

Torre de Babel:

Créditos e Poderes da Comunicação

2



Edwaldo Costa
(Organizador)

Atena
Editora
Ano 2021

Torre de Babel:

Créditos e Poderes da Comunicação

2



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 de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Profª Drª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Profª Drª Carla Cristina Bauermann Brasil – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás
Prof. Dr. Cleberton Correia Santos – Universidade Federal da Grande Dourados
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Profª Drª Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia
Prof. Dr. Écio Souza Diniz – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Fágner Cavalcante Patrocínio dos Santos – Universidade Federal do Ceará
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Jael Soares Batista – Universidade Federal Rural do Semi-Árido
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Profª Drª Lina Raquel Santos Araújo – Universidade Estadual do Ceará
Prof. Dr. Pedro Manuel Villa – Universidade Federal de Viçosa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Profª Drª Talita de Santos Matos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Tiago da Silva Teófilo – Universidade Federal Rural do Semi-Árido

Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. André Ribeiro da Silva – Universidade de Brasília

Profª Drª Anelise Levay Murari – Universidade Federal de Pelotas

Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás

Profª Drª Débora Luana Ribeiro Pessoa – Universidade Federal do Maranhão

Prof. Dr. Douglas Siqueira de Almeida Chaves – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri

Profª Drª Elizabeth Cordeiro Fernandes – Faculdade Integrada Medicina

Profª Drª Eleuza Rodrigues Machado – Faculdade Anhanguera de Brasília

Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina

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

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

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

Profª Drª Gabriela Vieira do Amaral – Universidade de Vassouras

Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria

Prof. Dr. Helio Franklin Rodrigues de Almeida – Universidade Federal de Rondônia

Profª Drª Iara Lúcia Tescarollo – Universidade São Francisco

Prof. Dr. Igor Luiz Vieira de Lima Santos – Universidade Federal de Campina Grande

Prof. Dr. Jefferson Thiago Souza – Universidade Estadual do Ceará

Prof. Dr. Jesus Rodrigues Lemos – Universidade Federal do Piauí

Prof. Dr. Jônatas de França Barros – Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará

Prof. Dr. Luís Paulo Souza e Souza – Universidade Federal do Amazonas

Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande

Prof. Dr. Marcus Fernando da Silva Praxedes – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia

Profª Drª Maria Tatiane Gonçalves Sá – Universidade do Estado do Pará

Profª Drª Mylena Andréa Oliveira Torres – Universidade Ceuma

Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federaci do Rio Grande do Norte

Prof. Dr. Paulo Inada – Universidade Estadual de Maringá

Prof. Dr. Rafael Henrique Silva – Hospital Universitário da Universidade Federal da Grande Dourados

Profª Drª Regiane Luz Carvalho – Centro Universitário das Faculdades Associadas de Ensino

Profª Drª Renata Mendes de Freitas – Universidade Federal de Juiz de Fora

Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa

Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto

Prof. Dr. Carlos Eduardo Sanches de Andrade – Universidade Federal de Goiás

Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná

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

Prof. Dr. Douglas Gonçalves da Silva – Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia

Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Profª Drª Érica de Melo Azevedo – Instituto Federal do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Profª Dra. Jéssica Verger Nardeli – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Luciana do Nascimento Mendes – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Marques – Universidade Estadual de Maringá
Prof. Dr. Marco Aurélio Kistemann Junior – Universidade Federal de Juiz de Fora
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Priscila Tessmer Scaglioni – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Linguística, Letras e Artes

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Angeli Rose do Nascimento – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro
Profª Drª Carolina Fernandes da Silva Mandaji – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Profª Drª Denise Rocha – Universidade Federal do Ceará
Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná
Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará
Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobbon – Universidade Estadual do Centro-Oeste
Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia

Conselho Técnico Científico

Prof. Me. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof. Me. Adalberto Zorzo – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza
Prof. Dr. Adaylson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba
Prof. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí
Prof. Dr. Alex Luis dos Santos – Universidade Federal de Minas Gerais
Prof. Me. Alessandro Teixeira Ribeiro – Centro Universitário Internacional
Profª Ma. Aline Ferreira Antunes – Universidade Federal de Goiás
Prof. Me. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Profª Ma. Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa
Profª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Profª Drª Andrezza Miguel da Silva – Faculdade da Amazônia
Profª Ma. Anelisa Mota Gregoleti – Universidade Estadual de Maringá
Profª Ma. Anne Karynne da Silva Barbosa – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Antonio Hot Pereira de Faria – Polícia Militar de Minas Gerais
Prof. Me. Armando Dias Duarte – Universidade Federal de Pernambuco
Profª Ma. Bianca Camargo Martins – UniCesumar

Profª Ma. Carolina Shimomura Nanya – Universidade Federal de São Carlos
Prof. Me. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Me. Christopher Smith Bignardi Neves – Universidade Federal do Paraná
Prof. Ma. Cláudia de Araújo Marques – Faculdade de Música do Espírito Santo
Profª Drª Cláudia Taís Siqueira Cagliari – Centro Universitário Dinâmica das Cataratas
Prof. Me. Clécio Danilo Dias da Silva – Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Me. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará
Profª Ma. Daniela da Silva Rodrigues – Universidade de Brasília
Profª Ma. Daniela Remião de Macedo – Universidade de Lisboa
Profª Ma. Dayane de Melo Barros – Universidade Federal de Pernambuco
Prof. Me. Douglas Santos Mezacas – Universidade Estadual de Goiás
Prof. Me. Edevaldo de Castro Monteiro – Embrapa Agrobiologia
Prof. Me. Eduardo Gomes de Oliveira – Faculdades Unificadas Doctum de Cataguases
Prof. Me. Eduardo Henrique Ferreira – Faculdade Pitágoras de Londrina
Prof. Dr. Edwaldo Costa – Marinha do Brasil
Prof. Me. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita
Prof. Me. Ernane Rosa Martins – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás
Prof. Me. Euvaldo de Sousa Costa Junior – Prefeitura Municipal de São João do Piauí
Prof. Dr. Everaldo dos Santos Mendes – Instituto Edith Theresa Hedwing Stein
Prof. Me. Ezequiel Martins Ferreira – Universidade Federal de Goiás
Profª Ma. Fabiana Coelho Couto Rocha Corrêa – Centro Universitário Estácio Juiz de Fora
Prof. Me. Fabiano Eloy Atílio Batista – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Me. Felipe da Costa Negrão – Universidade Federal do Amazonas
Prof. Me. Francisco Odécio Sales – Instituto Federal do Ceará
Profª Drª Germana Ponce de Leon Ramírez – Centro Universitário Adventista de São Paulo
Prof. Me. Gevair Campos – Instituto Mineiro de Agropecuária
Prof. Me. Givanildo de Oliveira Santos – Secretaria da Educação de Goiás
Prof. Dr. Guilherme Renato Gomes – Universidade Norte do Paraná
Prof. Me. Gustavo Krahl – Universidade do Oeste de Santa Catarina
Prof. Me. Helton Rangel Coutinho Junior – Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro
Profª Ma. Isabelle Cerqueira Sousa – Universidade de Fortaleza
Profª Ma. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Me. Javier Antonio Alborno – University of Miami and Miami Dade College
Prof. Me. Jhonatan da Silva Lima – Universidade Federal do Pará
Prof. Dr. José Carlos da Silva Mendes – Instituto de Psicologia Cognitiva, Desenvolvimento Humano e Social
Prof. Me. Jose Elyton Batista dos Santos – Universidade Federal de Sergipe
Prof. Me. José Luiz Leonardo de Araujo Pimenta – Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria Uruguay
Prof. Me. José Messias Ribeiro Júnior – Instituto Federal de Educação Tecnológica de Pernambuco
Profª Drª Juliana Santana de Curcio – Universidade Federal de Goiás
Profª Ma. Juliana Thaisa Rodrigues Pacheco – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Kamilly Souza do Vale – Núcleo de Pesquisas Fenomenológicas/UFGA
Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia
Profª Drª Karina de Araújo Dias – Prefeitura Municipal de Florianópolis

Prof. Dr. Lázaro Castro Silva Nascimento – Laboratório de Fenomenologia & Subjetividade/UFPR
Prof. Me. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Ma. Lilian Coelho de Freitas – Instituto Federal do Pará
Profª Ma. Liliani Aparecida Sereno Fontes de Medeiros – Consórcio CEDERJ
Profª Drª 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

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 2 /
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 978-65-5706-871-7

DOI 10.22533/at.ed.717211103

1. Comunicação. 2. Mídia. I. Costa, Edwaldo
(Organizador). II. Título.

CDD 302.23

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora

Ponta Grossa – Paraná – Brasil

Telefone: +55 (42) 3323-5493

www.atenaeditora.com.br

contato@atenaeditora.com.br

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

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

APRESENTAÇÃO

A coleção Torre de Babel: Créditos e Poderes da Comunicação é apenas um breve panorama da produção e reflexão acadêmica na área, contemplando a produção de dois e-books, que reúnem não apenas as possibilidades que o campo da Comunicação ensina, mas também os desafios que se erigem na/da sociedade contemporânea, marcada pelo crescente processo de midiatização e conflitos de informação. Neste e-book 2, apresentamos 27 capítulos de 34 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, legislação, concentração de mídia no Brasil, políticas de comunicação, indústria fonográfica, campanha publicitária, atividade extensionista, produções audiovisuais, análise de vídeos, TV Excelsior, festivais de música popular, Série Elite, diversidade, cultura pop, jornalismo cultural, Filme Hebe, necropolítica, estética da ecopropaganda audiovisual, telenovelas de Benedito Ruy Barbosa, perfil do assessor de imprensa do interior de São Paulo, *trickster*, imaginário, humor, rádio paranaense, arte multidimensional, Nelson Leirner, *branding*, marketing de conteúdo, TV no Brasil, TV em Cabo Verde, TV em Portugal, programas infantis na TV Aberta, editoriais de obras espíritas, Revista TV Sul Programas, Superamigos, ficcionalidade nas telenovelas brasileiras, publicidade eleitoral, tabus da sexualidade feminina, regulamentação das rádios comunitárias, film-photo e debates internacionais que precederam o informe Macbride.

