

Torre de Babel:

Créditos e Poderes da Comunicação

3

Edwaldo Costa
(Organizador)

Atena
Editora
Ano 2021

Torre de Babel:

Créditos e Poderes da Comunicação

3

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 – Istituto Internazionale delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Profª Drª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco
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. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador
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
Prof. Dr. Arinaldo Pereira da Silva – Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará
Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás
Profª Drª Carla Cristina Bauermann Brasil – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Cleberton Correia Santos – Universidade Federal da Grande Dourados
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 Gírlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Jael Soares Batista – Universidade Federal Rural do Semi-Árido
Prof. Dr. Jayme Augusto Peres – Universidade Estadual do Centro-Oeste
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 Daniela Reis Joaquim de Freitas – Universidade Federal do Piauí
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. Fernando Lima Santos – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Fernanda Miguel de Andrade – Universidade Federal de Pernambuco
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 Federacl 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
Profª Drª Welma Emidio da Silva – Universidade Federal Rural de Pernambuco

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Profª Drª Ana Grasielle Dionísio Corrêa – Universidade Presbiteriana Mackenzie
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. Sidney Gonçalves de Lima – Universidade Federal do Piauí
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
Profª Drª Edna Alencar da Silva Rivera – Instituto Federal de São Paulo
Profª Drª Fernanda Tonelli – Instituto Federal de São Paulo,
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 Pietrobon – 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. Adailson 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
Profª Ma. Adriana Regina Vettorazzi Schmitt – Instituto Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Alex Luis dos Santos – Universidade Federal de Minas Gerais
Prof. Me. Alexsandro Teixeira Ribeiro – Centro Universitário Internacional
Profª Ma. Aline Ferreira Antunes – Universidade Federal de Goiás
Profª Drª Amanda Vasconcelos Guimarães – Universidade Federal de Lavras
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 Andreza 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. Carlos Augusto Zilli – Instituto Federal de Santa Catarina
Prof. Me. Christopher Smith Bignardi Neves – Universidade Federal do Paraná
Profª Drª 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. Edson Ribeiro de Britto de Almeida Junior – Universidade Estadual de Maringá
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 Atilio Batista – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Me. Felipe da Costa Negrão – Universidade Federal do Amazonas
Prof. Me. Francisco Odécio Sales – Instituto Federal do Ceará
Prof. Me. Francisco Sérgio Lopes Vasconcelos Filho – Universidade Federal do Cariri
Profª Drª Germana Ponce de Leon Ramírez – Centro Universitário Adventista de São Paulo
Prof. Me. Gevair Campos – Instituto Mineiro de Agropecuária
Prof. Me. Givanildo de Oliveira Santos – Secretaria da Educação de Goiás
Prof. Dr. Guilherme Renato Gomes – Universidade Norte do Paraná
Prof. Me. Gustavo Krahl – Universidade do Oeste de Santa Catarina
Prof. Me. Helton Rangel Coutinho Junior – Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro
Profª Ma. Isabelle Cerqueira Sousa – Universidade de Fortaleza
Profª Ma. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Me. Javier Antonio Albornoz – University of Miami and Miami Dade College
Prof. Me. Jhonatan da Silva Lima – Universidade Federal do Pará
Prof. Dr. José Carlos da Silva Mendes – Instituto de Psicologia Cognitiva, Desenvolvimento Humano e Social
Prof. Me. Jose Elyton Batista dos Santos – Universidade Federal de Sergipe
Prof. Me. José Luiz Leonardo de Araujo Pimenta – Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria Uruguay
Prof. Me. José Messias Ribeiro Júnior – Instituto Federal de Educação Tecnológica de Pernambuco
Profª Drª Juliana Santana de Curcio – Universidade Federal de Goiás
Profª Ma. Juliana Thaisa Rodrigues Pacheco – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Kamilly Souza do Vale – Núcleo de Pesquisas Fenomenológicas/UFPA
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. Lilian de Souza – Faculdade de Tecnologia de Itu
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
Prof. Me. Luiz Renato da Silva Rocha – Faculdade de Música do Espírito Santo
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. Dr. Pedro Henrique Abreu Moura – Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais
Prof. Me. Pedro Panhoca da Silva – Universidade Presbiteriana Mackenzie
Profª Drª Poliana Arruda Fajardo – Universidade Federal de São Carlos
Prof. Me. Rafael Cunha Ferro – Universidade Anhembi Morumbi
Prof. Me. Ricardo Sérgio da Silva – Universidade Federal de Pernambuco
Prof. Me. Renan Monteiro do Nascimento – Universidade de Brasília
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 3

Bibliotecária: Janaina Ramos
Diagramação: Maria Alice Pinheiro
Correção: Maiara Ferreira
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 3 /
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 978-65-5983-206-4

<https://doi.org/10.22533/at.ed.064212906>

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

CDD 302.2

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

É com grande alegria que apresentamos aos nossos leitores mais um volume do e-book Torre de Babel: Créditos e Poderes da Comunicação 3. Como sempre, nossa obra traz um conjunto de contribuições voltadas a diferentes áreas do universo comunicacional. Neste e-book, apresentamos 17 capítulos de 31 pesquisadores.

Na Bíblia, o Gênesis conta que “o mundo inteiro falava a mesma língua” (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 desordenada. A civilização ergue monumentos gigantescos, mas não é capaz de resolver conflitos básicos, a pandemia de Covid-19 no mostrou isso.

