

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: 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, 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

CIRCUITO EDITORIAL E DESAFIOS DO SETOR EM TEMPOS DE PANDEMIA

Data de aceite: 01/03/2021

Marília de Araujo Barcellos

Professora Associada do Departamento de Ciências da Comunicação e ex-coordenadora do Curso de Produção editorial da Universidade Federal de Santa Maria, UFSM. Doutora em Letras, Estudos de LiteraturalPontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro PUC-Rio e mestre em Letras, Literatura brasileiraUniversidade Federal do Rio Grande do Sul UFRGS

Texto adaptado do artigo “Circuito midiático e mercado editorial em tempos de (pós) pandemia”, apresentado no GP Produção Editorial, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

RESUMO: O presente texto disserta sobre as relações no campo editorial e as estratégias adotadas no setor do livro que evidenciam mudanças na cadeia produtiva e nas relações entre os agentes da indústria do livro, que se encontram em condição de isolamento social em virtude da COVID-19. Para tal reflexão, foram utilizados conceitos como os de circuito caro ao crítico literário Ítalo Moriconi que compreende as etapas da edição de texto e seus processos sistêmicos. A investigação reúne dados levantados em pesquisas elaboradas por entidades representativas na área, na qual

consta que a epidemia remodela a cadeia do autor ao leitor, além de evidenciar novas relações no campo da edição, a fim de atender a ausência do presencial e a demanda digital.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação, circuito e campo editorial, leitura e livro, pandemia.

1 | MERCADO EDITORIAL EM MEIO A PANDEMIA

Em 2020, o cenário que se instaurou no decorrer da epidemia da COVID-19 surgiu acelerado e evidenciou-se inusitado em meio ao caos que se implantou no momento de reorganização da rotina. Em que pese a tal fato, movimentos existentes anteriormente são exibidos com mudanças no cotidiano, manifestando algumas tendências e restrições em relação a eles.

Com a disseminação mundial da enfermidade, advieram novos hábitos, o que alterou o comportamento do consumidor, no caso de livros, dos leitores. Ora, é sabido que as alterações implicam mudanças na cadeia produtiva, em especial no hábito da leitura e no consumo de livros. As pesquisas apontaram para um aumento nas vendas do formato ebook e no de audiolivro. Especialistas do mercado editorial, como o economista Carlo Carrenho e o historiador Jaime Mendes teceram comentários – durante as lives da Editora da UFSM (2020)¹

1. Projeto da Editora da Universidade Federal de Santa Maria, em parceria com o Curso de Comunicação Social – Produção Editorial e o Observatório Econômico. Consiste em uma série de lives realizadas durante a pandemia, com a participação de pensadores e

– sobre as estratégias que podem auxiliar o setor a alcançar bons resultados, quais sejam: investir em políticas públicas, regular o preço dos livros no mercado, apoiar a cadeia por meio de entidades de classe, preservar as livrarias, aumentar o acesso a streaming de venda de livros. Tudo isso permite perceber a reescrita da cadeia produtiva do livro, edificada no bojo da indústria cultural.

Inicialmente, a pandemia chegou trazendo consigo o medo da morte e todas as incertezas. No passo seguinte, eis que adveio a dicotomia saúde versus economia, a apropriar-se da pauta mundial. Em seguida, o fosso das diferenças sociais franqueou-se em valas de múltiplas realidades. Embora a COVID-19 se manifeste indistintamente em suas vítimas, as condições sob as quais cada indivíduo é exposto ao tratamento acabam por confirmar a brutal diferença social que vige no país. Aqueles que se apresentam em estado de extrema pobreza, em desigual situação de habitação e infraestrutura, ficam à mercê de políticas trabalhistas. Não raro, moram em cubículos, onde, ademais, se instalam famílias numerosas, sem espaço físico adequado para o tão diagnosticado isolamento.

Complementa-se, ainda, que o contexto familiar e domiciliar ao qual a humanidade se condiciona a estabelecer nova rotina, possibilita-lhe, agora, realizar/desenvolver suas atividades profissionais com ‘os descalços’. Isso porque, literalmente, o ambiente dentro de casa permite usar como vestuário meias e chinelas, roupas confortáveis, em vez daquelas indumentárias formais, o mais das vezes apertadas.

A despeito disso, contudo, tem-se a rede a ligar a todos, via web. O sociólogo italiano Domenico De Masi (2020), – mas não somente ele – atribui à internet o contexto em que, nos dias atuais, as relações perpassam em todos os níveis, quer sejam eles profissionais ou pessoais, por interação a distância. Destaca a interferência no cotidiano de cada um, lembrando que, “graças à internet, as informações podem ser transferidas de um extremo a outro do planeta, em tempo real, e a custos insignificantes”.