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.

Edwaldo Costa

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
A ESTRUTURA DISCURSIVA NARRATIVA APLICADA AO TEXTO PUBLICITÁRIO: POTENCIALIDADES E SUBVERSÕES NA VISÃO DE WALTER BENJAMIN	
<i>Marina Aparecida Espinosa Negri</i>	
DOI 10.22533/at.ed.7172111031	
CAPÍTULO 2	16
A FUNCIONALIDADE DAS ESTRATÉGIAS CRIATIVAS BASEADAS EM HUMOR, IRONIA E DEBOCHE NOS ENUNCIADOS PUBLICITÁRIOS DA CONTEMPORANEIDADE	
<i>Marina Aparecida Espinosa Negri</i>	
DOI 10.22533/at.ed.7172111032	
CAPÍTULO 3	33
LEGISLAÇÃO E CONCENTRAÇÃO DE MÍDIA NO BRASIL: TRÊS DÉCADAS DE POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO (1988-2018)	
<i>Vitor Pereira de Almeida</i>	
DOI 10.22533/at.ed.7172111033	
CAPÍTULO 4	45
INDÚSTRIA FONOGRAFICA: O MERCADO DE MÚSICA NO BRASIL NO INÍCIO DO SÉCULO XXI	
<i>Daniel Parente Nogueira</i>	
DOI 10.22533/at.ed.7172111034	
CAPÍTULO 5	56
CRIAÇÃO DE CAMPANHA PUBLICITÁRIA: INTEGRAÇÃO ENTRE TEORIA E PRÁTICA POR MEIO DE ATIVIDADE EXTENSIONISTA	
<i>Andressa Deflon Rickli</i>	
<i>Layse Pereira Soares do Nascimento</i>	
DOI 10.22533/at.ed.7172111035	
CAPÍTULO 6	64
A CRÍTICA POLÍTICO-SOCIAL EM PRODUÇÕES AUDIOVISUAIS CONTEMPORÂNEAS: UMA ANÁLISE DOS VIDEOCLIPES DE LIA CLARK, GLÓRIA GROOVE, IZA E WANESSA CAMARGO	
<i>Luiz Guilherme de Brito Arduino</i>	
<i>Renata Maria Monteiro Stochero</i>	
DOI 10.22533/at.ed.7172111036	
CAPÍTULO 7	79
A TV EXCELSIOR E AS COMPETIÇÕES MUSICAIS: OS FESTIVAIS DE MÚSICA POPULAR DE 1965 E 1966	
<i>Talita Souza Magnolo</i>	
DOI 10.22533/at.ed.7172111037	

CAPÍTULO 8	93
LEITURA CRÍTICA DA SÉRIE ELITE: UMA DISCUSSÃO SOBRE REPRESENTAÇÃO, SIGNIFICAÇÃO E DIVERSIDADE NA CULTURA POP	
Luiz Guilherme de Brito Arduino Vânia de Moraes	
DOI 10.22533/at.ed.7172111038	
CAPÍTULO 9	112
A VALORAÇÃO DO FILME HEBE EM REPORTAGENS DO JORNALISMO CULTURAL	
Gilmar Adolfo Hermes	
DOI 10.22533/at.ed.7172111039	
CAPÍTULO 10	126
NECROPOLÍTICA E PRECARIIDADE NO GESTO DE FILMAR O LUTO DE CRISTIANO BURLAN	
Leandro Silva Lopes	
DOI 10.22533/at.ed.71721110310	
CAPÍTULO 11	138
O FILME VERDE: PARA UMA ESTÉTICA DA ECOPROPAGANDA AUDIOVISUAL	
Francisco dos Santos	
DOI 10.22533/at.ed.71721110311	
CAPÍTULO 12	149
A ANÁLISE HISTÓRICA DO ESTILO TELEVISIVO E A CONSTRUÇÃO DE EXPERIÊNCIAS TELEVISUAIS PARA O TEMA DA TERRA, EM TELENÓVELAS DE BENEDITO RUY BARBOSA	
Reinaldo Maximiano Pereira	
DOI 10.22533/at.ed.71721110312	
CAPÍTULO 13	165
O PERFIL DO ASSESSOR DE IMPRENSA DO INTERIOR DE SÃO PAULO	
Ivana Laís da Silva Santana	
DOI 10.22533/at.ed.71721110313	
CAPÍTULO 14	188
O TRICKSTER EM SINTONIA COM O IMAGINÁRIO: MITO E HUMOR NO RÁDIO PARANAENSE	
Rafaeli Francini Lunkes Carvalho	
DOI 10.22533/at.ed.71721110314	
CAPÍTULO 15	198
ARTE MULTIDIMENSIONAL: UM ESTUDO SOBRE A GRANDE PARADA, DE NELSON LEIRNER	
Marcos Rizolli	
DOI 10.22533/at.ed.71721110315	

CAPÍTULO 16	206
BRANDING E MARKETING DE CONTEÚDO: FORTALECIMENTO E GERAÇÃO DE VALOR PARA A MARCA POR MEIO DE CONTEÚDO SIGNIFICATIVO, CONSISTENTE E RELEVANTE NO AMBIENTE DIGITAL	
Railson Marques Garcez	
José Samuel Scriviner Neto	
DOI 10.22533/at.ed.71721110316	
CAPÍTULO 17	222
OS DOIS LADOS DO ATLÂNTICO: PANORAMAS DA TV NO BRASIL, EM CABO VERDE E EM PORTUGAL	
Vitor Pereira de Almeida	
Ricardo Matos de Araújo Rios	
DOI 10.22533/at.ed.71721110317	
CAPÍTULO 18	233
70 ANOS DE EVOLUÇÃO (OU INVOLUÇÃO) DO NÚMERO DE PROGRAMAS INFANTIS NA TV ABERTA	
Dirceu Lemos da Silva	
DOI 10.22533/at.ed.71721110318	
CAPÍTULO 19	246
RITOS GENÉTICOS (EDITORIAIS) DE OBRAS ESPÍRITAS	
Alcione Gonçalves	
Antônio Augusto Braico	
DOI 10.22533/at.ed.71721110319	
CAPÍTULO 20	259
REVISTA TV SUL PROGRAMAS: UM RETRATO DOS PIONEIROS DA TELEVISÃO	
Filipe Peixoto	
Laira Campos	
DOI 10.22533/at.ed.71721110320	
CAPÍTULO 21	272
SUPERAMIGOS E AS TRÊS DIMENSÕES DO ESPETÁCULO DE CARIDADE	
Marcelo Travassos da Silva	
DOI 10.22533/at.ed.71721110321	
CAPÍTULO 22	286
TERRITÓRIOS DE FICCIONALIDADE E SEUS USOS PARA A CONSTRUÇÃO DAS TRAMAS DAS TELENÓVELAS BRASILEIRAS	
Maressa de Carvalho Basso	
DOI 10.22533/at.ed.71721110322	
CAPÍTULO 23	298
O “MITO” NA PUBLICIDADE ELEITORAL; O USO DA PERSUASÃO NA CAMPANHA DE	

JAIR BOLSONARO

Bianca Monti Piazza Lopes

Roberta Fleck Saibro Krause

DOI 10.22533/at.ed.71721110323

CAPÍTULO 24.....312

TABUS DA SEXUALIDADE FEMININA: A SEXUALIZAÇÃO DA MULHER AFRO-BRASILEIRA

Juliana Lopes Ordéas Nascimento

DOI 10.22533/at.ed.71721110324

CAPÍTULO 25.....321

20 ANOS DE REGULAMENTAÇÃO DAS RÁDIOS COMUNITÁRIAS: POUCOS AVANÇOS E DEMANDAS DE NOVAS CONQUISTAS

Paulo Augusto Emery Sachse Pellegrini

DOI 10.22533/at.ed.71721110325

CAPÍTULO 26.....334

UM SÉCULO DE SINFONIAS URBANAS: *FILM-PHOTO* E INCONSCIENTE ÓTICO

Fernanda Aguiar Carneiro Martins

DOI 10.22533/at.ed.71721110326

CAPÍTULO 27.....344

UMA ARENA, MUITAS DISPUTAS: UMA RECONSTRUÇÃO HISTÓRICA DOS DEBATES INTERNACIONAIS QUE PRECEDERAM O INFORME MACBRIDE

André Luís Lourenço

Juliano Maurício de Carvalho

DOI 10.22533/at.ed.71721110327

SOBRE O ORGANIZADOR.....358

ÍNDICE REMISSIVO.....359

CAPÍTULO 1

A ESTRUTURA DISCURSIVA NARRATIVA APLICADA AO TEXTO PUBLICITÁRIO: POTENCIALIDADES E SUBVERSÕES NA VISÃO DE WALTER BENJAMIN

Data de aceite: 01/03/2021

Marina Aparecida Espinosa Negri

Instituto de Artes da Universidade Estadual de
Campinas – IA UNICAMP
Professora de Faculdades de Comunicação
Social de São Paulo em Cursos de: Publicidade
& Propaganda, Jornalismo e Produção
AudioVisual
<http://lattes.cnpq.br/2704967773387185>

Trabalho apresentado no GT – 7 Comunicação e Consumo, do Congresso PENSACOM Brasil 2016.

