

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 Internazionele delle Figlie di 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 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: 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 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, 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 14

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

Data de aceite: 01/03/2021

Data de submissão: 04/01/2021

Roberta Brandalise

Doutora em Ciências das Comunicação, pela USP. Professora dos cursos de graduação e pós-graduação da Cáspes Líbero. Coordenadora de Ensino de Cultura Geral da Faculdade Cáspes Líbero. Coordenadora do Grupo de Pesquisa Geografias da Comunicação, da INTERCOM. Faculdade Cáspes Líbero, São Paulo, SP <http://orcid.org/0000-0001-7115-8372>

RESUMO: Investigamos quais as representações midiáticas sobre o Brasil e os brasileiros que circulam no imaginário de brasileiros que vivem no exterior e de estrangeiros que convivem com a comunidade brasileira, em países diversos. Entrevistamos 18 brasileiros que vivem no exterior, espalhados por 9 países diferentes. Identificamos a relevância dos seguintes casos: De Zé Carioca a Blú; Os Simpsons; Do samba e da Bossa Nova ao funk de Anita e Kondzilla, com passagem pelo estrondoso sucesso de Michel Teló e seu batidão sertanejo; Mulher brasileira na propaganda estrangeira; Mulher brasileira nos games; Pornografia brasileira; Futebol, o anime SuperCampeões e a animação Futebol de Rua.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação intercultural, brasileiros no exterior, representações midiáticas.

BRAZILIANS ABROAD IDENTIFY MEDIA PRODUCTS THAT IMPACT THE REPRESENTATION OF THE COUNTRY AND THE PEOPLE IN THE FOREIGN IMAGINATION

ABSTRACT: We investigate which media representations about Brazil and the Brazilians that circulate in the imagination of Brazilians living abroad and foreigners who live with the Brazilian community, in different countries. We interviewed 18 Brazilians living abroad, spread across 9 different countries. We identified the relevance of the following cases: From Zé Carioca to Blú; The Simpsons; From samba and Bossa Nova to the funk of Anita and Kondzilla, with passage through the resounding success of Michel Teló and his country beat; Brazilian women in foreign advertising; Brazilian woman in games; Brazilian pornography; Football, the SuperCampeões anime and the Street Football animation.

KEYWORDS: Intercultural communication, Brazilians abroad, media representations.

1 | ASPECTOS INTRODUTÓRIOS E TEÓRICO-METODOLÓGICOS

Investigamos quais as representações midiáticas sobre o Brasil e os brasileiros que circulam no imaginário de brasileiros que vivem no exterior e de estrangeiros que convivem com a comunidade brasileira, em países diversos. Os primeiros resultados (BRANDALISE, 2020) desta pesquisa evidenciaram o relevo dos sentidos associados ao Brasil como o país do

agronegócio e de um país caracterizado por tragédias ambientais, entre outros desastres marcados por irresponsabilidade e impunidade.

Neste artigo¹, seguimos trazendo à luz os dados levantados nesta pesquisa qualitativa, de caráter exploratório, na qual realizamos entrevistas semi-estruturadas para conhecer as representações midiáticas e os usos que são feitos delas no cotidiano, para gerar identidade e diferença, para estabelecer pertencimento e não pertencimento, para promover aproximação ou distanciamento, para gerar relações solidárias ou de conflito entre brasileiros que vivem no exterior e os nativos de outros países.

Entrevistamos 18 brasileiros que vivem no exterior; 9 homens, 11 mulheres; com idade entre 19 anos e 38; todos solteiros e sem filhos; 13 estudantes intercambistas ou estagiários pela empresa em que trabalham e 7 trabalhadores clandestinos. Eles estão espalhados em 9 países diferentes: 2 na China, 2 no Japão, 2 nos EUA, 2 na Inglaterra, 2 na Alemanha, 2 na França, 2 na Itália, 2 na Espanha e 2 na Rússia.