Mas a que se deve esse olhar sobre o trabalho, para uma reflexão a respeito do mercado editorial em tempos pós-pandêmicos?, pergunta-se. Em especial, a resposta vem à tona ao se observar que agentes de socialização como a família, a escola e a mídia em geral atuam diretamente nos hábitos de consumo, alterados ao longo dos meses de isolamento social. Assim, a educação formal escolar perpassou as paredes das instituições e infiltrou-se nas casas, com filhos e pais interagindo em franca aprendizagem, demolindo os muros da esfera lar-escola, família-trabalho.

Garante De Masi que “será necessário recompor profissão e vida, valorizando, com o ‘smart working’, a desestruturação espaço-temporal do trabalho; encorajando a irrupção da emoção, da fantasia e da afetividade na esfera produtiva” (DE MASI, 2020). O movimento de trabalho remoto ao qual a humanidade tem se submetido diante da pandemia, permeia as relações entre os agentes que atuam em qualquer que seja o campo, além de

profissionais da indústria do livro. A veiculação ocorre pelo Facebook da Editora e o debate aborda temáticas sobre o mercado editorial.

estabelecer lógicas distintas de funcionamento e de indicar o surgimento de estratégias novas de sobrevivência em um mercado desafiado pela restrição ao presencial.

Diante disso, estudos e análises provenientes de áreas afins a da Comunicação, como a da Letras nos permite olhar para esse mercado percebendo-se as relações entre os agentes sob a luz da época a qual os fatos aconteceram. Nesse sentido, a crítica literária, aqui na figura de Ítalo Moriconi, contribui com a proposição teórica de “circuitos”, que nos permite compreender a inserção da literatura em um campo maior, o do mercado editorial. Conforme destaca o autor “mercado ou circuito da literatura, e, por conseguinte o conceito desta define-se como nicho, dentro do mercado de livros” (MORICONI, 2006, p. 149). Caracterizando-se, assim, como um circuito de relações em que a literatura é uma das facetas do da diversidade de relações na cadeia produtiva do livro, cujos elementos resultam em imbricadas conexões e vínculos.

2 I POR ONDE CIRCULAM OS TEXTOS

O crítico literário brasileiro, Ítalo Moriconi, em seu livro *Literatura, meu fetiche* (2020), traz ao debate o surgimento da internet e a relação com a leitura e com o consumo. Na obra ensaística o autor propõe uma reflexão sobre a literatura inserindo-a no campo da cultura. Porquanto a literatura resenhada sob o universo da crítica literária acadêmica, é transportada no início do século XXI para uma realidade entrelaçada por segmentos de mercado e redes virtuais.

A comunicação em ambientes digitais permite atender as demandas da nova vida literária e dos circuitos de divulgação e distribuição desse objeto-fetiche, como denomina o crítico, a obra literária enquanto produto. Sublinha Moriconi a existência da mobilidade para o virtual, numa crescente evolução percebida desde 1970. Consoante ele mesmo afirma, “avaliar a questão do mercado e da relação entre mercado e livros e mercado e literatura, do ponto de vista da noção de circuito, significa abordar questões como a relação entre mercado e comunicação” (2020, p. 42).

Portanto, a partir dessas relações com o mercado, o crítico literário estabelece o conceito de circuito, a partir da literatura, definindo que:

O circuito é a estrutura de circulação dos textos. Trata-se de uma noção panorâmica, visando demarcar terrenos no plano histórico-situacional. Os circuitos determinam as molduras, os frames discursivos a partir dos quais se pode analisar mais de perto cada obra ou trajetória autoral em particular. (MORICONI, 2006, p. 152)

Desdobrando-se os conceitos de circuito, a partir do que o teórico chama de “frames discursivos”, que permitem analisar as obras literárias considerando-se um referente de valor, chega-se a quatro categorias por ele sugeridas. A saber, três categorias de circuitos fundamentais denomina o dos: circuito midiático (quando o referente de valor é o diálogo do livro com outras linguagens e suportes); circuito crítico (em que o referente é o cânone

literário) e, circuito da vida literária (no qual o valor de referência é o diálogo entre os pares). Complementa mencionando mais um intitulado circuito alternativo (formado pelo movimento extra-mercado), (MORICONI, 2020, posição 536).