RESUMO: O presente Artigo propõe-se a abordar a aplicação das Estruturas Discursivas Formais na prática da Redação Publicitária da contemporaneidade, dedicando ênfase à Estrutura Discursiva Narrativa, em face de sua riqueza intrínseca, multiplicidade de recursos e versatilidade. À luz das postulações do filósofo alemão Walter Benjamin, declinadas no ensaio *O Narrador* (1936), o método de análise concentra-se na observação das formas de emprego e no aproveitamento teórico dos elementos componentes dessa Estrutura em

peças publicitárias destinadas a diferentes tipos de mídia, frente à hipótese de que seu potencial como experiência comunicável seja subutilizado pelos criadores, gerando dispersão e baixa influência no padrão de consumo dos *targets*, na maior parte das vezes. Para recorte do estudo, foi selecionado um *corpus* formado por três campanhas publicitárias veiculadas entre os anos de 2014 e 2015, assinadas pelas marcas: CVV - Centro de Valorização da Vida, Pedigree e Kombi / VW do Brasil, nas quais a presença da Estrutura Narrativa instaura-se como eixo verbal central.

PALAVRAS-CHAVE: Estrutura Discursiva Narrativa, Conflito, Narrador, Experiência comunicável, Redação Publicitária.

1 | NARRAÇÃO POR DEFINIÇÃO

Em visão informal, pode-se admitir que no texto narrativo, a ação, ou o conjunto de acontecimentos que, de algum modo, dialogam e se encadeiam cronológica ou psicologicamente dentro de determinados recorte espacial e fluxo temporal, é o indício identificador desse tipo de Estrutura Discursiva.

Aristóteles (384 a.C.-322 a.C.), nos incertos registros compilados da *Poética*¹,

1. A *Poética* (do Latim: *poietikés*), datada provavelmente entre os anos 335 a.C. e 323 a.C. (conforme Eudoro de Souza, 1993, p. 8), é informalmente conhecida como uma teoria sobre a Tragédia. Obra controversa, marcada por distorções e equívocos de tradução, portanto, passível de levantar constantes opiniões divergentes ao longo do tempo, ela é, na realidade, um conjunto ou caderno de anotações pontuais e esquemáticas feitas não para serem assimiladas através da leitura, mas destinadas a serem desenvolvidas nas aulas sobre Poesia, Literatura e Arte que o mestre e investigador Aristóteles ministrava no Liceu, escola por ele estabelecida no Templo de Apolo, em Atenas. Trata-se de rascunhos e registros derivados do próprio pensamento de Aristóteles, que ele subdividia em duas vertentes, às quais denominava:

• **Escritos Acroamáticos:** conteúdos a serem transmitidos oralmente a seus alunos.

afirmava que: ‘Sem ação, não pode haver tragédia’. Tal axioma, por extensão e afinidade conceitual, permite a correlação do termo ‘tragédia’ a ‘narração’, e assim, compreende-se a presença da ação estendida a conflito como elemento sinalizador - primeiro e essencial - da constituição do texto narrativo. Já, o sociólogo, semiólogo e crítico literário Roland Barthes (1915-1980), visto como mestre também em estudos aprofundados sobre a Narrativa, a enxerga como ferramenta de difusão onipresente na História da Humanidade e assevera que:

A narrativa está presente em todos os tempos, em todos os lugares, em todas as sociedades, começa com a própria história da humanidade. (...) é fruto do gênio do narrador, ou possui em comum com outras narrativas, uma estrutura acessível à análise. (BARTHES, 1966 - p.1).

Em abordagem teórica mais amplamente detalhada e se acrescentando a esta as pré-definições de duas outras Estruturas Discursivas disponíveis, o entendimento de todas em perspectiva as distingue e se alarga:

Colocando-se em perspectiva comparativa as características formadoras das outras duas Estruturas Discursivas Formais – a Descritiva e a Dissertativa -, é possível observar no escopo da Estrutura Narrativa a complexidade mais aguda de sua natureza. Atribuída a ela, informalmente, a função de ‘contar uma história’, ou ‘elencar uma sucessão de fatos’, a Narração, vista sob a ótica teórica, encerra em si competências sofisticadas, tais como: movimentação simultânea de pelo menos cinco elementos-chave (obrigatória para a arquitetura do Enredo); dimensionamento temporal (necessário para a implementação de ritmo ao encadeamento das ações); intensidade dramática (decisiva para a captação de crescente expectativa ao longo do desenvolvimento da trama).

Os cinco elementos, ora mencionados, que conferem materialidade ao texto narrativo reconhecem-se por: Narrador (formalizado em três categorias enunciativas); Personagens (subdivididos em três escalas de participação); Conflito (tipificado em quatro possibilidades de deflagração); Tempo (decorrido em duas formas de dimensão); Espaço (demarcado em duas formas de ambientação). A operação conjunta desses elementos forma o Enredo, ou corpo da Narrativa. Essencial assinalar que a presença de um Conflito² será sempre a premissa identificatória e legitimadora do discurso narrativo. (NEGRI, 2015)³.

• **Escritos Esotéricos:** textos destinados apenas a iniciados.

... ambas contributivas para abrir um panorama sobre o estado da arte grega, na época de Aristóteles.

2. **Conflito**, desestabilização ou quebra de uma rotina é o chamado *leit motiv*, ou motivo real da existência de uma narrativa no plano concreto, e ao qual ela se subordina. Conflitos não são circunstâncias necessariamente negativas; são fatos com calibre suficiente para alterar uma dada situação. É a presença do Conflito que faz uma história ser contada a alguém, em busca de atrair a total atenção desse interlocutor e causar-lhe emoção. Admite-se como significado de Conflito a ocorrência simultânea de forças opostas, que têm um início, intensificam-se com o passar do tempo, culminam em um clímax, e finalmente chegam a um desfecho. Desfechos, por sua vez, não são finalizações necessariamente ideais, róseas ou felizes para Conflitos instaurados; são, na verdade, soluções para encerrá-los tanto por bem, como por mal.

3. Trecho adaptado extraído de trabalho apresentado oralmente no DT 2 – Publicidade & Propaganda do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, INTERCOM Sudeste, realizado de 19 a 21 de junho de 2015, na Universidade Federal de Uberlândia – UFU / MG, nomeado: *A rentabilidade da aplicação da Estrutura Discursiva Narrativa em Redação Publicitária*. (Negri, 2016).

Categorização dos Elementos Constitutivos da Estrutura Discursiva Narrativa:

- **Narrador:** Observador / Personagem / Onisciente => É quem conta a história.
- **Personagem (s):** Protagonista / Secundário / Antagonista => É quem vive a história.
- **Conflito:** Interno ou Externo => São forças opostas em confronto, mediante quatro circunstâncias propulsoras.
- **Tempo:** Cronológico ou Psicológico => É o período datado ou o tempo das emoções em que decorre a história.
- **Espaço:** Real ou Ficcional => É o ambiente demarcado onde ocorre a história.

Quadro 1: Elementos formadores da Estrutura Discursiva Narrativa.

É atualmente comum, entretanto, o uso subvertido e proliferado da palavra *Narrativa*, tendo o termo sido indiscriminadamente aplicado para designar qualquer episódio, como neste título equivocado, extraído da página na rede *Facebook* do Movimento Brasil Livre - MBL: 'Hoje tivemos uma */narrativa/* que durou poucas horas. Está ficando difícil ser petista'...⁴; ou neste, sem nexos lógicos: 'Ambulante é espancado até a morte após defender travesti. Outra */narrativa/* se vai'...⁵ e mesmo para fazer o papel do que se reconhece e nomeia corretamente como: Relato, Notícia, Dissertação, ou simples Declaração de natureza imediatista ou fortuita, mormente as que se espraiam na atualidade via suporte digital, a exemplo das três seguintes:

- Há quem tenha caído na */narrativa/* da 'Angela Merkel humanitária' quando ela se dispôs a aceitar 800.000 refugiados, mas todos sabiam que havia ali um extremo ato de oportunismo. Já se sabe que a política de 'refugiados' é feita para permitir que muitas pessoas venham a partir de países que não estão em conflito.⁶

Nesse primeiro caso, seria mais indicada a construção: Há quem tenha caído na */argumentação/* da 'Angela Merkel humanitária'(...)