A pesquisa de campo foi realizada de agosto de 2018 a junho de 2019, as ocorreram com mediação tecnológica, via chat, conferência de áudio e de audiovisual. Ser brasileiro, viver em território estrangeiro, consumir produtos audiovisuais brasileiros e estrangeiros foram critérios de seleção da amostra. A fim de encontrar os entrevistados identificamos 14 grupos de Whatsapp e de Facebook com perfil voltado para a vida no exterior e contamos com a colaboração de 9 moderadores para estabelecermos contato com os participantes, e estes, por sua vez, contribuíram para a formação desta amostra.

Associamos a preocupação de Martín-Barbero (1987) em resgatar a cotidianidade da recepção, tomando as pessoas em seu lugar de vivência e observando como elas recebem determinada mensagem, e os estudos de identidade cultural e consumo de Canclini (1990, p.288-305), que trabalha com o conceito de “desterritorialização” para especificar o processo de desvinculação entre cultura e território geográfico.

Para Canclini, a cultura contemporânea é “híbrida”, ou seja, possui um caráter “nem culto, nem popular, nem massivo” (1990, p.16), em um cenário social híbrido onde clássico e popular, ou tradicional e moderno convivem sem uma oposição explícita. Segundo ele, “hibridização” é um processo no qual está à disposição uma heterogeneidade de ofertas simbólicas revigoradas pelas interações entre a cultura local e os meios de comunicação nacionais e transnacionais (1990, p.265). Para entender o hibridismo cultural, Canclini destaca alguns processos-chave:

[...] a quebra e a mescla dos grupos que organizam os sistemas culturais, a desterritorialização dos processos simbólicos [...] uma trama majoritariamente urbana, de onde se dispõe de uma oferta simbólica heterogênea, renovada por uma constante interação do local com redes nacionais e transnacionais de comunicação. (1990, p.264 e p.265)

1. Apresentado no 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

Benjamim Abdala Junior (2004) ampara esse conceito ponderando que o hibridismo, ao contrário do que pensaria um liberal, não significa ausência de tensões entre constituintes heterogêneos

um campo conveniente para a imposição do mais forte, mascarado de competência tecnológica. Pressupõe, ao contrário, a possibilidade de se desenvolver práxis mais ativas, criativas e livres, sem preconceitos, já que todos não deixamos de ser híbridos ou mestiços (ABDALA, 2004, p.19).

Para Abdala, muitos híbridos não têm consciência da mescla, “são híbridos que se imaginam puros. E para respaldar essa perspectiva, podem reacender etnocentrismos de grandes nações” (2004, p.19). De acordo com o autor, o híbrido, ao contrário, é marcadamente heterogêneo “um processo em contínua transformação, sem um ponto de chegada” (ABDALA, 2004, p. 19).

Para Abdala, toda a linguagem é heterogênea, a ênfase com que se discute a mestiçagem e o hibridismo surge da necessidade de entender o “grande processo de deslocamento e justaposições, que rompem com as concepções fixas, sedentárias” (ABDALA, 2004, p.11). Uma evidência do hibridismo é a linguagem que, segundo o autor, é sempre heterogênea “um discurso construído a partir de um outro discurso, cuja referência se constrói na interação com outros discursos” (ABADALA, 2004, p.10).

As novas fronteiras, essa é a perspectiva que Abdala considera relevante, para ele, “não devem ser de separação, mas de contato, de compartilhamento- um sentimento de parentesco que não se esgote nas fronteiras do Estado, mas que também não as deconsidere” (ABDALA, 2004, p.13). De acordo com o autor, na “singularidade de cada voz e de cada perspectiva a se mesclar no campo intersubjetivo do relato, reverbera a coexistência contraditória de imigrantes libaneses, portugueses, alemães com toda a sorte de mestiçagem remanescente de línguas, culturas e etnias locais (índios, negros, brancos)” (ABADALA, 2004, p.20).