Como dito, o livro, trata-se de uma obra transdisciplinar que versa sobre a comunicação, as concepções de linguagem, as redes sociais, o jornalismo, a violência contra a mulher, as mídias independentes brasileiras, o novo normal, o consumo midiático, algoritmos no Facebook, as *fake news*, a pandemia, *brand persona*, os canais infantis de meninas influenciadoras no Youtube, os dispositivos educativos não-formais aliados ao percurso acadêmico de estudantes de jornalismo, o cinema, o letramento digital, a Educomunicação, a gestão de conhecimento, a Comissão da Verdade, *Star Wars*, a ficção seriada, o Método Kominsky, o futebol, a Guerra Ameríndia, as contribuições do professor Renato Cordeiro, entre outros.

Por fim, espera-se que com a composição diversa de autores e autoras, questões, problemas, pontos de vista, perspectivas e olhares, este e-book ofereça uma contribuição plural e significativa para a comunidade científica e profissionais da área. Como toda obra coletiva, esta também precisa ser lida tendo-se em consideração a diversidade e a riqueza específica de cada contribuição.

Sabemos ainda, 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

“UM VÍRUS E DUAS GUERRAS”: COVID-19 E VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER NA PAUTA DE DUAS MÍDIAS INDEPENDENTES BRASILEIRAS

Sônia Maria dos Santos Carvalho

Vitória Sousa Pilar

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0642129061>

CAPÍTULO 2..... 17

O NOVO NORMAL MEDIADO PELO CIBERESPAÇO - A INTENSIFICAÇÃO DO USO DAS REDES SOCIAIS DIGITAIS DURANTE A PANDEMIA DO NOVO CORONAVÍRUS

Monica Costa Arrevabeni

Aline Costalonga Gama

Mauriceia Soares Pratissolli Guzzo

Mauricio Soares do Vale

Carlos Henrique Medeiros de Souza

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0642129062>

CAPÍTULO 3..... 31

PRÁTICAS DO CONSUMO MEDIATEZADO SOB A LÓGICA DOS ALGORITMOS NO FACEBOOK

Pedro Arthur Nogueira

Daniel Dubosselard Zimmermann

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0642129063>

CAPÍTULO 4..... 43

UNIVERSIDADES NO FACEBOOK: UMA ANÁLISE NO FORMATO E NATUREZA DAS PUBLICAÇÕES

Pedro Farnese

Janete Monteiro Garcia

Ivete Maria Soares Ramirez Ramirez

Meena Anjali de Falleiro

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0642129064>

CAPÍTULO 5..... 56

MAGAZINE LUIZA: ANÁLISE DA UTILIZAÇÃO DA *BRAND PERSONA* LU NO INSTAGRAM

Bianca Johanny dos Santos Lima Assunção

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0642129065>

CAPÍTULO 6..... 70

BRINCADEIRAS DE CRIANÇA E GANHOS DE ADULTOS: PUBLICIDADE E CONTEÚDO MARCÁRIO E OS CANAIS INFANTIS DE MENINAS INFLUENCIADORAS NO YOUTUBE

Karla de Melo Alves Meira

Daniel Dubosselard Zimmermann

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0642129066>

CAPÍTULO 7	85
DISPOSITIVOS EDUCATIVOS NÃO-FORMAIS ALIADOS AO PERCURSO ACADÊMICO DE ESTUDANTES DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO: O PAPEL INTEGRATIVO DAS ATIVIDADES COMPLEMENTARES NO CONTEXTO DAS NOVAS DIRETRIZES CURRICULARES NACIONAIS	
Ana Luisa Zaniboni Gomes	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.0642129067	
CAPÍTULO 8	98
“PASTOR CLÁUDIO”: MEMÓRIA EM QUESTÃO NO CINEMA E NO JORNALISMO	
Gilmar Hermes	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.0642129068	
CAPÍTULO 9	110
O DISCURSO JORNALÍSTICO SOBRE O MEDO E A ORDEM NA CIDADE DO RIO DE JANEIRO	
Marise Baesso Tristão	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.0642129069	
CAPÍTULO 10	122
COMUNICAÇÃO, EDUCAÇÃO E LETRAMENTO DIGITAL: POSSÍVEIS DIÁLOGOS	
Madilei Rotta da Silva	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.06421290610	
CAPÍTULO 11	132
COMUNICAÇÃO, CONFLITOS E MEDIAÇÃO: APORTES DA PRÁXIS EDUCOMUNICATIVA NO COTIDIANO ESCOLAR	
Marciel Aparecido Consani	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.06421290611	
CAPÍTULO 12	145
GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO DE LA VERDAD. UN MARCO CONCEPTUAL PARA LAS COMISIONES DE LA VERDAD	
Mario Fernando Guerrero-Gutiérrez	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.06421290612	
CAPÍTULO 13	162
STAR WARS: QUANDO A FORÇA ESTÁ NA ALMA DE UMA MARCA	
Janaina de Holanda Costa Calazans	
Gabriela Rocha Barros Coelho	
Georgina Venâncio de Queiroz	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.06421290613	
CAPÍTULO 14	177
FICÇÃO SERIADA E O ENCONTRO COM A MORTE: A FINITUDE EM <i>O MÉTODO KOMINSKY E OS EXPERIENTES</i>	
Tatiana Siciliano	

Valmir Moratelli

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.06421290614>

CAPÍTULO 15..... 190

GUERRA AMERÍNDIA E FUTEBOL: DOIS MODELOS DE CONFLITOS SOCIÁVEIS

Leticia Moutinho Palis

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.06421290615>

CAPÍTULO 16..... 204

REPERTÓRIO HISTÓRICO LINGUÍSTICO DO FUTEBOL BRASILEIRO E PORTUGUÊS

Edwaldo Costa

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.06421290616>

CAPÍTULO 17..... 217

RENATO CORDEIRO GOMES E SEU LEGADO: POR UMA CONTRIBUIÇÃO AOS ESTUDOS DA CIDADE

Aline da Silva Novaes

Fabiana Crispino Santos

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.06421290617>

SOBRE O ORGANIZADOR..... 230

ÍNDICE REMISSIVO..... 231

CAPÍTULO 4

UNIVERSIDADES NO FACEBOOK: UMA ANÁLISE NO FORMATO E NATUREZA DAS PUBLICAÇÕES

Data de aceite: 21/06/2021

Pedro Farnese

BOLSISTA CAPES

Universidade Paulista (UNIP)