- A História Maia é uma */narrativa/* de cautela.⁷

Aqui, se teria conseguido ajustado efeito de significado com, por exemplo, a estruturação: A História Maia é um */enredo/* de cautela.

- */Narrativa/* do 'coitadinho perseguido', de Lula, vira pó depois da delação da Odebrecht⁸

4. Acessado *on line* aos 27/12/2016 em: https://www.facebook.com/mblivre/?hc_ref=NEWSFEED&fref=nf

5. Acessado *on line* aos 27/12/2016 em: <http://www.ceticismopolitico.com/ambulante-e-espancado-ate-a-morte-apos-defender-travesti-outra-narrativa-se-vai/>

6. Trecho acessado *on line* aos 23/12/2016 em: <http://www.ceticismopolitico.com/provavel-terrorista-veio-junto-com-os-refugiados-merkel-se-complica/>

7. Trecho acessado *on line* aos 23/12/2016 às 23h00 no: *Programa Guerreiros*, exibido às 23h00 no Canal H2 Muito Mais História - *Cable TV*.

8. Título de matéria exibida em: <http://lavajatosergiomoros2.blogspot.com.br/2016/12/narrativa-do-coitadinho-perseguido-de.html>. Acessado *on line* aos 25/12/2016.

Esse título de reportagem obteria melhor resultado mediante a inclusão do vocábulo correto: */Versão/* do ‘coitadinho perseguido’, de Lula, vira pó (...)

Atuando como coringa verbal, *Narrativa* parece ter se inadvertidamente convertido na palavra da moda ou palavra de ordem do Jornalismo contemporâneo, empregada insistente e erroneamente, com trânsito livre, quase sempre deslocada de seu sentido real, tomando o lugar de expressões mais apropriadas. Tendência essa redundante, que deturpa o significado e a verdadeira função da Narrativa e, por outro lado, permite denotar falhas verbais importantes de escritores incautos, como desconhecimento das Estruturas Discursivas, falta de vocabulário e não recorrência à sinonímia, ruinosas a mensagens tanto orais, como escritas.

2 I A NARRAÇÃO SOB A ÓTICA DE WALTER BENJAMIN

Quando nos distantes anos 30 o ainda jovem intelectual alemão Walter Benjamin (1892–1940), reconhecido mais tarde como filósofo da melancolia, escreveu *O Narrador* (1936), uma análise ensaística de cunho histórico-sociológico sobre o papel social da Narrativa, talvez não imaginasse que o manuscrito se perpetuaria no tempo e viria a render estudos desdobrados até a atualidade, pleno século XXI. Benjamin depreende nessa análise que a própria existência da narrativa já implicaria um significado mais profundo e desenvolve todo o texto ratificando a ideia de que a */narrativa real/* deveria resultar ⇔ em uma */experiência comunicável/*. Em outras palavras: a */narrativa real/* ou *lacúmulo de vivências/* ⇔ traz uma */experiência comunicável/* ou uma */moral/* como mensagem.

No afã de se familiarizar e de atestar a legitimidade desse postulado, o estudioso concentrou-se inicialmente em explorar a obra do proeminente escritor russo Nikolai Leskov (1831–1895) por avaliar que ela se aproximava dos contos da tradição oral, uma virtude retórica, segundo Benjamin. Para ele, a narração oral de histórias */narrativa real/* era sumamente valorosa pelo poder de acumular em si o imaginário social do narrador. Ele acreditava que a humanidade criara a meritória arte de contar histórias para conseguir trocar experiências e transmitir ensinamentos, faculdade essa que teria sido uma das grandes responsáveis pelo triunfo da espécie humana. As narrações seriam, então, histórias que se aproximariam bem mais da memória coletiva dos povos, do que da individual; e se prenderiam menos a um pretenso fio condutor e mais às tradições. Quanto mais a história se mostrasse ‘natural’, se afastasse da psicologia pessoal das personagens e traduzisse a memória sensorial e social, maior seria o seu valor. A importância da narração para Benjamin, ou seu legado maior, é, mais do que tudo, a transmissão de uma moral, por sua capacidade de revelar muito sobre hábitos, comportamentos, costumes e tradições de determinada sociedade em que os fatos teriam decorrido. Ele afirma ainda que as melhores narrativas escritas são ‘aquelas que menos se distinguem das histórias orais contadas pelos inúmeros narradores anônimos’. (BENJAMIN, 1987 - p. 198).

Ao se referir especificamente ao narrador, ressalta a importância da sabedoria e a paradoxal efemeridade desse conceito: 'A arte de narrar está definindo, porque a sabedoria – o lado épico da verdade – está em extinção'. (BENJAMIN, 1987 - p. 201). O autor vê a narrativa como experiência coletiva por excelência, a qual, no entanto, ele teme que se venha extinguindo com o advento da volátil Era da Informação, a qual encara como ameaça, uma vez que entende a capacidade humana de partilhar experiências e conhecimentos como derivada somente da tradição oral e da visão comunitária, indispensáveis na formulação das grandes histórias.

Para Benjamin, a Primeira Grande Guerra Mundial teria sido a grande responsável pelo empobrecimento do estilo de construção das narrativas. Ele atribuía ao conflito bélico o estrago decisivo na tradição oral de se contar histórias pelo fato de fazer com que os combatentes, então brutalizados e traumatizados pelos duros embates, tivessem subtraída sua competência de produzir experiências comunicáveis.

Benjamin classifica as narrativas que referendam a tradição oral, e que são para ele as */narrativas reais/*, como 'histórias arcaicas', isto é, histórias originárias do período antecedente ao da Primeira Grande Guerra Mundial (1914-1918), as quais se valem, essencialmente, de dois tipos de narrador:

- *Agricultor* ⇔ /o que reafirma as tradições/
- *Mercador dos Mares* ⇔ /o que traz as novidades/

De acordo com ele, essa distinção permitiria substancial entendimento sobre as conexões sociais, por explicitar que o aprendizado dos homens e sua maneira de lidar com mundo dão-se a partir de um amálgama de duas visões:

- *Tradicional* ⇔ /a que compartilha ensinamentos/
- *Moderna* ⇔ /a que traz novos ensinamentos a serem incorporados/⁹

É a partir do estabelecimento desse tópico que o filósofo busca aquilatar, em alcance macroscópico, a importância de se contar histórias e, ao mesmo tempo, de desvendar os rastros que a tradição oral traz para o entendimento das relações humanas, ao longo da História. Seu objetivo central era encontrar um ponto comum entre os diferentes tipos de narrativa existentes e esmiuçar, assim, a dita narrativa moderna, à qual ele observava com certa desconfiança, talvez, desdém¹⁰. A pior hipótese, no horizonte intelectual de Walter Benjamin, para quem as */narrativas de real valor/* seriam as histórias alinhadas à tradição oral, repassadas de geração em geração ⇔ indicava que o homem moderno perdera o dom de narrar, o que resultaria, de acordo com ele, em grave prejuízo para a sociedade, mediante vários aspectos relevantes, particularmente o antropológico e o psicológico.

9. Pelo olhar de Benjamin, a visão mais arcaica está intimamente ligada à tradição oral e ao tipo de narrativa que ele classificou como */narração real/*.

10. Oportuno salientar que na atual Era da Informação é exatamente essa a ameaça que coloca a tradição em cheque. Com a dinâmica rápida e volátil da informação na contemporaneidade, as narrativas curtas e de fácil consumo são as que mais se impõem.

Uma vivência, algo pelo qual simplesmente eu passei, eu atravesssei, ou algo que me aconteceu, não é nada, se ela não puder ser transformada em alguma narrativa compartilhável e transmissível ao grupo ao qual eu pertenço. É a transmissão, é o compartilhar que transformam a vivência em experiência. (BENJAMIN, 1987 – p. 114).

Oportuno observar que o pessimista Benjamin, no início do século XX, chega a destacar duas modalidades linguísticas oriundas da evolução que, segundo ele, viriam a colaborar com o desaparecimento total da narrativa: o romance e a informação. Para ele, o romance não procede da tradição oral, nem a reverbera ou alimenta. A origem do romance é o indivíduo isoladamente, que não recebe conselhos, nem sabe dá-los. Já, a informação seria ainda mais letal à sobrevivência da */narrativa real/* e provocaria uma crise no próprio romance. Diferentemente da narrativa, cujo saber vem de longe e proporciona ensinamentos duradouros, a informação é pontual, exige procedimentos de verificação imediata e somente tem valor enquanto é novidade.

Na percepção de Benjamin, o advento da celebrada Era da Informação (considerada a época em que ele viveu) deu vazão a um novo paradigma comportamental: com ela, os indivíduos robotizaram-se e perderam a capacidade de enxergar o mundo por intermédio de uma tradição coletiva, tornaram-se refratários ao recebimento de conselhos e incapazes de dar prosseguimento aos costumes de seu próprio povo.