Considerando a relevância do cotidiano, bem como, as tensões e colaborações entre brasileiros que vivem no exterior e os nativos, enfatizamos a importância dos produtos midiáticos como recursos culturais que medeiam as relações sociais. Orozco (1990) situa os meios de comunicação como mais um espaço de mediação cultural, a mediação videotecnológica, ao lado de instituições como a igreja, a escola e a família, entendendo que o receptor vai construir um sentido próprio para as mensagens de acordo Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação com seu contexto sociocultural. Assim, tomamos os produtos midiáticos como mediação cultural no cotidiano de brasileiros que vivem no exterior.

Ao concordar com Orozco, consideramos que a mídia participa da concepção que os estrangeiros fazem dos brasileiros, e que os brasileiros fazem sobre si. Entretanto, isso pode ocorrer por meio de uma internalização da ideologia dominante nos produtos e ser

utilizado como mecanismo de controle social, ou, pode ser questionado, desconstruído e reconstruído a partir de experiências culturais, sociais, políticas e econômicas concretas.

Milton Santos (2000, p.114) também observa que no território os vetores da globalização também se impõem gerando mais exclusão social e, ao mesmo tempo, observa que ao experimentar uma situação de convivência comum e cotidiana, “essas pessoas não se subordinam de forma permanente à racionalidade hegemônica”. Para Santos, esse “é um modo de insurreição”, pois a partilha desses imaginários globalizados na localidade pode tornar as pessoas conscientes de que sua condição no mundo pode ser outra.

Nesse sentido, investigamos as dinâmicas de exclusão de brasileiros no exterior, operando a partir de representações midiáticas que circulam no imaginário dos nativos consumidores de narrativas massivas que estereotipam o Brasil e os brasileiros. E observamos os brasileiros construindo consciência crítica sobre esta dinâmica no contato intercultural cotidiano no exterior. Identificamos a relevância dos seguintes casos: De Zé Carioca a Blú; Os Simpsons; Do samba e da Bossa Nova ao funk de Anita e Kondzilla, com passagem pelo estrondoso sucesso de Michel Teló e seu batidão sertanejo; Mulher brasileira na propaganda estrangeira; Mulher brasileira nos games; Pornografia brasileira; Futebol, o anime SuperCampeões e a animação Futebol de Rua.

2 | DE ZÉ CARIOCA A BLÚ

Em 1942, em Alô, Amigos, a Walt Disney criou o personagem Zé Carioca, ele se caracteriza como simpático, esperto e fã de samba, o personagem vive de bicos e resolve qualquer dificuldade com “jeitinho”. A criação, de acordo com Tota (2000), é uma das estratégias do “imperialismo sedutor” estabelecido pela indústria cultural norte-americana. Era parte da política de boa vizinhança dos EUA em relação ao Brasil, durante a Segunda Guerra. Hoje, o personagem já possui um dublador brasileiro naturalizado americano, Bernardo de Paula. Esse personagem e o que ele representa ainda é parte dos discursos fundadores sobre o Brasil e os brasileiros na era eletrônica. Tanto que Zé Carioca é citado por todos os entrevistados como um personagem que representa o Brasil e os brasileiros para os estrangeiros, o que evidencia a força da indústria cultural norte-americana, representada pela Walt Disney.

Mas, a arara azul Blú, ganhou espaço entre os estrangeiros mais jovens, outro personagem brasileiro engendrado na indústria estado-unidense. Uma produção lembrada por todos os entrevistados como relevante no imaginário dos estrangeiros com quem convivem no exterior é Rio, de 2012, resultado de uma colaboração entre os estúdios FOX e Blue Sky, o filme é criado pelos americanos, sob a direção do brasileiro Carlos Saldanha. A presença de brasileiros nos meios de produção de narrativas que abordam o Brasil é fundamental para a pluralização das perspectivas sobre o país e seu povo e isso já faz diferença em Rio.

A narrativa conta a história de Blú, uma arara azul que foi criada nos Estados Unidos. Blú não sabe voar e não gosta de samba. Viaja ao Brasil para encontrar Jade, porque ambos são os últimos de sua espécie e começa uma jornada de reencontro com a brasilidade que o leva a aprender a voar. Os desafios da aventura denunciam o tráfico internacional de animais silvestres.