Doutorando do Programa de Pós-Graduação
em Comunicação - São Paulo (SP)

<https://orcid.org/0000-0003-0010-7281>

Janete Monteiro Garcia

BOLSISTA CAPES

Universidade Paulista (UNIP)

Doutoranda do Programa de Pós-Graduação
em Comunicação - São Paulo (SP)

<https://orcid.org/0000-0002-4848-5882>

Ivete Maria Soares Ramirez Ramirez

Universidade Paulista (UNIP)

Doutoranda do Programa de Pós-Graduação
em Comunicação - São Paulo (SP)

<https://orcid.org/0000-0001-5493-46-83>

Meena Anjali de Falleiro

Universidade Paulista (Unip)

Mestranda do Programa de Pós-Graduação em
Comunicação - São Paulo (SP)

<https://orcid.org/0000-0003-1829-1726>

RESUMO: Este estudo investiga as instituições federais de ensino na adoção de estratégias de produção de conteúdo, no formato das postagens e na frequência de publicação nas redes sociais virtuais. Recorremos a uma análise de conteúdo híbrida com foco nas *fanpages* do *Facebook* das Universidades Federais de Minas Gerais, de Juiz de Fora, de Viçosa, de São João del-Rei e

o Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais – Campus Juiz de Fora. Os resultados mostram que predominam a réplica de conteúdos já inseridos em outros veículos institucionais e que não há ainda um formato que seja adequado ao meio. O objetivo deste estudo foi estabelecer e correlacionar as táticas para atrair públicos e buscar novas audiências, além de estabelecer padrões de linguagens e conteúdo.

PALAVRAS - CHAVE: Organizações; Redes Sociais; Remediação; Produção de Conteúdo.

UNIVERSITIES ON FACEBOOK: AN ANALYSIS OF THE FORMAT AND NATURE OF PUBLICATIONS

ABSTRACT: This study investigates federal educational institutions in the adoption of content production strategies, in the format of posts and in the frequency of publication on virtual social networks. We used a hybrid content analysis with a focus on Facebook fanpages at the Federal Universities of Minas Gerais, Juiz de Fora, Viçosa, São João del-Rei and the Federal Institute of Southeast Minas Gerais - Campus Juiz de Fora. The results show that the replication of content already inserted in other institutional vehicles predominates and that there is still no format that is suitable for the medium. The aim of this study was to establish and correlate tactics to attract audiences and seek new audiences, in addition to establishing language and content standards.

KEYWORDS: Organizations; Social media; Remediation; Content production.

INTRODUÇÃO

Com a criação de novas ferramentas e funcionalidades de serviços e produtos que promovem a interação, as estratégias de difusão das informações ganham ainda mais força e promovem mudanças do *modus operandi* das organizações que buscam se adequar ao novo cenário, mais rápido, exigente e de fácil comunicação. Neste contexto, então, estão presentes as comunidades sociais virtuais que proporcionam a seus usuários não apenas receberem informações, mas, efetivamente, participarem de discussões, expressarem opiniões, divulgarem informações, enfim, interagirem com outros usuários.

Essa nova realidade exige das organizações um planejamento bem articulado, pois ao mesmo tempo em que as redes sociais implicam em benefícios para a visibilidade, pode se transformar em uma verdadeira “dor de cabeça”, trazendo consequências incalculáveis para a reputação. De acordo com André Lemos (2012), as organizações contemporâneas, as novas mídias, as redes sociais e a comunicação global são um *pharmaco*, ao mesmo tempo veneno e remédio.

Elas servem tanto para potencializar e estabilizar as redes e os fluxos comunicacionais, aumentando sua coerência interna e ampliando a eficácia de sua ação externa, como também para fomentar controvérsias, revelar inconsistências e visualizar problemas. Isso pode levar, por um lado, a um novo arranjo organizacional, com inovação e fortalecimento (criação de uma nova organização, diferente ou maior do que a anterior), ou, por outro, à desestabilização e morte. (Lemos, 2012, p.13).

Na tentativa de constatar como as organizações estão se adaptando a essa realidade, na adoção de estratégias de produção de conteúdo, recorreremos a uma análise de conteúdo das postagens nas páginas oficiais no *Facebook* de cinco instituições federais de ensino: as Universidades Federais de Minas Gerais (UFMG), de Juiz de Fora (UFJF), de Viçosa (UFV), de São João del-Rei (UFSJ); e o Instituto Federal de Ciência e Tecnologia do Sudeste de Minas Gerais – Campus Juiz de Fora (IF Sudeste MG-JF).

Nossa hipótese é a de que predominam nas redes sociais virtuais a réplica de conteúdos já inseridos em outros veículos institucionais e que não há ainda uma preocupação em se estabelecer um formato que seja adequado ao meio. O objetivo deste estudo foi comparar as informações de cada uma dessas organizações, identificar a natureza deste conteúdo e o formato dessas postagens e, dessa forma, estabelecer e correlacionar as táticas para atrair seus públicos e buscar novas audiências, além de estabelecer padrões de linguagens e conteúdo.