O filósofo ressalta que quando o homem passa a não se interessar mais pela problematização do ambiente que o cerca, por questões que dizem respeito à sociedade, ele perde concomitantemente a propriedade de se enxergar como parte de um todo. Esse novo indivíduo, frio e personalista, rejeita experiências conjuntas e procura construir sua visão de mundo sob ótica própria, inserido numa sociedade na qual o egocentrismo é condição para o sucesso. Em analogia a esse padrão, as experiências narrativas da então incipiente Era da Informação seriam vivências fugazes e solitárias, baseadas não na memória / tradição de um povo, ou de um marco histórico ou geográfico, mas em histórias que exaltam um protagonista individual.

A valorização do protagonista em detrimento da valorização de seu entorno histórico impõe-se, para Benjamin, como sintoma fatal do descolamento do indivíduo de seu papel social e de suas circunstâncias, o que teria implicação direta no depauperamento do valor dos textos narrativos.

Levando-se em conta tais pressupostos levantados por Walter Benjamin no ensaio *O Narrador*, a simples observação do emprego da Estrutura Narrativa em textos da atualidade deixa evidenciados o nexos de causalidade e a pertinência de sua tese central. Referindo-se em especial a textos publicitários, devidamente pré-selecionados em coleta informal, abarcando inserções em mídia impressa, digital e eletrônica, é possível verificar-se com mais intensidade a ausência da */narração real/* ⇔ */experiência comunicável/* e com menor ênfase, a presença da */narração efêmera/* ⇔ */extinção da moral da história/*.

Quando a opção preferencial dos criadores publicitários para a confecção de uma emissão isolada ou de uma campanha inteira repousa sobre a Estrutura Narrativa, normalmente as histórias contadas são infantilizadas, previsíveis, repetitivas e, por demais fantasiosas em muitos casos. Algumas ilustrações que embasam o barateamento desse tipo de Estrutura, ocasionando baixa adesão de público, pouca memorização e discreto impacto no consumo dos produtos assim anunciados, seguem o exemplo da criada para a marca Assolan, no exemplo seguinte, um roteiro que divulga a palha de aço para lavar louças, enquanto alguém prepara um prato.

- Micronarrativas do cotidiano (doméstico urbano) para divulgação de produtos *on line*.

Em provável busca de se aproximar de um novo tipo de público e se diferenciar do modelo publicitário vigente mais notório, o filme comercial / 30" de televisão, tem-se esta iniciativa narrativa de um anunciante, no caso, a marca Assolan, que se insere como parte do processo de trabalho de alguém na cozinha, abordando o preparo passo a passo de um prato, (receita posta em prática) até a lavagem da louça com a palha de aço Assolan, item que se introduz como parte importante do cenário.¹¹

Mera trivialidade narrativa que desperdiça a complexidade da estrutura e compromete em muito o valor criativo da emissão.

3 I O EMPREGO DA ESTRUTURA DISCURSIVA NARRATIVA EM REDAÇÃO PUBLICITÁRIA

É mediante esse prólogo teórico que aqui se discute o aproveitamento e a aplicação positiva de tão rica Estrutura na mensagem publicitária contemporânea, na conseqüente e desejável memorização do público e no incremento do consumo dos bens anunciados por meio dela.

Sendo comprovadamente a elaboração da maior parte dos anúncios veiculados na atualidade baseada nas prerrogativas de um *Narrador Mercador dos Mares*, aquele que apenas /traz as informações/ e não perpetua conhecimentos e tradições, conforme a nomenclatura de Benjamin, o objetivo do presente estudo centrou-se na pesquisa de campanhas que fizessem uso do *Narrador Agricultor*, aquele que /valoriza e reitera a tradição oral/, promovendo a vigência de uma história de verdade, a dita /narrativa real/, ou a perpetuação de um desejável /acúmulo de vivências/, culminando na esperada /experiência comunicável/, com a /moral/ da história, bem como sua eventual eficácia.

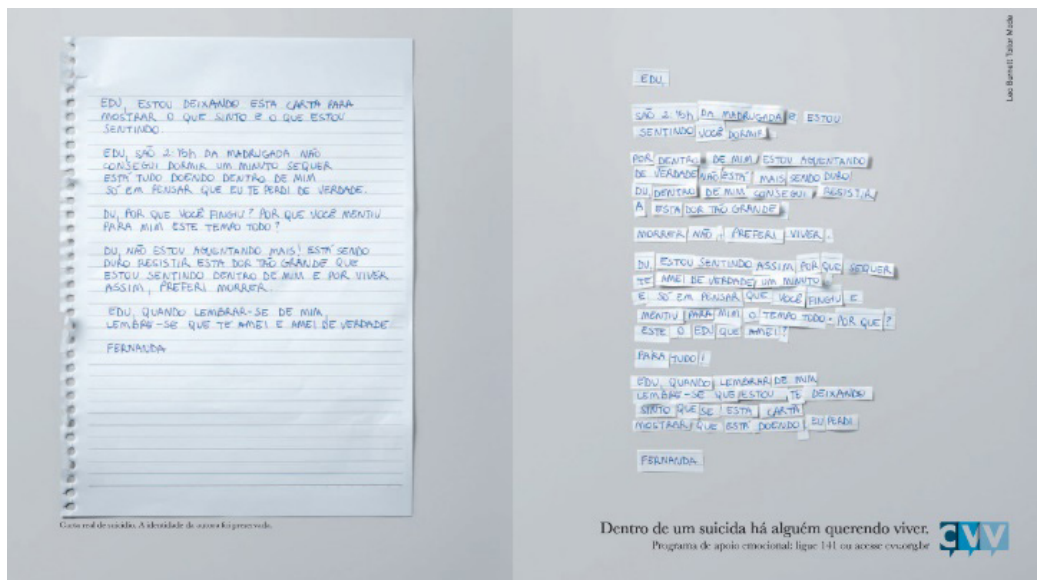
A resultante selecionada para este Artigo - três amostras divulgadas entre os anos de 2014 e 2015, veiculadas em mídia impressa, eletrônica e digital por todo o território nacional - traz à tona a percepção já intuída de que, uma vez bem utilizados todos os seus recursos, a Estrutura Narrativa aplicada à Redação Publicitária e à Criação Publicitária, (incluindo-se

11. Disponível em: <https://www.facebook.com/tudogostoso/videos/1414739488536157/> Acesso *on line* aos 6/10/2016.

nessa modalidade a Direção de Arte como complemento visual das mensagens emitidas), pode vir a se tornar uma experiência sensorial e estética marcante e produtiva à marca e aos mais diferentes tipos de público.

Trata-se de campanhas que tiveram no texto narrativo seu princípio norteador, mote central e vetor da moral final das histórias contadas. Duas são de Propaganda e uma de Publicidade, alertando-se para o fato de que são essas especialidades distintas descritas individualizadamente, cada uma com suas peculiaridades.¹²

3.1 Campanha institucional: ‘Cartas de um suicida’ / CVV (2014)



12. Embora não haja consenso universal sobre a amplitude das definições dos termos Publicidade e Propaganda, e se aceite certa liberdade quanto a esse tópico, neste trabalho estabelece-se a distinção funcional entre ambas, conforme admitido por vários autores. Essa diferenciação se consolida aqui da seguinte maneira:

- **Publicidade** é uma especialidade que atua em um plano concreto de ações e se presta à divulgação de bens tangíveis ou intangíveis, desde que acessíveis comercialmente. A Publicidade instaura e espera uma *ação comercial*.
- **Propaganda** é a disseminação e / ou divulgação de idéias, causas, comportamentos e atitudes; almeja obter adesão a ideologias, mantendo atuação, portanto, em uma esfera abstrata do pensamento humano. A Propaganda instaura e espera uma *ação comportamental*. (PEREZ, C. & BARBOSA, I. [orgs.], 2007, Vol. II – p. 343).