O filme romantiza o samba, destaca as áreas urbanas periféricas, exhibe macacos roubando, estrangeiros receosos de receber ajuda de um menino que mora em uma comunidade, exhibe samba e folia de carnaval na orla da praia, propõe que ao aprender a rebolar é possível se sentir fazendo parte da multidão.

É uma produção mais cuidadosa do que as anteriores em relação à supersimplificação do Brasil, entretanto, ainda deixa espaço para avanços nessa seara. Tipos físicos diversos são exibidos, distingue-se a Amazônia do Rio de Janeiro, exhibe-se o mapa do Brasil, evita-se a supersexualização, entre outros aspectos. Há uma atualização do discurso fundador do Brasil na era eletrônica, mas, ainda está eivado de polarizações civilizados x bárbaros, bons ou maus selvagens x bons ou maus civilizados.

Blú (2012) e Zé Carioca (1942) estão em relação dialógica, o papagaio verde e amarelo tem o samba no pé, é alegre e sabe se virar em qualquer situação. A arara azul é tímida, não sabe voar e sequer gosta de samba. Zé Carioca é a caracterização do malandro, Blú, do civilizado. Em alguma medida, ambos acabam por representar o Brasil.

Os brasileiros que vivem no exterior preferem Blú ao Zé Carioca. O filme Rio causou mais identificação do que Alô Amigos, entre os brasileiros e brasileiras que vivem no exterior e integraram a nossa amostra em parte pelo recorte romântico. E, em especial, pela identificação com o bom-mocismo dos heróis que se distanciam das referências de Macunaíma, o herói sem caráter, e se aproximam do modelo de herói do melodrama. O herói do melodrama permite a inserção social com mais facilidade, gera identificação dos estrangeiros com os brasileiros, permite aproximação e viabiliza relações solidárias.

Blú é um brasileiro que vive no exterior e não gosta de samba, eu também, é o tipo de coisa com a qual dá para se identificar, um personagem como qualquer outro, que não é um estereótipo do brasileiro, ele quer ajudar a salvar todos do tráfico de animais e isso é bom para nossa imagem, quer dizer tem brasileiro envolvido no tráfico de animais, mas, ele e outros brasileiros ajudam a evitar o problema. (Maria Eduarda, EUA)

O Blú é mais interessante do que o Zé Carioca porque vive um amor e isso é coisa de gente, todo mundo passa por isso, não importa a nacionalidade, é assunto que ajuda a conversar, se integrar. (Joilson, EUA)

Evidentemente, é preciso ressaltar que o herói Blú, foi criado a vida toda no exterior, e, ao voltar para o Brasil transforma-se em herói, o que remete ao argumento colonialista clássico do estrangeiro civilizado que resgata o selvagem da barbárie, ou melhor, do colonizado que internaliza a ideologia dominante e volta para aos seus para resgatá-los de

si mesmos. De toda a forma, o produto opera como um mecanismo de aparente inserção social para os brasileiros no exterior. Pois, a imagem atualizada do país e do povo é mais complexa e palatável do que a figura do Zé Carioca, e, por isso, gera mais identificação por parte da comunidade estrangeira, de acordo com os próprios brasileiros que vivem no exterior. Entretanto, essa aparente inserção social no exterior, ativada com a utilização deste produto midiático, não chega a subverter a lógica histórica de controle do norte em relação ao sul global, e, por isso mesmo, parece ser tão eficaz na aparente aproximação entre brasileiros e estrangeiros.

3 | OS SIMPSONS

O que foi unânime entre os 18 entrevistados foi a série de desenho animado da FOX, Os Simpsons e o episódio de 2002, *Blame on Lisa*, traduzido como *Feitiço de Lisa* – uma referência a um filme americano de 1984, *Blame it on Rio*, traduzido como *Feitiço do Rio*, uma narrativa que fez circular ideia de que no Rio tudo pode acontecer, se você agir fora dos padrões de conduta esperados a culpa não é sua, é do lugar.