REMEDIAÇÃO E CONVERGÊNCIA DIGITAL

A produção de conteúdo é uma estratégia cada vez mais adotada pelas organizações com o objetivo de disseminar informação relevante para atrair, cativar e reter clientes. Lee Odden, autor consagrado de livros sobre *marketing* digital, modifica de forma emblemática

a famosa frase de Bill Gates – “o conteúdo é o rei” para “o conteúdo não é o rei, é o reino”.

E se o público é o foco das organizações, é preciso ir onde ele está. A Pesquisa Brasileira de Mídia (SECOM, 2015), divulgada em 2015, revelou que praticamente a metade da população, 48%, usa internet. O percentual de pessoas que a utilizam todos os dias cresceu de 26% em 2014 para 37% ano passado. O hábito de uso também é mais intenso do que o obtido anteriormente. Os usuários das novas mídias ficam conectados, em média, 4h59 por dia durante a semana e 4h24 nos finais de semana – na pesquisa anterior, os números eram 3h39 e 3h43 –, valores superiores aos obtidos pela televisão.

Atentas a essa realidade, ter um *website* na internet onde estão dispostas todas as informações sobre a organização, com o objetivo de alavancar a imagem, fidelizar o público e garantir maior visibilidade já é uma prática comum e qualquer organização que não esteja afinada com essa tendência provavelmente não terá sucesso em seus objetivos. Uma página na internet significa o cartão de visita da organização, já que é neste ciberespaço que as pessoas buscam informações atualmente. Essa constatação está referendada na pesquisa *Digital News Report 2016* elaborada pelo *Reuters Institute for the Study of Journalism*, em parceria com a *University of Oxford*. No estudo, o Brasil e República Checa ocupam a segunda posição, entre 26 países analisados na América, Europa e Ásia, com 91% dos entrevistados que apontaram preferência pelo consumo de informações *on line*. No caso brasileiro, esses números tiveram um avanço considerável, tendo subido 25 pontos percentuais em apenas quatro anos. A Grécia foi o país que apresentou essa tendência mais acentuada, com 96% das pessoas pesquisadas.

A pesquisa revela, também, que a maior parte deste consumo de informações não vem apenas de navegações aleatórias na internet e, sim, das redes sociais virtuais. O *Facebook* é a rede social em que maior parte das pessoas busca notícias (69%), com o *Whatsapp* em segundo (39%) e o *YouTube* logo atrás, com 37%.

Mesmo com o alerta dos números e das orientações dos estudiosos de marketing digital em elaborar um conteúdo específico para cada mídia emergente, muitas organizações ainda se valem da remediação para difundir suas informações. Como explica Bolter e Grusin (2000), isso acontece quando elementos característicos de uma mídia se articulam em outra.

Para os autores, as mídias digitais têm grande capacidade de “remediar” praticamente todos os elementos de mídias anteriores, transformando igualmente a experiência que se tem desses veículos a partir de um duplo processo de aproximação e distanciamento. Esse comportamento está na possibilidade de aglutinar imagens, fotos, vídeos, textos, sons e outras linguagens em outra mídia, sendo uma representação da representação, o que justifica o conceito de “remediação”. Isso significa, na prática, que as organizações, ao invés de criarem conteúdos próprios para as redes sociais virtuais, apenas reproduzem nelas o que está inserido em seus *websites*.

Segundo Canavilhas (2012), com a possibilidade de todos os meios migrarem para

o ambiente digital, a tendência era uma convergência de conteúdos e aparecimento de uma nova linguagem. Mas o que se verifica atualmente é o que Salaverría (2010, p. 39) chama “*confluencia de contenidos*”, ou seja, os grupos que integram as organizações transportam para as versões digitais os conteúdos de todos os seus meios criando uma sensação de multimedialidade que não é mais do que uma oferta tripla da mesma informação. Usando a classificação de Salaverría (*apud* Canavilhas 2012), a “convergência de conteúdos” (multimedialidade) está muito atrasada em relação à maturidade já atingida pelas convergências tecnológica (multiplataforma), empresarial (concentração) e profissional (polivalência).

A atual multimedialidade por acumulação é uma mera remediação e não pode ser vista como um fenômeno de convergência de conteúdos: defendemos que isso apenas acontece quando é utilizada uma linguagem própria com características únicas e diferenciadoras em relação aos restantes meios. (CANAVILHAS, 2012, p. 17).

CORPUS DE ANÁLISE E METODOLOGIA

A escolha das instituições a serem estudadas se deu a partir de um critério geográfico. Optamos por analisar as que estão situadas em Minas Gerais, estado que abriga o maior número de órgãos de ensino federal (REDE FEDERAL, 2015). Concentramos a nossa atenção naquelas localizadas na região da Zona da Mata e Campos das Vertentes: as Universidades Federais de Juiz de Fora (UFJF), São João del-Rei (UFSJ), Viçosa (UFV) e o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sudeste de Minas Gerais – Campus Juiz de Fora (IF Sudeste MG-JF). A título de enriquecimento da pesquisa, optamos por incluir, também, a Universidade Federal de Minas Gerais, por ser a maior instituição pública mineira.

Dentre as inúmeras redes sociais virtuais que se encontram à disposição do público, o *Facebook* foi determinado por ser a mídia que possui maior número de contas ativas no Brasil, conforme pesquisa divulgada pela *Digital News Report 2016*. A utilização contínua dessa rede social para diversos fins foi outro ponto que nos levou a analisar as *fanpages*, além de permitir uma interação social com o público e estimular trocas comunicativas e replicação de postagens.