A categorização no circuito e a relação deste com a literatura, determina o valor literário da obra. Por exemplo, Moriconi destaca: “no circuito midiático, a obra se relaciona com outras esferas da cultura – cinema, TV, ciências humanas, jornalismo (...) é aí signo de cultura” (2006, p. 155).

Como pensador que é, Moriconi busca nas raízes universitárias a origem da literatura separada do mercado e lança a reflexão sobre a ruptura que ocorre se estabelecer o elo:

O que significa 'conhecimento' nas ciências humanas numa era da informação (...) Teríamos então uma atividade de teorização do literário integrada ao trabalho de teorização da cultura, da comunicação, dos discursos e suas redes. Uma teorização dos circuitos literários encarados como circuitos comunicacionais, circuitos discursivos pragmáticos” (MORICONI, 2006, p. 152).

A inserção da literatura a partir do circuito midiático não desvaloriza o caráter estético em si, ao contrário, no entender do crítico, contribui, por meio de um deslocamento, com a interação do conhecimento, com a informação e com o entretenimento.

O circuito midiático em que o mercado de livros está inserido encerra a multiplicidade de formatos publicados, tanto na área de ficção, quanto fora dela. E todos os circuitos citados por ele – o midiático, o crítico, o da vida literária – deslizam sobre o mercado, embora o circuito alternativo caminhe à margem, muitas das vezes, ligado a iniciativas culturais na sociedade.

A crítica universitária presente nas décadas de 1970 – 1980, segundo ele, é levada a partir dos anos 1990 a abrir espaço ao “novo suporte que modificou drasticamente a arena das relações: vimos o surgimento do circuito de produção e circulação do literário na internet, com a chegada e proliferação dos sites e blogs” (MORICONI, 2020, p. 25). Complementa que a geração de escritores a partir dos anos 2000 busca seu público para além da universidade, rumo à relação direta com o mercado e com a vida literária extra-acadêmica.

Quando Moriconi se refere ao circuito vida literária, vislumbra uma nova relação de mercado, pois é na nova vida literária que emana por meio do suporte da rede, alterando, assim, os espaços de interação anteriormente designados ao presencial, tais como as livrarias, ou as redações de jornal, substituídos agora pelo ambiente virtual. É a vida acontecendo nas telas, reproduzindo-se naquela superfície de circulação e de diálogo para blogs, sites, streamings.

Movimentos editoriais, cita ele, aconteceram “graças ao suporte da internet”, onde foi possível tecer redes afetivas entre escritores, por exemplo. O que agora patenteia Moriconi é a adequação das redes a novos *modus operandis* no circuito de comunicação, que Robert Darnton já apregoara no final do século passado (DARNTON, 1990).

No circuito vida literária, segundo expressa Moriconi, a importância é o diálogo entre os pares. Em tempos de pandemia, eventos realizados via *web* representam um exemplo do estreitamento possível da relação entre pares. O diálogo facilitado no virtual, apesar da distância, e da condição imposta do isolamento social permitem a aproximação dos sujeitos no âmbito da rede, com tudo que ela oferece de bom e, quem sabe, de “nem tão bom assim”.

Efeitos na cadeia produtiva haveriam de surgir ao longo dos anos, no entanto com o isolamento social estabelecido por conta do coronavírus e a nova rotina, as tendências no mercado foram aceleradas. Pesquisas no setor evidenciaram esse panorama. O tema, aliás, será abordado a seguir.

3 | O QUE DIZEM AS PESQUISAS NO CIRCUITO MIDIÁTICO

Durante a pandemia, o mercado editorial foi desafiado pelas recentes práticas de consumo e, dentre outras motivações, viu-se forçado a se reinventar. Os meses de paralisação provocaram novas tomadas de decisão em relação a toda a cadeia produtiva, o que acabou mexendo com a indústria cultural como um todo. Após o choque inicial, a retomada do setor incluiu inovadoras práticas tecnológicas, investimento em marketing digital, maior uso das redes sociais etc. Contudo, um questionamento permanece: o período de pandemia foi eficaz o suficiente para criar hábitos que resultassem na definição de novas práticas no comportamento de editores e de leitores/consumidores? Eis a questão.

A verdade é que o cenário se apresenta um tanto difuso. Portanto, ao falar do produto livro, o mercado busca alternativas e novas possibilidades para a condução do negócio, na berlinda em que se encontra de ter de adequar o modelo de gestão a um novo perfil. A saída talvez seja mesmo reescrever as linhas de uma rotina estabelecida há séculos, em que o produto é impresso, sua comercialização e o acesso a ele quase que se repetem, como destaca Jaime Mendes (MENDES, 08/07/2020).