No episódio, a família Simpson viaja ao Brasil para Lisa conhecer o seu amigo virtual, Ronaldo – alusão ao craque da seleção brasileira pentacampeã de futebol naquele ano. Ronaldo representa também a criança pobre que recebe ajuda internacional, quando Lisa o encontra, ele mostra que comprou um sapato e uma porta para a sua casa com o dinheiro que ela mandou.

O personagem Homer utiliza um traje de banho que é uma tanga vermelha fio dental – alusão ao traje de banho que foi uma moda brasileira lançada nos anos 80 e repercutiu mundo a fora –, fazendo o público entender que esta é a roupa de banho padrão do país.

Seu filho, Bart, liga a TV para ver um programa infantil e a apresentadora usa os seios para ensinar as direções, enquanto outras bailarinas dançam de forma provocante, igualmente com poucas roupas – alusão aos programas infantis dos anos 80 e a superexposição de apresentadoras como Xuxa Meneghel.

A violência também foi abordada, quando a família Simpson entra em um táxi não licenciado e sofre um sequestro, além disso, apresentam crianças realizando furtos.

A relação do brasileiro com o futebol também é abordada constantemente, como se tudo parasse em razão do esporte, funcionários do hotel onde a família está hospedada, por exemplo, transportam as malas chutando e fazendo gols.

No episódio, quando os brasileiros não estão envolvidos com o futebol estão dançando e ouvindo música, isso é retratado quando a família se dirige ao hotel dançando conga, e quando Lisa e sua mãe, Margie, vão fazer aulas de salsa. É claro que salsa e conga são ritmos latinos, mas, não típicos do Brasil. Aí entram em cena as visões supersimplificadas da América Latina. Como quando Bart, antes da viagem, diz que está pronto para encarar o Brasil, pois agora é fluente em espanhol, nesse caso, a mãe dele o parabeniza, mas esclarece que no Brasil se fala português.

Os brasileiros que vivem no exterior se insurgem em relação a estas representações, pois, não se identificam. Embora, todas elas sejam elaboradas a partir de fatos que fazem parte da realidade e da história do país, não são os únicos aspectos a serem narrados sobre o Brasil e os brasileiros. A leitura que os brasileiros fazem de si é muito distante da caricatura com que estes aspectos são exibidos. O problema que identificamos é a escassez de narrativas sobre o Brasil e os brasileiros e a monofonia das formações discursivas.

Para mudar esse panorama é preciso fortalecer a indústria cultural local e pluralizar as narrativas. Além disso, é preciso tornar o país mais atrativo para o investimento de produções estrangeiras. A fim de que a circulação de informações sobre o Brasil e os brasileiros se complexifique no imaginário social internacional.

4 | DO SAMBA E DA BOSSA NOVA AO FUNK DE ANITTA E KONZILLA, COM PASSAGEM PELO ESTRONDOSO SUCESSO DE MICHEL TELÓ E SEU BATIDÃO SERTANEJO

O samba e a Bossa Nova são associados ao Brasil instantaneamente quando se fala de música brasileira. De acordo com a amostra, são estilos lembrados por todos. A força da indústria cultural brasileira, certamente, deixou marcas no exterior e conseguiu caracterizar o Brasil e os brasileiros no imaginário estrangeiro. Entretanto, de acordo com a amostra, o conhecimento em maior profundidade é cada vez mais restrito àqueles que cultivam o interesse pela música.

Os entrevistados destacaram que para os estrangeiros com quem convivem a música brasileira mais consumida é o funk carioca representado pelos vários hits de Anitta e pelas produções paulistas de Konzilla. Mas, o que marcou época, mesmo, foi o batidão sertanejo *Ai, se eu te pego!*, de Michel Teló, depois que os jogadores de futebol Neymar e Cristiano Ronaldo comemoram gol dançando a coreografia da música, na Copa Davis, em 2011.