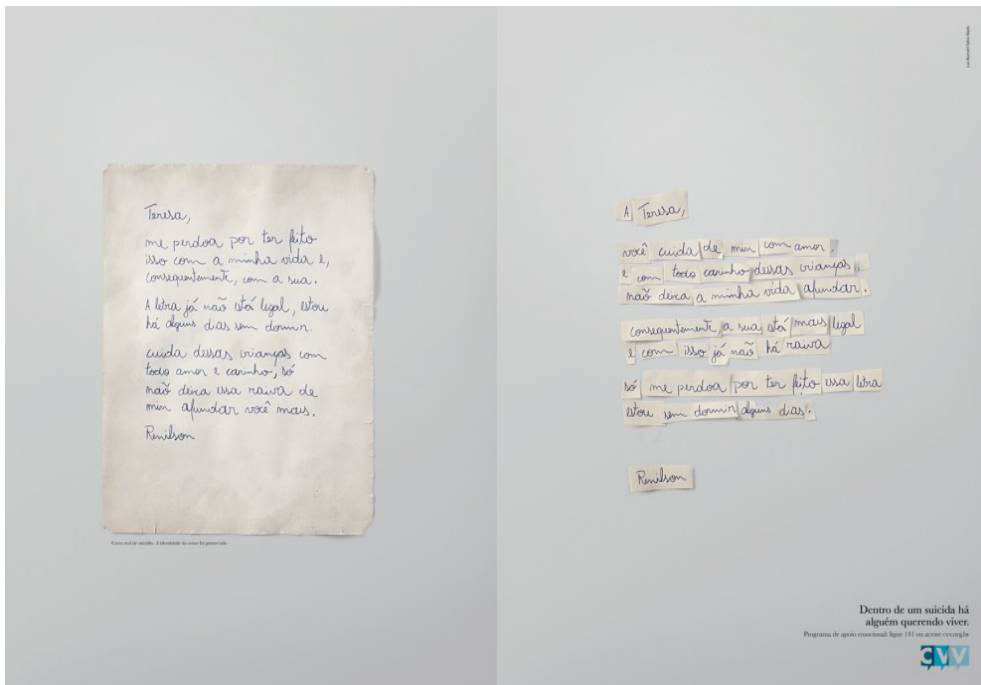


Figura 1: Anúncios página dupla de categoria All Type integrantes da campanha 'Cartas de um suicida' - CVV.¹³

Acessada on line aos 4/8/2016, disponível em: <http://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2014/06/campanha-que-reescreveu-cartas-de-suicidas-ganha-ouro-em-cannes.html>



Ligue 141

Na campanha 'Cartas de um suicida', a ONG Centro de Valorização

da Vida – CVV, entidade que desde 1962 presta-se a auxiliar, via atendimento telefônico ou digital, pessoas envolvidas em crises emocionais, existenciais, pessoais e psicológicas, solitários, depressivos e viciados em entorpecentes que flertam com o suicídio, optou por se fazer anunciar de forma narrativa.

Restrita a anúncios impressos colorizados apenas em azul e branco, formato página dupla / revistas, o tema da campanha impressa eram cartas reais de despedida, manuscritas em folhas de caderno pautadas, por potenciais suicidas que arrolam suas tristezas e decepções com a vida e se declaram decididos a enfrentar a morte como única saída para seus problemas.

Por meio de textos brilhantes e comoventes, todos escritos na 1ª ps. sing., fundamentados nas Funções Emotiva e Poética da Linguagem, os emissores sentem-se fracassados e desistem de tudo. Porém, antes do ato derradeiro de jogar a toalha, por assim dizer, resolvem pedir ajuda ao CVV, o que muda radicalmente o rumo dos acontecimentos.

13. A tipificação aqui registrada em Língua Inglesa como All Type significa: Peça totalmente verbal.

Nas peças, alocadas ao lado dessas cartas demolidoras, outras cartas, reescritas por atendentes do CVV, mostram como resposta as mesmas palavras das missivas anteriores, porém agora recortadas e encadeadas em novo formato frasal, de forma a alterar totalmente o foco das mensagens de morte e revertê-las em mensagens de vida, encimando o *slogan*: ‘Dentro de um suicida, há alguém querendo viver’.

Respaldaando a */tradição oral/*, valorizada por Benjamin e fazendo uso de um *Narrador Agricultor*, a campanha emocionou interlocutores em geral, tendo sido laureada com dois Leões de Ouro no Festival Internacional de Cannes / 2014, prêmio máximo na categoria.

Como mais uma consequência prática, a ONG confirmou através da imprensa que o número de atendimentos telefônicos e *on line* aumentara consideravelmente após a bem sucedida campanha, cujo mérito maior foi o de contar histórias de modo a */repartir vivências/* e ó transformá-las em preciosas e memorizáveis */experiências comunicáveis/*.

3.2 Campanha de Sustentação: ‘First days out’ / Pedigree (2015)



Figura 2: Fotogramas do filme ‘First days out’ – Pedigree (2015)

Acessada on line aos 20/11/2016, disponível em: <http://www.clubedecriacao.com.br/ultimas/first-days-out/>



O filme com 1 minuto e meio de duração, deflagrador da inusitada campanha de Propaganda *'First days out'* da Pedigree Rações para Cães, enquadra-se como segunda ilustração de configuração exitosa da */Narrativa Arcaica/*, com uso prolífico do *Narrador Agricultor*, portador das tradições orais e de ensinamentos que se transformam em moral da história.

De maneira insólita, o produto, normalmente anunciado em campanhas presumíveis, com donos sorridentes e cães felizes comendo e se divertindo em campos floridos, faz menção e se coliga à vida difícil de dois presidiários norte-americanos. Detidos por anos em prisões de segurança máxima nos Estados Unidos, ambos são liberados após cumprir longas sentenças, nas cenas de abertura do filme, narrado em primorosa locução em *off*, */narrativa real/* sempre em Função Emotiva da Linguagem, 1ª ps. sing.. Os rapazes protagonizam falas e cenas contundentes que conferem um início promissor ao filme. No áudio, alternadamente, os agora ex-detentos discorrem pausadamente sobre seus dramas pessoais, a dureza dos dias de cativo e elencam as perspectivas para o futuro, que lhes surge aparentemente sombrio.

Sozinhos e abandonados por suas respectivas famílias, os dois homens, que não se conhecem e não interagem ao longo da trama, tentam recomeçar suas vidas, sendo a primeira decisão que tomam em busca de companhia é a de se dirigir a um abrigo para adotar um amigo: um cão de estimação, que tivesse sido negligenciado ou maltratado. Essa ação crucial, o chamado *Turning point*¹⁴ de uma Narração, os transforma e ambos passam a adquirir responsabilidades individuais e razão para viver. A nova rotina os faz lembrar dos conselhos de pais e amigos e os encoraja a se encaixar novamente no sistema. Os cães, fiéis e leais companheiros, lhes trazem de volta a esperança de dias melhores, as obrigações e compromissos de cidadãos comuns, memórias da vida doméstica e lhes ensinam a retomada do contato com seus parentes, momento de maior densidade dramática das duas narrativas, que terminam bem.

Premiada por diversas entidades da área, a campanha é um libelo à adoção de cães, e dessa forma enviesada, conseguiu promover um significativo *increase* à venda e ao consumo dos produtos Pedigree, nenhum deles visível ou aparente na campanha. O diferencial notório desse trabalho reside na resolução verossímil de conflitos internos e externos difíceis vivenciados pelos protagonistas, desnudando com eloquência toda a força de uma dupla */narrativa real/*, e, assim como ocorrido no exemplo anterior, com transmissão de impactante */moral da história/*, */acúmulo de vivências/*, */aquisição de experiências/* e mensagem altruísta ⇔ dados em conformidade aos moldes previstos por Benjamin para a consolidação da */Narrativa Arcaica/*.

14. *Turning point* ou Ponto de Virada é a nomenclatura destinada a caracterizar o dito ápice do Conflito dentro de uma Narrativa, o qual se exaure, pede uma solução e encaminha a história a um Desfecho.

3.3 Campanha de Deslançamento: ‘Os últimos desejos da Kombi’ / VW do Brasil (2015)



Respeite os limites de velocidade.



Os últimos desejos da Kombi.

É, mais ou menos, aí que tenho de que me lembrar. Vi de perto, tudo isso mesmo. E, foi, parece incrível, lembrando, lembro de tudo, até o dia de hoje. Eu conheço esse país como se fosse do meu lado. Mas nem se você quer saber.

Desde que me lembro que eu não tenho mais fabricação, tenho recebido declarações de todos os pontos do Brasil – a união do anterior. Gente que entrou no meu site, vw.com.br/kombi, e me fez lembrar histórias maravilhosas, que me deixaram com as mãos e os pés d'água.

Por isso, decidi que não posso ir embora sem receber de alguns lugares a minha pequena homenagem, que faz parte do meu lado.

Escrevi uma lista com meus últimos desejos, que gostaria de me realizar antes de partir. Minha Kombi é maravilhosa e quero sempre lembrar a meu coração e o meu bolso do momento.

- Para **Carlos Alberto de Vasconcelos**, o “São Nêsc”, que me levou para ver a Seleção Brasileira jogar futebol, depois disso cubra cotado pelo Rei Pelé.
- Para **Marcos Rebelo**, que trouxe o meu filho mais velho de que se tem notícia, ainda em atividade no Brasil, depois disso abraço e abraço ao meu filho.
- Para **Anelton e Meira Neves**, casal que se casaram no campo de futebol, dentro de mim, depois disso abraço e abraço ao meu filho.
- Para **Bob Marley**, artista plástico que me fez fazer amizade com os filhos do mundo inteiro, depois disso abraço e abraço ao meu filho.
- Para **Jesus Rahn**, que mora dentro de mim com os filhos, depois disso abraço e abraço ao meu filho.
- Para **Neal Vilas Bôas**, um nome de vez por aí, e também Orlando Vilas Bôas, que todos os dias consigo, depois disso abraço e abraço ao meu filho.
- Para **Edoardo Gabriel Pires**, dono da Kombi que produzimos e é meu amigo fabricado no Brasil, depois disso abraço e abraço ao meu filho.
- Para **Marcos de Lacerda e João Elstêrio**, que me lembraram que não tenho mais fabricação, depois disso abraço e abraço ao meu filho.
- Para **Valdir Gomes de Souza**, que perdeu seu primeiro filho – uma Kombi – em um acidente – depois disso abraço e abraço ao meu filho.
- Para **Frank Kitching e família**, que desde a infância me lembraram que não tenho mais fabricação, depois disso abraço e abraço ao meu filho.
- Para **Renata “Massinha” Vasconcelos**, que me fez lembrar de dentro de mim a fazer um momento feliz e me fazer lembrar, depois disso abraço e abraço ao meu filho.
- Para **Mário Maia**, que mora dentro de mim, depois disso abraço e abraço ao meu filho.
- Para todos os meus amigos e fãs, depois de tudo isso, depois disso abraço e abraço ao meu filho.
- Para minhas parentes, Kombis de diferentes famílias, depois disso abraço e abraço ao meu filho.
- E, finalmente, meu último desejo: voltar para casa.