Por outro lado, há de se observar que os leitores/consumidores traduzem a ponta extrema da cadeia produtiva, em meio a esses novos hábitos. Por certo que o proceder humano sofreu alteração diante das novas práticas comportamentais que se impuseram no decorrer da quarentena. Pesquisas realizadas sobre esse novo portar-se do consumidor apontam para um maior direcionamento ao entretenimento em várias de suas categorias. Destacam-se, assim, as redes sociais, além de canais outros, como Youtube, Netflix etc. A bem da verdade, tal atitude não chega a surpreender, uma vez que o acesso às redes sociais tem ampliado o uso das mídias, e o livro não seria uma exceção.

Não obstante, conteúdos disponibilizados nas redes sociais induzem ao consumo, dentre os quais encontra-se o produto livro. Aqui, considera-se livro para além de objeto impresso, estendendo-se esse entendimento às modalidades de narrativas em diferentes suportes. Nesse caso, também são levados em conta e-books, audiolivros, e toda sorte de

plataformas que permitem a circulação de conteúdos narrativos. Se antes do coronavírus tais tendências já se manifestavam, durante a pandemia, elas se aceleraram, conforme bem realçou Carlo Carrenho, em *live* sobre o mercado editorial (25/06/2020).

Pois bem, o isolamento social proporcionou, sim, um maior acesso ao mundo digital, em detrimento do universo presencial. É verdade que tal comportamento resultou em crescimento nas vendas de e-books. Em pesquisa intitulada ‘Conteúdo digital do setor editorial brasileiro’, realizada pela Câmara Brasileira do Livro (CBL), em conjunto com o Sindicato Nacional dos Editores (SNEL) e o *Nielsen Book*, os resultados divulgados em 25/08/2020 indicaram uma progressão do faturamento e do consumo de e-books e de audiolivros no circuito midiático como um todo, sendo que o Brasil afigura-se como o país com maior crescimento no consumo de audiolivros da América Latina. Aliás, destaca-se que o consumo de ebooks está centrado na faixa etária entre os 25 e 34 anos, perfazendo um total de 36% dos leitores nesse suporte em áudio.

As pesquisas apontam para sintomas similares no mercado editorial. O adiamento de lançamentos de livros e a demissão de funcionários são duas das consequências, uma de marketing e outra trabalhista, que evidenciam sintomas econômicos, resultado do período de quarentena por conta da disseminação do coronavírus. Esses elementos figuram tanto no contexto de países latino-americanos, como o Brasil, quanto no dos países nórdicos, como a Noruega (segundo o grupo de pesquisa *Statisc*). Conforme investigação da *Nielsen Media Research*, a venda de livros impressos também apresentou decréscimo, ao passo que a comercialização dos livros digitais mostrou-se próspera em setembro do corrente ano (2020). Houve aumento nas vendas de e-book e de audiolivro. O fato é que, com a pandemia da COVID-19, o faturamento anual do livro digital no Brasil cresceu 12,4% em relação ao ano de 2019, consoante consultoria alemã intitulada *Statisc*. Há dados, também confirmados pela imprensa, de que a distribuição de livros digitais foi 70% maior em 2020, do que a do ano anterior, segundo matéria da revista *Exame* (2020).

Agora, neste momento de pós-pandemia, o desafio é a manutenção, ou a elevação, desse resultado. Para tanto, os agentes do campo editorial hão de fazer perdurar os elos com a tecnologia e o contato com o consumidor, ações essas que já tiveram início durante a quarentena. No decorrer do isolamento social, as tratativas de modelo de atuação junto às etapas da cadeia produtiva ora facilitaram, ora dificultaram a continuidade do trabalho e seus resultados.

Se por um lado, editores, livreiros, distribuidores tiveram de se adequar às rupturas decorrentes do cenário pandêmico, por outro lado, a condição globalizada permitiu, ou mesmo forçou, novas condutas e novos posicionamentos. Trata-se de uma mudança de lentes – um tanto embaçadas diante da rotina secular do livro impresso – frente às ações disruptivas do processo no qual se encontra o mercado.