Com *Vai Malandra* (2017), Anita transformou a sua carreira investindo internacionalmente, e como os próprios entrevistados destacam, “até a filha da Madonna ouviu Anita” (Cristina, China). A produtora de Konzilla é responsável pelo maior canal de funk do Youtube, já chegou a um bilhão de acessos por mês. O caso de *Ai, se eu te pego!* foi um fenômeno mundial, bateu recordes na internet e traduziu valores populares para todos, com um batidão sertanejo que mistura elementos do forró nordestino e do vanerão gaúcho.

Ouvir Michel Teló no Japão, Anitta na balada, em Tóquio, é surreal, as pessoas olham para você, querem interagir, aprender a dançar (Marcelo, Japão)

Quebra qualquer barreira, as pessoas se aproximam, você é puxado para fazer parte da roda, e as pessoas aqui são mais reservadas, então é um acontecimento (Gérson, China)

As evidências coletadas, predominantemente, apontam para o uso destes produtos midiáticos como um recurso de aproximação, um possível catalizador de outras relações sociais, mas, não há informação sobre o aprofundamento, ou a criação de vínculos. Der início, estes produtos se fazem relevantes na efemeridade da situação social de confraternização.

Entretanto, entre as entrevistadas mulheres, este produto midiático gerou reflexões sobre como a mulher brasileira é percebida pelos estrangeiros e sobre as implicações disso em seu cotidiano.

De um lado, é aquela coisa, mulher brasileira é poderosa, rainha da sensualidade, mas, de outro, é vista como puta. O problema é quando se confunde a música, a dança e o empoderamento com oferta de sexo, ou com a ideia de que você está à disposição, é muito complicado. (Emily, Itália)

Se você canta e dança, dependendo do ambiente em que você tá, a coisa fica complicada, às vezes, prefiro não, para me proteger, já passei por muita coisa. (Camila, Rússia)

E, entre os homens, a brasilidade associada à sexualidade também gerou reflexões sobre como são percebidos em território estrangeiro.

Acham que somos sedutores, amantes latinos, tem uma fantasia com o homem brasileiro, isso parece bom, mas, (risos), não corresponde, bem, eu acho que não correspondo à expectativa. (Wilson, Espanha)

O estereótipo da sexualização do Brasil e do seu povo está vinculado, novamente, à falsa oposição entre o civilizado e o selvagem. Uma representação fundada ao longo de um processo de colonização que imputou ao colonizado o sentido de que seria movido por instinto enquanto que o colonizador seria movido pela razão. Essa representação reiterada em produtos midiáticos estrangeiros sobre o Brasil, e mesmo em produtos nacionais, reforça a circulação desses sentidos, que, historicamente, foram utilizados para justificar a dominação de um povo sobre o outro. Um processo violento em que o corpo do colonizado foi tomado como um objeto à disposição do colonizador, para usufruto. Essa lógica está ligada, ainda, de forma interseccional ao longo da história ao racismo, à escravização de pessoas e à opressão de gênero.

5 | MULHER BRASILEIRA NA PROPAGANDA ESTRANGEIRA

As entrevistadas da Espanha e da Itália destacaram uma propaganda de uma agência de viagens europeia (Last Minute Travel, Advance, 2010), na qual um casal está fazendo uma refeição quando uma mulher negra, com poucas roupas, nas cores verde e amarelo, aparece com uma criança na casa deles e a apresenta com sendo filho do homem sentado à mesa. O comercial deixa claro que o rebento é fruto de uma viagem do homem

ao Brasil. A narrativa da propaganda termina com o slogan “O que você faz em viagem não é da conta de ninguém”.

Este caso gerou revolta por parte da amostra, pois, estimula o turismo sexual. A propaganda é um estereótipo negativo sobre o Brasil engendrado com o racismo e o machismo que compõe a tessitura das relações entre colonizadores e colonizados. Este produto midiático gerou afastamento e conflito entre três brasileiras que vivem no exterior e seus colegas de trabalho. As entrevistadas não detalharam as circunstâncias das discussões que vivenciaram.

6 | MULHER BRASILEIRA NOS GAMES

Os entrevistados da Inglaterra, França e Alemanha destacaram a representação midiática das mulheres brasileiras em videogame como relevante no imaginário dos estrangeiros.