Para ver os histórias completas e acompanhar as entregas, acesse vw.com.br/kombi.



Vai aí a Kombi. Em breve, em nenhuma concessionária perto de você.

Toda carro merece um anúncio de lançamento. Mas só um ícone como a Kombi merece também um anúncio de lançamento.

Isso mesmo, a última Kombi do mundo será fabricada no final deste ano. E, como toda Kombi, já vai sair

sem computador de bordo, sem airbag, sem freios ABS, sem painel touchscreen. Mas com estilo retrô e charme de fábrica.

O carro que fez diferença na vida de tanta gente está se aposentando, mas vai deixar muitas lembranças. Conte a sua no site vw.com.br/kombi.

Vem aí, ou melhor, vai aí a Kombi.

O deslançamento menos esperado da indústria automobilística mundial.



Figura 3: Anúncios de revista e web da Campanha: ‘Os últimos desejos da Kombi’ (2015).



Construída em formato testamentário, modulado por uma redação narrativa fortemente emocional, com a qual se depara a partir do Título: *‘Os últimos desejos da Kombi’*, as peças sequenciais, criadas para mídia impressa e eletrônica, seguem os mesmos tom e estrutura discursiva formal das exemplificações anteriores neste Artigo ofertadas como amostra. Também em *off*, e como nas anteriores, em Função Emotiva da Linguagem, sempre em 1ª ps. sing., a locução em voz feminina madura, esmera-se ao dizer que os 50 anos da presença da Kombi no país formaram uma parceria insólita que virou uma história de amor da marca com os brasileiros.

Em seguimento às selecionadas precedentes, trata-se de uma memorável campanha de cunho narrativo, formalizada em tom de despedida definitiva de certo automóvel que caiu nas graças de uma nação por décadas, improvisou os mais diversos tipos de utilização e se tornou uma lenda.

Recortado abaixo, o breve excerto de um dos principais e longos textos de anúncios da referida campanha entrega o tom deliberadamente lacrimoso das Narrativas criadas:

- 1) Para Carlos Alberto de Valentim, o “Seu Nenê”, que me levou para ver a Seleção Brasileira jogar mundo afora, deixo minha calota autografada pelo Rei Pelé.
 - 2) Para Marco Rebuli, que fundou o meu fã-clube mais antigo de que se tem notícia, ainda em atividade no Brasil, deixo uma placa de bronze homenageando seu feito.
 - 3) Para Amilton e Maíra Navas, casal que se conheceu no caminho da escola, dentro de mim, deixo uma miniatura de Kombi Escolar, puxando latinhas de recém-casados.
 - 4) Para Bob Hieronimus, artista plástico que me fez ficar famosa entre os *hippies* do mundo inteiro, deixo um bloco especial de desenho, no meu formato.
- (...)

Idealizada com base nos conceitos norteadores de Walter Benjamin para o ensaio *O Narrador*, base teórica deste trabalho, toda a extensa campanha de deslançamento¹⁵ da Kombi, veículo ora envelhecido e com *design* anacrônico para os padrões de hoje, imortalizou uma despedida em grande estilo, foi também premiada por diversas entidades e agora tipifica a categoria de marco na História da Propaganda Brasileira. Surpreendentemente, em lugar de encerrar um ciclo, acabou resultando em inesperados e efusivos pedidos de relançamento do produto por parte do público e no desejo de reforço do consumo, tamanha a empatia causada pelas muitas narrativas reais oferecidas por essa campanha. Esse pano de fundo acertado da Criação Publicitária repercutiu e legitimou com

15. Neologismo criado pela Agência ALMAP BBDO - SP especialmente para a referida campanha.

rara originalidade todos os pressupostos alinhavados por Walter Benjamin para a produção de uma */experiência comunicável/*, à altura de uma */Narrativa real/*.

4 | ÚLTIMAS CONSIDERAÇÕES

Por se tratar de um autor consagrado universalmente, Walter Benjamin e sua obra, a rigor dispensariam qualquer espécie de revalidação. Seus postulados, no ensaio *O Narrador*, embora declinados e constituídos em 1936, provavelmente com a intenção de ser posteriormente sequenciados por novas intervenções suplementares, se provam atuais e ainda são constante objeto de estudo dos mais variados matizes.

Interessou a este trabalho deixar demonstradas, em alguma medida, não apenas a pertinência cabal dos pressupostos declinados por Benjamin, mas também a presença do senso de oportunidade e verossimilhança que ele confere ao que denomina a *verdadeira* Estrutura Narrativa, aquela na qual as tradições oral, gestual e, de certo modo, teatral, se entrelaçam no decorrer da contação de uma história, perpetuam ensinamentos, conhecimentos e elevam um recado moral ao ouvinte participativo */entidade ativa/* que ele faz questão de diferenciar de um mero leitor omissivo */entidade passiva/*.

A Publicidade não costuma fazer da Estrutura Narrativa um formato grandemente aproveitável para a confecção de campanhas, resvalando quase sempre para o modelo desgastado das previsibilidades, do infantilismo explícito, das promessas inviáveis, do humor batido e correlatos expedientes.

O desvio radical da rota conhecida e a ampliação do leque criativo para além da exaurida tela das informações efêmeras são decisões que podem resultar em grande valia à oxigenação dessa área. O conhecimento de enunciados e autores mais pesados é aqui sugerido como um reforço à criatividade imprescindível ao trabalho publicitário, um caminho pouco explorado a ser trilhado nesse sentido.

REFERÊNCIAS

BARTHES, Roland. **Introduction à l'Analyse Structurale des Récits**. Communications, Paris: Editions du Seuil (pp. 1-27), 1966.

BENJAMIN, Andrew & OSBORNE, Peter (orgs.) **A Filosofia de Walter Benjamin – Destruição e Experiência**. Tradução de Maria Luiza de A. Borges. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 1997.

BENJAMIN, Walter. **Textos Escolhidos – Walter Benjamin et al.** Tradução de Modesto Carone. São Paulo: Editora Abril, 1983.

_____. **O Narrador. Considerações sobre a obra de Nikolai Leskov**. IN: BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política. Obras escolhidas**. Trad. de Sérgio Paulo Rouanet, vol. I. São Paulo: Editora Brasiliense, 7ª ed., 1987.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Editora Contexto, 2003.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

GAGNEBIN, Jeanne Marie. **História e Narração em Walter Benjamin**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1994.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na Pós-Modernidade**. Rio de Janeiro: Editora DP&A, 2006.

LEITE, Ligia Chiappini Moraes. **O foco narrativo (ou A polêmica em torno da ilusão)**, p. 25-70. São Paulo: Editora Ática, Série Princípios, 1985.

NEGRI, Marina. **Contribuições da Língua Portuguesa para a Redação Publicitária**. São Paulo: Editora Cengage Learning, 2010.

PEREZ, Clotilde & BARBOSA, Ivan. **Hiperpublicidade: Atividades e Tendências**, Vol. II. São Paulo: Editora Cengage Learning, 2007.

PINTO, Alexandra Guedes. **Publicidade: um discurso de sedução**. Porto: Porto Editora, 1997.

SEMPRINI, Andrea. **El Marketing de la marca: una aproximación semiótica**. Buenos Aires: Editora Paidós, 1995.

Artigos acadêmicos

NEGRI, Marina – Artigo: **A rentabilidade da aplicação da Estrutura Discursiva Narrativa em Redação Publicitária**. Artigo apresentado no GT-2 Publicidade & Propaganda do XX INTERCOM SUDESTE, em Uberlândia – MG, junho / 2015.