A pesquisa foi desenvolvida por meio de observação empírica e o levantamento de dados ocorreu entre os dias 01 e 15 de julho de 2016. O período se justifica pelo fato de não haver nenhum acontecimento que pudesse modificar o fluxo de informação. Recorremos à metodologia de análise de conteúdo híbrida (BAUER, 2008), com a construção de um conteúdo quantitativo e qualitativo para verificar quais são as formas de produção de conteúdo, o formato das postagens e a frequência na alimentação das *fanpages*.

Cabe ressaltar que os objetivos dessa pesquisa não estão relacionados em avaliar a qualidade de ensino, pesquisa e extensão das organizações, tampouco atribuir categorias

qualitativas no que se refere a sua relevância social. Salientamos que nosso foco está na forma de produção de conteúdo. Dessa maneira, ao analisarmos as postagens de cada uma das instituições, categorizamos os conteúdos da seguinte maneira:

- **Conteúdo remediado:** informações que são compartilhadas no *Facebook* através de *link* e que se referem a outro veículo de comunicação produzido pela própria instituição (website ou outras redes sociais virtuais);
- **Conteúdo exclusivo:** postagem produzida exclusivamente para o *Facebook*;
- **Curadoria de Conteúdo:** Replicar conteúdo de terceiros, citando a fonte e o link para o site de onde o conteúdo foi reproduzido;
- **Conteúdo colaborativo:** postagens feitas a partir de informações (fotos, vídeos ou dados) enviadas pelo público que curte a *fanpage*;
- **Vídeos:** produção de vídeos exclusivamente para alimentar as postagens no *Facebook*;
- **Fotos:** Compartilhamento de fotos de eventos gerais, cobertura jornalística ou da memória organizacional.

A UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS

No dia do levantamento de dados para essa pesquisa (01 jul. 2016), a *fanpage* no *Facebook* possuía um total de 116.835 seguidores. No período em análise, foram postadas 31 mensagens, uma média de duas publicações diárias. Cabe ressaltar que todos os dias a página foi alimentada, inclusive nos fins de semana. O formato das postagens não seguiu um padrão. A maioria apresentava uma chamada, sendo umas com foto *link* (remediando para algum *website*), outras apenas fotos. Algumas publicações contavam apenas com uma foto *link* com um título. (Figura 1).



Figura 1: Formas de apresentação das postagens da UFMG. Fonte: Fanpage UFMG

Com relação a forma de produção das publicações, a maioria (61%) está relacionada a conteúdo remediado, como pode ser verificado na tabela abaixo:

Forma de conteúdo	Número de postagens	Porcentagem
Conteúdo remediado	19	61%
Curadoria de Conteúdo	5	16%
Vídeo	7	23%

Tabela 1: Natureza dos conteúdos das postagens na *fanpage* da UFMG.

Fonte: elaboração do autor

Vale destacar que no quesito “Curadoria de Conteúdo” todas as postagens referem-se a alguma pesquisa desenvolvida por membros da comunidade acadêmica da UFMG e que tiveram destaque em outras mídias. Nota-se, ainda, que a universidade não produziu conteúdo exclusivo para a página e não contou com postagens colaborativas.

A UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA

No início do levantamento para esta pesquisa, a *fanpage* contava com 48. 610 seguidores. Registramos 39 postagens, uma média de 2,6 por dia, porém, em apenas um dia (02 jul de 2016) não foi constatada nenhuma publicação.

Todas as mensagens apresentavam uma chamada, mas nem todas contavam com o apoio de um foto *link* com título contendo informações adicionais. Em uma postagem, verificamos a ocorrência de um *gift* (imagem com movimento). (Figura 2).



Figura 2: Formas de apresentação das postagens da UFJF.

Fonte: Fanpage UFJF

O conteúdo de remediação apresentou uma maior incidência no quantitativo de postagens. Mesmo em número reduzido, percebe-se, também, o incentivo à participação dos curtidores na página com o envio de fotos ou vídeos que retratem a rotina da Universidade. Já a curadoria de conteúdo refere-se a assuntos ligados ao universo acadêmico, não necessariamente de pesquisas realizadas na UFJF. (Tabela 2)

Forma de conteúdo	Número de postagens	Porcentagem
Conteúdo remediado	28	72%
Vídeo	5	13%
Curadoria de Conteúdo	3	7%
Conteúdo colaborativo	2	5%
Fotos	1	2%

Tabela 2: Natureza dos conteúdos das postagens na *fanpage* da UFJF.

Fonte: elaboração do autor

A UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA

No dia 01 de julho de 2016, sua *fanpage* no *Facebook* apresentava 24.733 curtidores. Durante nosso estudo, foram notificadas 18 publicações, uma média diária de 1,2 postagens, mas o fluxo de informações não apresentou um período cristalizado, ou seja, em cinco dias, especificamente nos fins de semana, a página não apresentou nenhuma atualização.

Em comum no formato das postagens foi o texto introdutório que fornece um panorama geral do assunto a ser tratado. Anexados a esta chamada, verificamos *links* que remediavam para o site institucional, porém algumas sem fotos e outras com imagens em destaque. (Figura 3)



Figura 3: Formas de apresentação das postagens da UFV.

Fonte: Fanpage UFV

A predominância de informações na *fanpage* é de remediação. Mas vale destacar que nas postagens foram observadas a presença de conteúdo exclusivo e participativo. (Tabela 3).

Forma de conteúdo	Número de postagens	Porcentagem
Conteúdo remediado	15	83%
Vídeo	1	5,6%
Conteúdo Exclusivo	1	5,6%
Conteúdo Colaborativo	1	5,6%

Tabela 3: Natureza dos conteúdos das postagens na *fanpage* da UFV.