Em relação à cultura digital, o fato de o hábito do consumo, por meio de e-commerce, ser identificado e ser acatado favoravelmente, isso não significa que tal ocorrência esteja

diretamente relacionada à criação de uma nova prática cultural. Em verdade, esse processo não constitui garantia de que, após a pandemia, os leitores manterão a aquisição de livros via internet, seja ele analógico, seja ele de conteúdos digitais. No entanto, resultados da pesquisa caracterizada como “Estudos novos hábitos digitais em tempos de Convid-19”, realizado pela Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo – SBVC, em 14/05/2020, após experimentarem o comércio eletrônico em novas categorias, registraram “52% dos entrevistados comprando mais em *sites* e aplicativos durante a quarentena, e (que) 70% (...) pretendem continuar comprando mais on-line do que o faziam antes da COVID-19-19” (UOL, 18/05/2020).

Tal fato só vem a confirmar uma mudança efetiva no modo de proceder, tanto de empresas, quanto de consumidores. A pandemia alterou hábitos de consumo. Se situações disruptivas chegam com a força da ‘presença’ do digital, cabe ao empreendedor – qualquer que seja sua posição na cadeia produtiva a que pertence – atuar conforme a condição que lhe foi dada ‘durante’, ou ‘pós’ a pandemia. Todavia, há de se refletir, aqui, quais seriam as consequências do desaparecimento da condição presencial. Diante disso e para complementar o estudo sobre a cadeia produtiva editorial tratar-se-á a seguir dos processos mentais ativados durante as práticas de leitura, e o quanto isso reflete no resultado das investigações, e vice-versa.

4 | E OS LEITORES NA PANDEMIA

O isolamento social traduziu um período de quebra de rotina e, por conseguinte, a quarentena permitiu tempo suficiente para aquisição, aprofundamento, ou mesmo rechaço dos hábitos de consumo. Inicialmente, o hábito, definido como ‘escolhas’ que, com o tempo, tornam-se movimentos automatizados, estabelecendo novos comportamentos, o hábito, dizia-se, consiste em objeto que pertence à esfera da neurociência. Em se tratando de apreensão da leitura, o viés educacional é acionado. Para compreender o quanto o comportamento está ligado à mente, há de se trazer conceitos da educadora e neurocientista cognitiva Maryanne Wolf para discorrer sobre o consumo de livros e a relação com a leitura. Destacando a formação do leitor e o hábito da leitura, no que diz respeito ao realinhamento entre o estilo do que é lido e o da escrita, ou seja, como se lê e o que se lê, Wolf chama de ‘paciência cognitiva’ o potencial de processar o mundo sem pressa. E prossegue, lembrando que “(...) a relação crítica entre a qualidade da leitura e a qualidade do pensamento é fortemente influenciada pelas mudanças na atenção...” (WOLF, 2019, p. 109). Tal olhar sobre a leitura no impresso (modelo tradicional, vale lembrar) também é defendido por Roger Chartier, que destaca a relevância do impresso por possibilitar uma leitura mais aprofundada.

A leitura profunda a que se referem Wolf e Chartier está contida no verbo utilizado para deter a atenção sobre as distintas linguagens que a “leitura” pode ser executada.

Explicando melhor: cabe à página impressa, ou ao écran, ‘ver’, em vez de ‘olhar’; para os audiolivros, cabe o ‘escutar’, no lugar de o ‘ouvir’. O papel dos leitores digitais é abrir o conteúdo, clicar sobre ele, a fim de cumprir a função que lhe provocou a motivação: o produto, não somente aquele a ser consumido, mas aquele que também deve ser incorporado, apreendido pelo leitor. Esse conceito é caro, é estimado a quem dedica ao livro/contéudo digital/narrativa áudio uma experiência sensorial – um livro ou e-book para ser lido, um audiolivro para ser escutado, uma narrativa para ser descoberta, um conteúdo a ser conhecido, um produto para fazer a diferença, uma vida a ser modificada... Tais circunstâncias afetam a modo de agir, de pensar e, portanto, não constitui um produto qualquer, porque cabe a ele, ao livro – quaisquer que sejam seus formatos – um papel civilizatório.

Dizem que os livros são feitos para os leitores. Todavia, em tempos de pandemia, pergunta-se: quem são esses leitores? O psicanalista Carl Gustav Jung (1875-1910), importante lembrar, tomou como base quatro características para embasar o ser humano, a saber: sensação, sentimento, pensamento e intuição. Kaká Werá, conhecido como referência intelectual sobre estudos de povos originários no Brasil, relacionou cada uma dessas características junguianas aos quatro elementos, de maneira que a ‘sensação’ seria a terra; o ‘sentimento’, a água; o ‘pensamento’ estaria relacionado ao ar; o ‘fogo’ representaria a intuição (WERÁ, 2019). E por que trazer essas categorizações agora, neste texto? A resposta seria: para se refletir a respeito das diferentes possibilidades de leitura que os mecanismos disponibilizados, acelerados no decorrer do acesso ofereceram, durante a pandemia, e, também, para verificar se eles resultaram em fidelização, ou não, respeitante aos tipos de leitura. Considerando-se a cadeia produtiva do livro, a quarentena desafiou os editores a criarem alternativas de acesso aos livros físicos, aos e-books, aos audiolivros etc.