No caso, a capoeirista Christie Monteiro, do jogo japonês Tekken e a heroína Beatriz da Costa, a personagem Fogo, do desenho Liga da Justiça: sem limites são citadas pelos entrevistados.

Todos apontaram que ambas as personagens usam “roupas reveladoras”, as de Christie, são bastante justas o que, na realidade, poderia dificultar a mobilidade. Enfatizaram que as roupas coloridas somadas as suas personalidades, ajudam a propagar a ideia de sexualização do povo brasileiro.

No caso, explicam que a lutadora é caracterizada como submissa ao seu mestre Eddy Gordo, e Fogo flerta com um dos heróis protagonistas do desenho da DC, de forma “vulgar”, para os padrões de um desenho infantil.

7 | PORNOGRAFIA BRASILEIRA

Os entrevistados apontaram a pornografia produzida no Brasil como o produto midiático mais consumido no exterior, e, portanto, impactante em seu cotidiano, mesmo que indiretamente.

A indústria erótica, incluindo todos os segmentos, tem lucros estimados em R\$ 400 bilhões por ano (Profissão Repórter, 4/5/2016). Só a indústria de filmes pornográficos fatura cerca de US\$ 10 bilhões, quando somadas todas as plataformas de conteúdos midiáticos movimenta uma quantia estimada em US\$ 46 bilhões por ano.

O site mais acessado do mundo é Pornhub.com, e ele tem uma categoria chamada Brazilian, com 6.519 vídeos, e na categoria Celebs, disponibiliza um vídeo envolvendo o nome de uma celebridade brasileira, o jogador de futebol Neymar, sob o título Neymar Sexual Assault Girl.

O site Xvideos tem mais de 4,4 bilhões de pageviews ao mês e é o mais acessado no Brasil, nele, não encontramos a categoria brazilian, mas, ao ser acessado no Brasil tem uma tag pornografia brasileira.

Há a produção disponível em sites nacionais, tais como, pornô brasileiro, samba pornô, brasileirinhas, pornô carioca e brasil hentai.

8 | FUTEBOL, O ANIME SUPERCAMPEÕES E A ANIMAÇÃO FUTEBOL DE RUA

Tivemos 4 edições de Copa do Mundo desde que o Brasil conquistou o 5º título de melhor seleção mundial, em 2002. Desde as atuações de Pelé, que jogou 4 copas e foi campeão em 3 delas, o país é conhecido pelos seus craques e pelo bom futebol. Pelé já parou uma guerra e ajudou a introduzir o futebol nos Estados Unidos, e o futebol brasileiro se transformou em mediação cultural estratégica nas relações brasileiro-estrangeiras. No cotidiano, no contato intercultural entre brasileiros e outros povos, craques como Pelé e o futebol brasileiro se transformaram em signos positivos associados ao Brasil e os brasileiros.

Os brasileiros em contato com estrangeiros, em solo estrangeiro, mesmo em países com os quais o país mantém poucas relações, afirmam que ao mencionar de onde são: - Brasil! Obtiveram a resposta: - Pelé! Futebol! E, então, foram acolhidos de forma mais calorosa.

Os entrevistados citam, também, Romário, Ronaldo, Neymar e Marta, como celebridades do esporte que geram aproximação no cotidiano em país estrangeiro. De acordo com a FIFA, de 1991 até o presente momento os brasileiros figuraram entre os melhores jogadores do mundo 8 vezes: uma vez Romário (1994), uma vez Rivaldo (1999), uma vez Kaká (2007), duas vezes Ronaldinho (2004 e 2005), três vezes Ronaldo (1996, 1997 e 2002).

Zico também se transformou num grande ídolo, que ajudou a introduzir o futebol no Japão. É no Japão que surgiu o anime Super Campeões, citado por 9 dos entrevistados como relevante no imaginário estrangeiro sobre o Brasil associado ao futebol.