OLIVEIRA, Francine – Artigo: **A Narrativa e a Experiência em Walter Benjamin**, Universidade do Minho. Artigo apresentado no VIII Congresso LUSOCOM, Portugal, 2009.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Análise Fílmica 126

Assessoria de Imprensa 165, 166, 168, 169, 172, 173, 177, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187

Audiovisual 33, 36, 64, 65, 66, 79, 81, 92, 93, 94, 113, 138, 139, 140, 141, 142, 144, 148, 150, 151, 155, 157, 227, 228, 231, 287, 291, 334

C

Cinema Brasileiro 112, 115, 118, 124, 125

Comunicação 1, 2, 16, 18, 19, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 48, 49, 50, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 68, 77, 78, 79, 81, 83, 87, 88, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 109, 110, 112, 113, 114, 121, 126, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 149, 152, 153, 162, 165, 166, 167, 168, 169, 179, 181, 186, 187, 188, 204, 206, 208, 209, 213, 214, 215, 216, 217, 219, 220, 222, 224, 226, 227, 228, 229, 230, 232, 233, 234, 241, 245, 250, 251, 252, 253, 256, 259, 260, 270, 271, 272, 273, 275, 284, 285, 291, 300, 301, 310, 311, 312, 315, 316, 321, 322, 323, 324, 325, 327, 328, 329, 331, 332, 334, 344, 345, 346, 347, 348, 349, 350, 351, 352, 353, 354, 355, 356, 358

Concentração 33, 34, 35, 36, 40, 41, 42, 43, 159, 227, 228, 344, 350, 351

Conflito 1, 2, 3, 5, 11, 86, 104, 107, 155, 157, 277, 305, 306, 309, 325

Crítica Político-Social 64, 66, 67, 69, 76, 77, 78

Cultura Pop 93, 94, 108, 111, 197, 236, 282

D

Desmonte da Ebc 41

Ditadura Militar 35, 36, 67, 77, 79, 91, 113, 118, 119, 120

Documentário 126, 127, 131, 132, 133, 135, 334, 337, 341, 343

E

Ecopropaganda 138, 139, 144, 148

Elite 83, 93, 94, 96, 99, 100, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109

Estética 8, 65, 66, 81, 90, 109, 138, 139, 140, 151, 154, 155, 156, 160, 200, 204, 338, 339, 341, 342

Estilo Televisivo 149, 150, 160, 162

Estrutura Discursiva Narrativa 11, 1, 2, 3, 7, 15

Experiência Comunicável 1, 4, 6, 7, 14

F

Festival 10, 79, 84, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 112, 113, 117, 118, 120, 121, 122, 123, 129

I

Imagem 16, 18, 20, 21, 25, 30, 120, 121, 122, 131, 133, 135, 137, 138, 139, 140, 142, 143, 145, 146, 147, 152, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 167, 168, 184, 187, 188, 196, 203, 205, 211, 213, 217, 218, 219, 228, 242, 262, 269, 273, 274, 276, 277, 278, 280, 287, 298, 299, 300, 302, 303, 304, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 317, 318, 335, 336, 337, 338, 341

Indústria Cultural 45, 47, 48, 55, 81, 92, 271, 295

Indústria Fonográfica 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 88

Inovação Tecnológica 45, 51, 54

J

Jornalismo 1, 4, 16, 44, 112, 114, 125, 149, 165, 167, 358

Jornalismo Cultural 112, 124

L

Legislação de Mídia 33

Leitura Crítica 93, 99, 105

Luto 126, 127, 129, 130, 131, 134, 135, 136, 137, 290

M

Matrizes Culturais 149, 151, 152, 153, 155, 162, 294

Mercado de Música 45, 51

Música 45, 46, 47, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 65, 67, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 83, 84, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 97, 156, 250, 270, 314

N

Narrador 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 10, 11, 13, 14, 105, 276, 277, 279, 280, 281

Necropolítica 126, 127, 128, 129, 136, 137

O

Oligopólios 33, 35, 42

P

Perfil 56, 59, 75, 118, 140, 165, 166, 169, 186, 187, 191, 260, 261, 262, 265, 266, 270, 289, 309

Prática 1, 7, 10, 31, 40, 56, 57, 58, 60, 61, 62, 63, 71, 97, 99, 148, 155, 165, 166, 169, 186, 205, 206, 241, 245, 272, 274, 275, 281, 282, 284, 289, 291, 311, 329, 358

Práticas Profissionais 57, 165

Precariedade 126, 127, 129, 130, 136

Publicidade 1, 2, 8, 14, 15, 16, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 28, 30, 31, 45, 51, 56, 57, 58, 61, 62, 63, 140, 144, 148, 207, 213, 237, 241, 265, 298, 299, 300, 301, 305, 310, 311, 325, 326, 327, 330, 331, 333

R

Redação Publicitária 1, 2, 7, 15, 18, 31, 58, 63, 310

Retórica 4, 112, 117, 120, 123, 124, 143, 144, 310

S

Semiótica 15, 95, 97, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 124, 188, 205, 358

Série 15, 35, 38, 58, 71, 93, 94, 96, 98, 99, 100, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 110, 113, 122, 123, 129, 155, 199, 218, 225, 229, 234, 235, 236, 239, 246, 266, 269, 337, 338, 345, 346, 348, 355

Storytelling 64, 65, 66, 68, 69, 74, 75, 77, 78, 162

T

Telenovela 82, 83, 84, 149, 150, 151, 152, 157, 159, 160, 161, 162, 286, 291, 292, 293, 294, 296, 297

Televisão 13, 7, 33, 34, 35, 36, 38, 40, 41, 42, 43, 44, 77, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 92, 94, 98, 109, 113, 116, 118, 119, 120, 122, 123, 124, 132, 133, 140, 144, 147, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 159, 160, 162, 194, 222, 223, 224, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 236, 238, 239, 242, 243, 244, 245, 259, 260, 262, 264, 265, 266, 267, 268, 269, 270, 271, 272, 275, 277, 278, 280, 281, 282, 283, 284, 291, 331, 352

Terra 63, 147, 149, 151, 152, 156, 157, 159, 160, 162, 262

TV Excelsior 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 88, 89, 90, 91, 92, 151, 235

V

Vestibular 56, 61

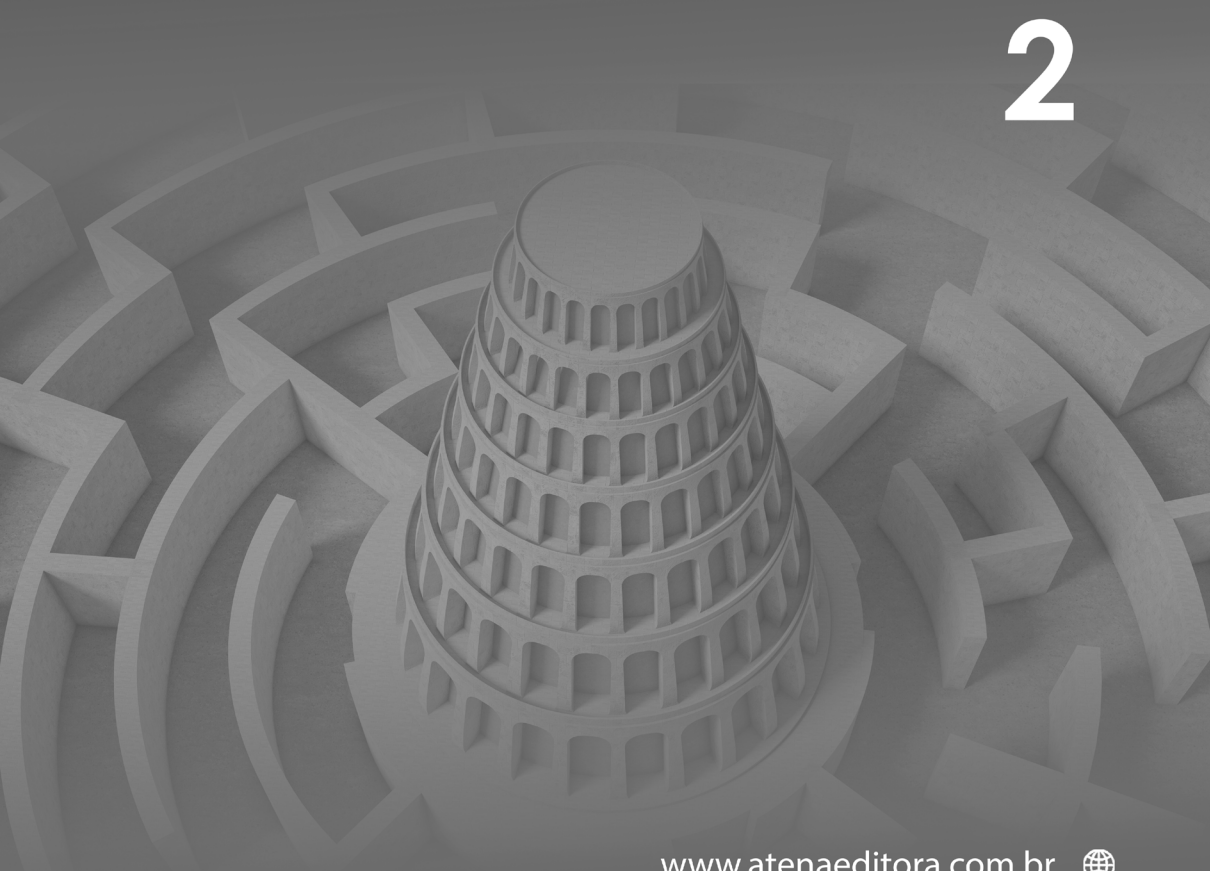
Videoclipes 64, 66, 68, 69, 70, 71, 73, 75, 76, 77, 233

Visualidade 149, 188

Torre de Babel:

Créditos e Poderes da Comunicação

2



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

2



www.atenaeditora.com.br 

contato@atenaeditora.com.br 

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

www.facebook.com/atenaeditora.com.br 