E por certo que não foi tão somente isso: também aumentaram as tele-entregas, o delivery, o acesso ao streaming. O fato é que o virtual alcançou maior espaço, embora o livro físico, ainda assim, se mantivesse adiante do digital. No entanto, pergunta-se: a que leva essa descrição, seja no suporte da materialidade, ou no de marketing digital, quer dizer, no de produto, ou no de comercialização?

Ao se examinar o mercado através de uma lupa, a lente de aumento haverá de fornecer a visão daquilo que representa o foco, o motivo do produto, seu propósito maior: o leitor/consumidor. Ao se chegar à recepção da narrativa – e não importa por qual acesso – comprando, tomando emprestado, acessando a web, lançando mão de livros na própria estante, enfim, quem quer que esteja a executar tal tarefa, da maneira que o fizer, a narrativa será acessada e processada cognitivamente. Portanto, a maneira como o conteúdo é acionado por meio dos sentidos, literalmente – visão, audição, tato, olfato, “paladar” –, é o que aflora, é o que se manifesta e se destaca.

A análise da obra baseia-se nos pilares da cognição afetada em cada dispositivo estimulado durante o isolamento social, momento em que a humanidade como um todo teve de refazer sua rotina, recriando-a, mantendo hábitos e desconstruindo outros, inserindo novos recém-adquiridos no lugar de antigas certezas. Os que ansiavam por tempo para leitura (e disso nem se apercebiam) buscaram as estantes e lá estavam aqueles antigos livros – um dia obtidos pelo apetite do saber –, em estado de espera, embora habilitados para serem explorados. Contudo, se o desejo era conhecer alguma temática nova, algo que estivesse em voga no momento, as lojas virtuais eram acessadas... e a aquisição dessas obras, via nuvem, passou a aumentar progressivamente. Aqueles que não possuíam o hábito da leitura, seguiram outras opções, revelaram-se-lhe várias outras modalidades de entretenimento, conforme lembra Moriconi, ao trazer o circuito midiático à análise.

No entanto, a despeito dessas novas experiências vivenciadas de maneira intensa pela vez primeira, e retomando a questão dos sentidos e dos hábitos, houve quem, animado pela quebra da rotina durante meses, se sentisse provocado a aventurar-se em outras diferentes materialidades. É o caso, por exemplo, de leitores de impresso, e também de outros eventuais usuários do mundo digital que descobriram o audiolivro. Trata-se da relação do ouvinte com um narrador, a influenciar/conquistar um novo público, a criar uma nova modalidade de consumo, conforme diagnóstico de Carlo Carrenho.

Outrossim, alteração no modo de produção foi registrada, o que levou os agentes atuantes nesse campo de produção de livros a transitarem da esfera de tradutores e de modeladores da palavra escrita para o âmbito da palavra oral, no caso, a leitura de narrativas em voz alta. Prosseguindo no rastro desse raciocínio, se as palavras e as imagens existem comprimidas em formatos e materialidades distintas, por que não se verificar o quanto tais materialidades e a recepção dos conteúdos em narrativas influenciam a leitura? Portanto, se o isolamento social, ocasionado pela pandemia, fez dos leitores e dos não leitores atores de novos hábitos, coube igualmente a esse momento fazer emergir esse outro movimento, a possibilitar novas oportunidades.

O sociólogo John B. Thompson salienta que “escrever sobre a indústria nos tempos atuais é sempre como atirar em um alvo móvel: mal terminamos o texto e a matéria já se modificou” (2013, p.1). Obsolescência é o nome disso. Estaria o modelo de livraria física ultrapassado? Conforme provoca o analista Carlo Carrenho, a pandemia “não cria novas tendências, mas acelera as já existentes” (2020).

Ora, diante de tais assertivas, questiona-se: estariam os livreiros, dispostos a abraçar o e-commerce para ampliar suas vendas? Sujeitar ao árbitro da sorte uma resposta é possível, resposta essa ancorada no comportamento adquirido por todos os que compõem a cadeia produtiva: editoras, bibliotecas, centros culturais, livrarias, formadores de opinião (imprensa, professores, entre outros), pré-, durante e pós-pandemia. Pode-se, sim, arriscar uma contestação, inclusive, contrapondo que, se a cultura é uma prática que aumenta o prazer da leitura, o hábito de buscar, de procurar o mecanismo para adquirir o produto é

igualmente um aprendizado, uma vez que essa procura foi reforçada pelo longo período de isolamento social.