Na narrativa o personagem Oliver Tsubasa começa a carreira em um time brasileiro chamado de Os Brancos – inspirado no time do São Paulo. Seu mestre é um jogador brasileiro chamado de Roberto Maravilha – inspirado em outros craques brasileiros como Sócrates e Tostão – que está perdendo a visão. A cultura japonesa dos mestres samurais é colocada em diálogo com o conceito de professor que é como os jogadores brasileiros chamam seu técnico. Na narrativa, o melhor jogador do mundo também é brasileiro, Rivaal – referência a Rivaldo. Mestre e pupilo precisam se enfrentar em uma final de Copa do Mundo, Oliver jogando, agora pelo Japão, e Roberto com técnico da seleção brasileira.

Na França, os entrevistados destacaram um produto midiático em particular como relevante no imaginário dos estrangeiros sobre o Brasil do futebol, a animação Futebol de Rua, que conta a história de um grupo de órfãos que criam o time Os Azuis – em referência à forma como os franceses se referem à própria seleção. Na narrativa, a final da Copa do Mundo de futebol de rua é entre o Brasil e a França, com vitória do time do europeu – referência a final da copa do mundo de 1998.

9 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao investigarmos quais as representações midiáticas sobre o Brasil e os brasileiros que circulam no imaginário de brasileiros que vivem no exterior e de estrangeiros que convivem com a comunidade brasileira, em países diversos, entrevistamos 18 brasileiros que vivem no exterior, espalhados por 9 países diferentes.

Identificamos a relevância dos seguintes casos: De Zé Carioca a Blú; Os Simpsons; Do samba e da Bossa Nova ao funk de Anita e Kondzilla, com passagem pelo estrondoso sucesso de Michel Teló e seu batidão sertanejo; Mulher brasileira na propaganda estrangeira; Mulher brasileira nos games; Pornografia brasileira; Futebol, o anime SuperCampeões e a animação Futebol de Rua.

Constatamos as dinâmicas de exclusão de brasileiros no exterior, operando a partir de representações midiáticas que circulam no imaginário dos nativos consumidores de narrativas massivas que estereotipam o Brasil e os brasileiros. E observamos os brasileiros construindo consciência crítica sobre esta dinâmica no contato intercultural cotidiano no exterior.

Ainda há muito o que estudar sobre como as narrativas midiáticas estrangeiras se referem ao Brasil, aos brasileiros (as) e ao que se considera como brasilidade, e como isso reverbera no cotidiano de brasileiros (as) em contato com outros povos. Investigamos os sentidos que circulam nessas representações midiáticas, considerando a conjuntura sociohistórica que coloca em relação os meios de produção dessas narrativas e os sujeitos consumidores delas.

Identificamos que, apesar das rupturas, das ações contra hegemônicas, do fortalecimento da indústria cultural brasileira, da revolução digital e do potencial democrático da comunicação em rede, ainda predomina o reforço de relações de poder desiguais. Na disputa pela formação da opinião e das subjetividades, ainda predomina a ideologia da civilização x barbárie, o evolucionismo cultural, o colonialismo, o racismo e a misoginia.

REFERÊNCIAS

ABDALA JUNIOR, B. **Um ensaio de abertura: mestiçagem e hibridismo, globalização e comunitarismos**. IN: ABDALA JUNIOR, B. (org.) Margens da cultura. Mestiçagem, Hibridismo e outras misturas. São Paulo: Boitempo Editorial, 2004.

BRANDALISE, R. **O brasil nas narrativas audiovisuais que circulam no imaginário estrangeiro, produção, consumo e poder**. Comunicação, Política e Atores Coletivos. 1ed.: Atena Editora, 2020, p. 252-264.

CANCLINI, N.G. **Culturas híbridas**. México: Grijalbo, 1990. MARTÍN-BARBERO, J. M. **De los Medios a las mediaciones**. Mexico: GG Mass Medeira, 1987. OROZCO, G. **Notas metodológicas para abordar las mediaciones en el proceso de recepción televisiva**. In: Cuadernos de diálogos de la comunicación, Peru: FELAFACS, 1990.

SANTOS, M. **Por uma outra globalização**. Rio de Janeiro: Record, 2000.

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 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 