levar em conta que o processo comunicacional precisa atuar nos dois sentidos, devendo ser uma via de mão dupla. O diálogo entre colaboradores e gestores/líderes deve ser promovido por meio também de canais formais de comunicação interna. Para isso, é necessária a adoção de estratégias de comunicação organizacional que privilegiem a troca de informações e experiências, sua qualidade e credibilidade, assim como o contato humano, auxiliando na gestão comunicacional e de relacionamentos e permitindo que a organização conheça melhor seu público interno, suas necessidades e anseios.

O artigo reúne autores que ilustram como uma instituição de ensino superior deve entender esse tipo de contato como parte fundamental nas ações de Comunicação Interna, uma vez que a instituição é um local no qual o conhecimento é compartilhado e difundido e onde se trabalha para a formação de cidadãos que irão contribuir positivamente com a sociedade.

Portanto, as boas práticas e estratégias de Comunicação Interna devem ser observadas, adaptadas constantemente e levadas em consideração, em um esforço conjunto entre instituição e público interno. A gestão da comunicação deve atuar na intenção de melhorar os processos comunicacionais internos da instituição, que permeiam os processos administrativos, pedagógicos e a própria cultura da instituição.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Senado Federal. **Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional n. 9.394/96**. Brasília, 1996. [recurso eletrônico]. 8. ed. Brasília: Câmara dos Deputados, Edições Câmara, 2013. Disponível em: https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/529732/lei_de_diretrizes_ebases_1ed.pdf. Acesso em: 18 abr. 2020.

BRASIL. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP). **Censo da Educação Superior 2018 - Notas Estatísticas**. Brasília, 2019. Disponível em: <http://portal.inep.gov.br/web/guest;censo-da-educacao-superior>. Acesso em: 18 mar. 2020.

BUENO, W. da C. **Comunicação Empresarial: alinhando teoria e prática**. 1ª ed. São Paulo: Editora Manole, 2014, 246 p.

DORNELES E. L.; SALVAGNI J.; NODARI C. N. A liderança como diferencial nas organizações: um estudo sobre a percepção dos gestores. **HOLOS**, ano 33, v. 08, p. 172-190, 2017. Disponível em: <file:///C:/Users/Particular/Downloads/4151-17454-1-PB.pdf>. Acesso em: 11 jun. 2020.

ENDO, A. C. B. A gestão da comunicação em universidades. *In: INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO XXX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO*. 2007, Santos. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1376-1.pdf>. Acesso em: 16 mai. 2020.

KREPS, G. **Organizational Communication** - Theory and Practice. 2ª ed. New York: Longman. 1990. 331 p.

KUNSCH, M. M. K. Comunicação organizacional: conceitos e dimensões dos estudos e das práticas *In: MARCHIORI, Marlene. Faces da cultura e da comunicação organizacional*. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2006, pp.167-190. Disponível em: <http://professor.pucgoias.edu.br/SiteDocente/admin/arquivosUpload/11868/material/Comunica%C3%A7%C3%A3o%20organizacional%20conceitos%20e%20dimens%C3%B5es%20dos%20estudos%20e%20das%20pr%C3%A1ticas.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2020.

KUNSCH, M. M. K. A comunicação estratégica nas organizações contemporâneas. **Media & Jornalismo**, v. 18, n. 33, p. 13-24, 2018. Disponível em: <http://www.scielo.mec.pt/pdf/mj/v18n33/v18n33a02.pdf>. Acesso em: 19 mar. 2020.

LEITE, Q. A. G. A importância da Comunicação Interna nas organizações. *In: Universia Brasil*. 2006. Disponível em: <https://noticias.universia.com.br/destaque/noticia/2006/05/05/442402/mportncia-da-comunicao-interna-nas-organizaes.html>. Acesso em: 20 mar. 2020.

LUZ, D. O.; RIBEIRO, M. J.; OLIVEIRA, R. R. X.; OLIVEIRA, R. P. A. Os problemas da comunicação empresarial numa instituição de ensino superior no Recife. **Cadernos de Graduação - Ciências humanas e sociais**. Recife. v. 02, nº 01, p. 29-38, nov., 2015. Disponível em: <file:///C:/Users/Particular/Downloads/3051-8839-1-SM.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2020.

MARCHIORI, M. Os desafios da comunicação interna nas organizações. **Conexão - Comunicação e Cultura**, USC, Caxias do Sul, v. 09, n. 1. P. 145-159, jan/jun. 2010. Disponível em: http://www.uel.br/grupo-estudo/gecorp/images/os_desafios_de_comunica%C3%A7%C3%A3p_interna.pdf. Acesso em: 21 mar. 2020.

MARCHESI, A. Comunicação Interna: Fator Humano como Diferencial Competitivo. *In: NASSAR, Paulo (org.). Comunicação Interna: A Força das Empresas*. Vol. 2. São Paulo: ABERJE, 2005. cap. 3, p. 45-51.

PIMENTA, M. A. **Comunicação Empresarial**. 4ª ed. Campinas: Editora Alínea, 2004. 224 p.

PORÉM, M. E.; KERBAUY, M. T. M. Um estudo de caso sobre a importância da comunicação organizacional nas instituições privadas de ensino superior (IPES). **Gestão Universitária**, v. 226, p. 1-17, 2010. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11449/124676>. Acesso em: 29 mai. 2020.

SAMPAIO, H. O setor privado de ensino superior no Brasil: continuidades e transformações. **Revista Ensino Superior / UNICAMP**, Campinas, (documento online), p. 28-43, out.,2011. Disponível em <https://www.revistaensinosuperior.gr.unicamp.br/artigos/o-setor-privado-de-ensino-superior-no-brasil-continuidades-e-transformacoes>. Acesso em: 29 mai. 2020.

SCHWARTZMAN, S. Policies for higher education in Latin America: the context. **Higher Education: The International Journal of Higher Education and Educational Planning** 25 (1), 9-20, 1993.

SILVA, P. B.; VILAÇA, W. P. T. Comunicação interna em instituições de ensino superior. *In: administradores.com*, abr., 2008. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/comunicacao-interna-em-instituicoes-de-ensino-superior>. Acesso em: 18 mar. 2020.

VYGOTSKY, L.S. **A Formação Social da Mente**. 3ª. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1994. 191 p.

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

Critério de Noticiabilidade 86

D

Deepfakes 60, 70

Desigualdades 22, 113, 117, 122, 268

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

Dilma Rousseff 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 