As mídias disponíveis corporificam um fato contemporâneo, e não se pode ignorá-las. No entanto, é igualmente fato que, ao mesmo tempo em que os sujeitos apresentam características distintas, e que a cultura letrada persiste através dos séculos, o letramento digital também carece de investimento. Nesse sentido, hábitos recém-adquiridos que possam vir a se tornar práticas rotineiras em período pós-pandemia acaba por corroborar o alargamento de possibilidades de aquisição dessa nova modalidade de linguagem, bem como de um novel público-leitor/consumidor.

Mas, no que concerne a tal fato, práticas de comercialização e marketing utilizadas indicam que se encontram em causa tendências a serem mantidas, atendendo ao consumidor que, conforme já se disse, pretende manter seu hábito de comprar no ambiente on-line. Em contrapartida, o fácil acesso a numerosos catálogos, a disponibilidade relativa de horários para aquisição do produto, as *lives* de todos os tipos que ‘pipocam’, que cintilam na web como ferramentas de socialização, os sem-número de elementos ofertados por ambientes digitais, tudo isso apenas complementa aquele atendimento personalizado, aquele ambiente de descoberta, aquele abraço pessoal, proporcionado pelas livrarias físicas. Trata-se, em verdade, de um espaço em que contracenam o analógico e o digital, e cuja finalidade é não só homologar o exercício de hábitos antigos, como também legitimar a aquisição desses novos outros. E é dessa maneira que o momento pós-pandêmico possibilitará a soma das aprendizagens daquele período de recolhimento. A cooperação faz-se necessária para o efetivo enfrentamento do próximo período, (o pós-pandêmico), sem se declinar do individual.

E assim seguirá o circuito midiático no mercado, rumo às tendências previamente apuradas. Nesse sentido, as pesquisas e os levantamentos realizados consolidam a sinalização do cenário editorial. Para enfrentar a crise, pois, a ferramenta é a cooperação, porquanto se faz premente a solidariedade entre as entidades e instituições, reunindo-se elas em prol de um único objeto. Aquela confiança e aquele espírito de irmandade, de coleguismo, atributos da espécie humana – guardadas as devidas exceções, é claro –, fazem-se presentes nessas iniciativas coletivas, iniciativas essas dotadas de força exponencial, se apoiadas pelo poder público.

5 | CONSIDERAÇÕES

O mercado editorial sofre as consequências sócio-econômico-cultural que se estabeleceram mundo afora, nesses tempos de pandemia. O Brasil não é exceção, e apresenta igualmente sintomas na produção, divulgação, vendas e consumo de produtos ligados à leitura, seja a analógica, seja a digital.

Não se pode deixar de perceber que tais modificações no modo de operar, faz com que hábitos pré-estabelecidos sejam alterados e novas condutas ocupem o lugar anteriormente sinalizado. As modificações ocorridas na pandemia são, segundo visto no desenvolvimento teórico de Ítalo Moriconi, o reflexo da época à qual a obra está inserida. Responde a uma evolução cada vez mais permeada por circuitos que sentem interagir em seu meio as relações entre os agentes do campo editorial, ao aproximar, por exemplo, literatura e mercado e as variações históricas no conjunto formado pelas estruturas dinâmicas dentro do negócio de livros como um todo.

Entende-se com isso que, apesar de o sistema ter sido abalado nos três primeiros meses do surto, o isolamento social, ao contrário, elevou o crescimento das vendas, a partir da aquisição de produtos editoriais por meio de streaming e do e-commerce. Pesquisas realizadas no período identificaram alteração no comportamento do consumidor e o aumento no consumo on-line.

As relações sociais existentes no presencial migraram para o digital, possibilitando outra condição de pertencimento. Tal ocorrência identifica a leitura com o reconhecimento do mundo e de como orientar-se nele a partir da teoria dos tipos psicológicos postulada por Carl Jung e as funções psíquicas definidas por ele como sensação, sentimento, pensamento e intuição (JUNG, 1991), e que a elas Kaká Werá associou os quatro elementos da natureza, quer dizer, terra, água, ar e fogo. Conclui-se, portanto, que a categorização conduz às especificidades da apreensão da leitura, ao mesmo tempo em que contextualiza a recepção dos textos e, também, os conteúdos disponíveis digitalmente, na alteração dos hábitos dos leitores/consumidores.