Fonte: elaboração do autor

A UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO JOÃO DEL-REI

A página oficial no *Facebook* registrava, em 01 de julho de 2016, 10.940 seguidores. No período em análise, foram realizadas 22 postagens, uma média diária de 1,4. Detectamos que em apenas um dia (10 jul 2016) não houve atualização na página. Sobre o formato das publicações, todos os posts apresentavam uma chamada introdutória, sendo inserida uma arte relacionada ao assunto tratado ou um *gift*. Os links de remediação foram inseridos de forma encurtada. (Figura 4)



Figura 4: Formas de apresentação das postagens da UFSJ.

Fonte: *Fanpage* UFSJ

Com relação a forma de produção de conteúdo, vigoraram as postagens de remediação. Porém, podemos destacar uma preocupação da universidade em produzir artes específicas para todas as postagens de conteúdo remediado no *Facebook*, como forma de ilustrar as postagens, seja em forma de fotografias ou *gifts*. A interação com os curtidores também pode ser destacada. Percebe-se que já há uma cultura na dinâmica da página em publicar clips musicais sugeridas pelo público, com uma mensagem de otimismo ou uma pequena biografia do artista. (tabela 4)

Forma de conteúdo	Número de postagens	Porcentagem
Conteúdo remediado	16	73%
Conteúdo Colaborativo	4	18%
Vídeo	1	4,5%
Curadoria de Conteúdo	1	4,5%

Tabela 4: Natureza dos conteúdos das postagens na *fanpage* da UFSJ.

Fonte: elaboração do autor

O IF SUDESTE MG - CAMPUS JUIZ DE FORA

No dia 01 de julho de 2016, a página oficial no *Facebook* registrava 4.838 curtidas. Foram registradas 28 atualizações no período analisado (média de 1,86/dia), mas nos fins de semana não houve publicações. As postagens apresentaram um formato uniforme, com texto introdutório e uma foto ou arte produzida. Os *links* dos conteúdos remediados não eram reduzidos, sendo apresentados em sua versão original. (Figura 5)



Figura 5: Formas de apresentação das postagens do IF Sudeste MG-JF.

Fonte: Fanpage IF Sudeste MG-JF

Com relação à produção de conteúdo, a análise dos dados revela que há uma preocupação em se produzir postagens exclusivas. Foram criadas editorias com temáticas diversas que utilizam os alunos como personagens. Pode-se concluir que a estratégia do Campus Juiz de Fora é trabalhar a identificação do estudante com a instituição, uma relação de pertencimento. (Tabela 5)

Forma de conteúdo	Número de postagens	Porcentagem
Conteúdo exclusivo	15	54%
Conteúdo Remediado	7	25%
Vídeo	3	11%
Curadoria de Conteúdo	2	7%
Fotos	1	3%

Tabela 5: Natureza dos conteúdos das postagens na fanpage do IF Sudeste MG-JF. Fonte: elaboração do autor

ANÁLISE DOS DADOS

Nos 15 dias de investigação nas páginas das cinco instituições objeto dessa análise, foram apuradas 138 postagens que apresentaram diversos formatos e natureza na produção de conteúdo. Prevaleceu a remediação na difusão das informações, o que pôde ser constatado em 95 publicações (69%). Esses números revelam que as estratégias estão intimamente relacionadas àquilo que as universidades publicam em seus *websites*, não apresentando uma política de comunicação específica para o meio. Constatamos, apenas, uma readequação em algumas chamadas, o que pode trazer um ar de novidade ao que está sendo postado. Outro ponto evidenciado que traz um “frescor” para as postagens remediadas é a produção de uma arte com um título atraente e a inserção de *gifts* animados

para atrair a atenção do internauta.

Percebemos que essas linguagens não tiveram uma unidade, pois a cada postagem um formato diferente era evidenciado. Acreditamos ser necessário o estabelecimento de um padrão para que o processo de identificação com a página seja alcançado e que o público possa reconhecer uma tendência de linguagem, o que pode gerar percepções positivas para as instituições, se mostrando planejada e organizada.

Outro ponto a ser destacado é a falta de interação com os internautas. Foram poucas as postagens que tiveram como natureza o conteúdo colaborativo. A UFSJ foi a que mais apresentou postagens nas quais a fonte era algum seguidor da página. O baixo índice de colaboração talvez pode ser explicado pelo fato de não haver incentivo por parte das instituições em contar com essa participação. Tal situação, no nosso entendimento, deve ser revista pelas instituições, já que vivemos em uma realidade na qual as tecnologias de comunicação digital provocam mudanças consideráveis numa perspectiva relacional entre pessoas e organizações. Quaisquer estratégias que se deseja exitosa, não pode perder isso de vista.

Deve-se ter muito cuidado quando se for utilizar uma informação de terceiros, o que classificamos aqui como “Curadoria de Conteúdo”. É preciso ter ética, sempre citando a fonte, e no caso da internet, colocar o *link* para o site de onde o conteúdo foi reproduzido. As instituições aqui analisadas seguiram essa premissa. Mas não basta replicar quaisquer assuntos. É necessário que haja interesse para o público. A UFMG utilizou esse recurso para difundir informações de suas pesquisas que estavam sendo publicadas por outros órgãos, uma espécie de “clipagem”. A UFJF, UFSJ e o IF Sudeste MG-JF divulgaram informações pertinentes as suas respectivas comunidades acadêmicas como, por exemplo, a postagem que foi divulgada pela Federal de Juiz de Fora no dia 03 de julho de 2016 com o título “Ferramenta edita textos dentro das normas da ABNT”. A UFV não apresentou postagens nessa categoria.

Diferente das Universidades que apresentaram a maioria das postagens com remediação, o IFSudesteMG-JF teve como foco o Conteúdo Exclusivo. Como estratégia, foram criadas editorias, explorando todo o potencial da comunidade acadêmica, usando os estudantes como sua principal matéria prima. Essa tendência nos parece interessante, uma vez que se cria uma identidade e os personagens foco das editorias tornam-se multiplicadores da imagem da instituição, uma vez que seus seguidores também terão acesso a essa postagem e isso pode gerar um aumento significativo no número de seguidores da página.

A categoria fotos foi pouco explorada pelas instituições em análise. Apenas a UFJF e o IF Sudeste MG-JF utilizaram esse recurso como forma de disponibilizar ao público um álbum de imagens de eventos realizados. Também a produção de vídeos se mostrou tímida no quantitativo de produções das instituições analisadas. Todas apresentaram um produto audiovisual, (UFJF, UFSJ e UFV, uma cada; IF Sudeste-JF três; e UFMG sete). Com a

melhoria da banda larga e a adoção do 3G/4G, assistir vídeos rapidamente se tornou uma prática cotidiana nas redes sociais. E isso pode ser creditada ao desenvolvimento da técnica *Streaming*, na qual o vídeo é enviado na sua forma comprimida, sendo visualizado quase em tempo real, sem necessidade de esperar pelo carregamento do conteúdo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É certo que as universidades públicas não precisam conquistar adesão das pessoas como meio de sobrevivência para se manterem ativas. É certo, também, que o fato de serem federais já prescinde um valor agregado. Mas em um ambiente tecnológico, é preciso que essas organizações saiam da zona de conforto do financiamento federal e se tornem abertas ao público. Se essas instituições são um celeiro de produção de conhecimento, porquê não difundir toda essa informação? E se as redes sociais virtuais vêm apresentando uma audiência cada vez mais crescente, são nesses locais que devem ser concentradas essas estratégias.

Produzir conteúdo nunca esteve tão acessível e ao mesmo tempo tão complexo. Cada vez mais nos informamos por meio das mídias sociais, através do comentário de amigos e compartilhamento de conteúdo. A proposta de que um dos mais acessados sites de rede sociais, o *Facebook*, seja incorporado como ambiente de interação e comunicação das organizações se dá por sua arquitetura atraente, com ferramentas que permitem desenvolver diversas atividades e instigam a participação, protagonismo, colaboração e horizontalização das relações entre os mais diversos públicos. Nesse sentido, o foco na produção de conteúdo tem como objetivo disseminar informação relevante para atrair, cativar e conquistar novos públicos. Esse direcionamento estratégico das organizações pode gerar uma relação de confiança que impulsiona a imagem institucional e traz credibilidade.

Estar nas redes exige transparência, relacionamento e conteúdo. Tal responsabilidade requer das instituições profissionalismo e adoção de estratégias claras e bem definidas. Um passo em falso, por mínimo que seja, pode trazer sérios transtornos. É imprescindível contar com profissionais bem capacitados, que atue nessa perspectiva de construção de relações sociais que envolvem imagem, marca, confiança, transparência, colaboração e reconhecimento.

Há, por isso, um longo caminho a percorrer desde a atual fase de remediação até à verdadeira convergência de conteúdos caracterizada pela hipermultimedialidade por integração, com vários níveis de interatividade e possibilidade de personalização da informação. O importante é dar grande atenção ao conteúdo e entender que uma campanha aleatória pode gerar benefícios pontuais, mas fazer um conteúdo bem feito e perene, de modo a se tornar um padrão que será percebido pelo público, pode fazer toda a diferença para a boa imagem das organizações.

REFERÊNCIAS

ANTONELLO, Claudia Simone. A metamorfose da aprendizagem organizacional: uma revisão crítica. In: ANTONELLO, C.S., et al. **Os novos horizontes da Gestão: aprendizagem organizacional e competências**. 1. ed. Porto alegre: Bookman, 2004.

BAUER, Martin. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In: BAUER, Martin; GASKELL, George (Eds.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008. 7ª ed.

BOLTER, Jay; GRUSIN, Richard. **Remediation: understanding new media**. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2000.

CANAVILHAS, João. **Da remediação à convergência: um olhar sobre os media portugueses**. Revista Brazilian Journalism Research v. 8, n. 1, p. 7-21, mai/ago 2012. São Paulo: SBPjor, 2012.

JENKINS, Henry. **Cultura de convergência**. Tradução Suzana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.

LEMOS André. Prefácio. In: OLIVEIRA, Ivone de Loudes; MARCHIORI, Marlene (Org) **Redes Sociais, Comunicação, Organizações**. São Paulo: Difusão Editora, 2012, p. 9-14.

NEWMAN, N; LEVY, D.; NIELSEN, R. K. **Digital news report 2016**. Reuters Institute for the Study of Journalism/University of Oxford. Disponível em <www.digitalnewsreport.org> Acesso em 23 jun 2016.

REDE FEDERAL. **Expansão da Rede Federal**. Disponível em: <<http://redefederal.mec.gov.br/expansao-da-rede-federal>>. Acesso em 15 de agosto de 2015.

SALAVERRÍA, Ramón; GARCIA AVILÉS, José Alberto; MASIP, Pere. **Concepto de Convergencia de Medios**. LOPEZ, Xosé; PEREIRA, Xosé (org). Convergencia Digital: Reconfiguración de los Medios de Comunicación en España. Santiago de Compostela: Servizo de Publicacións e Intercambio Científico, 2010. p. 41-64.