Ao ser direcionado para o mundo digital, o consumidor foi indiretamente impulsionado ao letramento desse mesmo universo. Desse modo, a adaptação de leitores ao ambiente virtual conduziu suas mentes para novas vertentes respeitantes à aprendizagem da vida. Professores, estudantes, pais, filhos, toda sorte de relações exigiram – não sem dores ou desamores, mas com muitas dúvidas e incertezas – uma adaptação a essa nova modalidade de assimilar a existência.

Com o mercado editorial não foi diferente. Inicialmente, um cataclismo, tal um fenômeno sísmico, abalou a cadeia da indústria editorial. O setor sentiu os efeitos, o circuito recuou na produção; o subsegmento do livro didático desacelerou por conta do fechamento das escolas. Porém, o acesso do conteúdo a distância acabou ampliando outros formatos de publicações, com vistas à aprendizagem. As vendas beneficiaram os e-books e os audiolivros, e recuaram as do livro impresso. Os lançamentos passaram a ser realizados por meio de lives distribuídas na rede. As negociações entre os pares tornaram-se disputas para novas condições.

Não resta dúvida, portanto, de que o ano de 2020 entrará para a história como um período de incontáveis perdas sócio-político-econômicas por conta da COVID-19, e, também, como o ano que desafiou modelos de gestão e empreendimentos, ao motivar a

criação de estratégias regadas com criatividade e persistência. Por fim, há de se registrar que, no decorrer da pandemia, o consumo de experiência foi testado em elevado grau, ao aguçar os sentidos dos leitores.

REFERÊNCIAS

BARCELLOS, Marília de Araujo; A leitura vem de dentro: sentidos no ato de ler em diferentes dispositivos. In: (Org.) MARTINS; Bruno; GONÇALVES, Márcio; GRUSZYNSKI, Ana. **Edição: agentes e objetos**. Belo horizonte: PPGCOM-UFSM, 2018.

CARRENHO, Carlo. **O mercado editorial pós-pandemia**. Live Facebook da Editora UFSM. 25 de junho de 2020.

CHARTIER, Roger. **Conaler**. Observatório do livro, Galeno Amorim. 2020.

DARNTON, Robert. O que é a história do livro? In: **O beijo de Lamourette**: mídia, cultura e revolução. São Paulo: Cia. das Letras, 1990.

DE MASI, Domenico. **Apocalipse causado por coronavírus, pode tornar o trabalho mais criativo**. Folha de São Paulo, 08/10/2020. Disponível em: www1.folha.uol.com.br. Acesso 10/10/2020.

JUNG; C. G. **O espírito na arte e na ciência**. Petrópolis: Editora Vozes, 1971.

JUNG. Carl G. **Tipos psicológicos**. Obra completa, vol. 6. Petrópolis: Editora Vozes, 1991.

MENDES. Jaime. **Sete propostas para o mercado editorial fazer diferente e seguir adiante**, Live Editora UFSM. 08 de julho de 2020.

MORICONI, Ítalo. **Literatura, meu fetiche**. (Org.) VIDAL, Paloma; MAGRI, Ieda. Recife: Cepe. Edição do kindle, 2020.

_____. Circuitos contemporâneos do literário: indicações de pesquisa. **Revista Gragoatá**, Niterói, v. 20, p. 147-163, mar. 2006.

THOMPSON, John B. **Mercadores de Cultura**: o mercado editorial no século XXI. São Paulo: Unesp, 2013.

UOL. **Hábito de consumo adquirido na pandemia deve permanecer após COVID-19-19**. Agência Brasil. 18/05/2020. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2020/05/18/habito-de-consumo-adquirido-na-pandemia-deve-permanecer-apos-covid-19.htm?cmpid=copiaecola>. Acesso, 20/09/2020

VITORIO, Tamires. **Mais práticos e baratos**: venda de e-books cresce na pandemia. 07/10/2020. Revista Exame. Disponível em: < <https://exame.com/revista-exame/vida-nova-ao-livro-digital/> >. acesso em 10/10/2020.

WERÁ, Kaká; CREMA, Roberto. **A Águia e o Colibri**. São Paulo: 2019.

WOLF, Maryanne. **O cérebro no mundo digital**: os desafios da leitura na nossa era. Trad. Rodolfo Ilari, Mayumi Ilari. São Paulo: Editora Contexto. 2019.

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 