SECOM. **Pesquisa Brasileira de Mídia**. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>. Acesso em 01 de agosto de 2016.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Algoritmos 9, 10, 31, 35, 36, 37, 38, 40, 93
Algoritmos no Facebook 10, 31, 36
Atividades Complementares 11, 85, 86, 87, 94, 95

B

Brincadeiras de criança 10, 70, 74

C

Canais Infantis 9, 10, 70, 71, 74, 75, 79
Ciberespaço 10, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 27, 45, 56, 58, 59, 68, 82
Cidade 9, 11, 12, 57, 63, 96, 110, 111, 112, 113, 116, 117, 118, 119, 121, 205, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229
Cinema 9, 11, 98, 100, 101, 103, 104, 108, 109, 134, 166, 167, 176, 218, 219, 220, 225, 227
Comissão da Verdade 9, 104, 105
Comunicação 2, 9, 11, 1, 2, 3, 4, 5, 7, 9, 13, 16, 18, 20, 21, 22, 26, 27, 28, 30, 33, 34, 35, 42, 43, 44, 47, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 62, 63, 64, 66, 68, 69, 73, 77, 79, 80, 81, 82, 83, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 107, 108, 109, 110, 113, 115, 116, 118, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 143, 144, 162, 164, 168, 176, 177, 178, 188, 190, 191, 193, 199, 204, 210, 217, 223, 224, 225, 230
Covid-19 9, 10, 1, 2, 3, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 18, 19, 21, 23, 30, 181

D

Diálogo 1, 35, 59, 67, 104, 107, 129, 132, 139, 140, 141, 143, 147, 150, 154, 155, 156
Diretrizes Curriculares 11, 85, 86, 95, 96
Discurso Jornalístico 11, 110, 111, 112, 119, 121
Dispositivos educativos 9, 11, 85

F

Facebook 9, 10, 21, 23, 24, 31, 36, 37, 38, 39, 41, 43, 44, 45, 46, 47, 49, 50, 51, 54
Ficção 9, 12, 168, 177, 178, 184
Ficção Seriada 9, 177, 178
Futebol 9, 12, 190, 191, 194, 195, 196, 197, 198, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 216
Futebol Brasileiro e Português 12, 204

G

Gestão de conhecimento 9

Guerra Ameríndia 9, 12, 190, 193, 196

I

Influenciadoras Digitais 70

Instagram 10, 21, 23, 24, 56, 57, 59, 63, 64, 65, 66

L

Letramento Digital 9, 11, 122, 126

M

Magazine Luiza 10, 56, 57, 61, 63, 64, 66, 67

Marca 11, 2, 21, 22, 54, 56, 57, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 74, 76, 77, 78, 79, 83, 84, 162, 163, 164, 165, 166, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 187, 217

Materialidade Discursiva 111

Mediação 11, 33, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 142, 143, 144, 193, 221

Memória 11, 35, 47, 56, 81, 98, 99, 111, 112, 114, 116, 117, 124, 178, 185, 196

Meninas 9, 10, 70, 76, 80

Método Kominsky 9, 12, 177, 178

Mídia 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 14, 15, 16, 22, 33, 35, 41, 42, 45, 46, 55, 70, 73, 74, 75, 77, 80, 82, 83, 89, 111, 112, 113, 114, 115, 120, 128, 130, 144, 174, 175, 207, 218, 219, 220, 225, 226, 227, 228

Mídias independentes 9, 10, 1, 5, 6, 7, 8, 13

Midiatização 31, 33, 34, 35, 40, 42, 72, 74, 82, 84

N

Novas Diretrizes Curriculares 11, 85

Novo normal 9, 10, 17, 18, 26, 29

O

Ordem 11, 24, 36, 110, 116, 117, 118, 119, 120, 192, 197, 223, 225

Os Experientes 12, 177, 178, 182, 183, 184, 186, 187

P

Pandemia 9, 10, 1, 3, 7, 8, 9, 11, 12, 15, 17, 18, 19, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29

Pastor Cláudio 11, 98, 100, 102, 103, 104, 105, 106, 107

Poder 9, 3, 5, 7, 10, 15, 16, 32, 33, 36, 37, 40, 41, 58, 72, 74, 83, 90, 114, 117, 118, 119, 125, 130, 134, 139, 147, 148, 149, 151, 152, 167, 191, 192, 193, 195, 196, 197, 207, 221

Poderes da Comunicação 2, 9

Práticas de consumo 34, 36, 72, 81, 83

Publicações 10, 1, 2, 9, 13, 43, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 92, 93, 108

Publicidade 10, 31, 33, 34, 36, 40, 42, 56, 57, 60, 61, 62, 63, 66, 67, 68, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 118, 119, 122, 188

Publicidade e Conteúdo 10, 70

R

Redes Sociais 9, 10, 17, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 36, 40, 41, 43, 44, 45, 46, 47, 54, 55, 61, 62, 67, 74, 87, 93, 94, 108, 128, 168, 170, 222

Rio de Janeiro 11, 16, 42, 81, 83, 84, 96, 110, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 130, 143, 144, 175, 176, 188, 190, 200, 203, 209, 215, 216, 218, 219, 220, 222, 223, 224, 227, 228, 229

S

Star Wars 9, 11, 162, 163, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 184

U

Universidades 10, 11, 43, 44, 46, 52, 53, 54, 86, 149

Y

Youtube 10, 62, 70, 83

Torre de Babel:

Créditos e Poderes da Comunicação

3



www.atenaeditora.com.br



contato@atenaeditora.com.br



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



[facebook.com/atenaeditora.com.br](https://www.facebook.com/atenaeditora.com.br)

Atena
Editora

Ano 2021

Torre de Babel:

Créditos e Poderes da Comunicação

3



www.atenaeditora.com.br



contato@atenaeditora.com.br



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



[facebook.com/atenaeditora.com.br](https://www.facebook.com/atenaeditora.com.br)

Atena
Editora

Ano 2021