

Marcelo Pereira da Silva
(Organizador)

A PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO NAS CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO



Atena
Editora
Ano 2021

Marcelo Pereira da Silva
(Organizador)

A PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO NAS CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO



Atena
Editora
Ano 2021

Editora chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Editora executiva

Natalia Oliveira

Assistente editorial

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto gráfico

Camila Alves de Cremo

Daphynny Pamplona

Gabriel Motomu Teshima

Luiza Alves Batista

Natália Sandrini de Azevedo

Imagens da capa

iStock

Edição de arte

Luiza Alves Batista

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.

Open access publication by Atena Editora



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

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa

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. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí
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
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México
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. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso
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



A produção do conhecimento nas ciências da comunicação

Diagramação: Daphynny Pamplona
Correção: Maiara Ferreira
Indexação: Amanda Kelly da Costa Veiga
Revisão: Os autores
Organizador: Marcelo Pereira da Silva

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

P964 A produção do conhecimento nas ciências da comunicação /
Organizador Marcelo Pereira da Silva. – Ponta Grossa -
PR: Atena, 2021.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-5983-741-0

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.410212012>

1. Comunicação. I. Silva, Marcelo Pereira da
(Organizador). II. Título.

CDD 153.6

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



Atena
Editora
Ano 2021

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; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.



DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, *desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.



APRESENTAÇÃO

O campo da comunicação tem se consolidado na produção de conhecimento por meio de monografias, dissertações e teses em cursos de graduação, especialização e programas de Mestrado e Doutorado, mas, também, da realização de relevantes eventos regionais, nacionais e internacionais, de publicações em revistas científicas qualificadas e debates acerca de temáticas transversais que se enleiam aos processos comunicacionais contemporâneos, evidenciando relações inerentes entre passado, presente e futuro.

A Comunicação constitui-se de diversas áreas do saber que se entrecruzam e emolduram, por meio da especificidade de objetos empíricos e objetos teóricos, metodológicos e epistemológicos, produzindo investigações que tratam da sociedade, organizações, tecnologias, atores sociais etc. Pesquisas de importância internacional que devem atentar para a necessidade do impacto social, promovendo ações, propostas e produtos que interfiram na realidade de pessoas, comunidades, países, organizações e sociedades.

O mundo atual caracteriza-se pela confusão social, colapso da ética e da integridade, busca frenética do poder e de se apoderar da consciência do Outro por meio de narrativas e práticas de desinformação assim como pelo erigir do “ministério da verdade” que condiciona a verdade a “quem fala” e “de onde fala”, da “novilingua”, “novafala” ou “novidioma” que oprime o pensar e falar livres, abertos e do “duplipensar”, a aceitação simultânea de duas crenças mutuamente contraditórias como corretas, tal como profetizou George Orwell, em 1949, pensar, problematizar e analisar o lugar da comunicação nesse ambiente torna-se fulcral para as democracias, haja vista que ela, a comunicação, só prospera em lugares com abertura para a circulação de informação e de irrestrita liberdade de expressão, conforme os ditames da Constituição.

Nesse sentido, esta obra viceja, por meio da participação de pesquisadores do Brasil e de outras nações, múltiplas expectativas, desafios e oportunidades para a comunicação em um tempo de emergentes formas de ver, estar e sentir o mundo que ressignificam a existência, redefinem profissões e produzem emergentes modos de interação, troca e socialidade.

Queremos que o conhecimento aqui materializado, não sirva, de acordo com Hayek (2019, p.49), para moldar resultados como um artífice faz com sua obra, mas, ao contrário, para “cultivar um crescimento ao oferecer um ambiente favorável, aos moldes do jardineiro com as plantas”.

ORWELL, George. **1984**. São Paulo: Cia das Letras, 2009.

HAYEK, F. A. **A pretensão do conhecimento**. São Paulo: LVM Editora, 2019.

Marcelo Pereira da Silva

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1..... 1

A “ECONOMIA DA SAUDADE” E O ENCONTRO DE GERAÇÕES NA REDE DIGITAL FACEBOOK: ANÁLISE DA FANPAGE “CAMPINAS DE ANTIGAMENTE”

Marcelo Toledo Andriotti

Marcelo Pereira da Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4102120121>

CAPÍTULO 2..... 11

CULTURA ORGANIZACIONAL E CULTURAS NAS ORGANIZAÇÕES SOB UMA PERSPECTIVA CRÍTICA

Juliane do Rocio Juski

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4102120122>

CAPÍTULO 3..... 23

COMUNICAÇÃO CONTRA-HEGEMÔNICA NAS PLATAFORMAS DIGITAIS: UMA PERSPECTIVA DAS TEORIAS DA AÇÃO POLÍTICA DO JORNALISMO

Claudia Miranda Rodrigues

Leonel Azevedo de Aguiar

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4102120123>

CAPÍTULO 4..... 35

AS TEMPESTADES DO PASSADO, VIAGENS DO PRESENTE

Georgina Rodríguez Herrera

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4102120124>

CAPÍTULO 5..... 46

A COMUNICAÇÃO E O CONSUMO DAS ARTES CÊNICAS NA PÓS-MODERNIDADE

Suelen Gotardo

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4102120125>

CAPÍTULO 6..... 59

APRENDIZAJE E INVESTIGACIÓN. LAS SINERGIAS DETRÁS DE LA PRIMERA PRODUCCIÓN DOCUMENTAL DE LA UNIVERSIDAD DE MURCIA PREMIADA EN HOLLYWOOD

Alfonso Burgos Risco

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4102120126>

CAPÍTULO 7..... 75

AS CONTRIBUIÇÕES DE GERD BAUMANN (2010) PARA O DEBATE MULTICULTURALISTA

João Renato de Souza Coelho Benazzi

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4102120127>

CAPÍTULO 8..... 89

LITERACIA EM SAÚDE E LITERACIA DE MÍDIA: UM OLHAR SOBRE OS CONCEITOS E AS PRÁTICAS

Adinan Nogueira

Letícia Magalhães Pereira

Maria Izabel Ferezin Sares

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4102120128>

CAPÍTULO 9..... 95

MANIFESTACIÓN EN REDES SOCIALES DE JÓVENES COSPLAYERS EN EL JUEGO DE “SER OTRA”, EL CROSSPLAY MASCULINO (M&F)

María de la Luz Nalleli Martínez Hernández

Sandra Flores Guevara

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4102120129>

CAPÍTULO 10..... 106

MODELO DE NEGÓCIO E GESTÃO PARA UM AMBIENTE VIRTUAL DE NOTÍCIAS COLABORATIVO (AVNC)

Daniele Fernandes Rodrigues

Luiz Renato de Souza Justiniano

Carlos Henrique Medeiros de Souza

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201210>

CAPÍTULO 11..... 122

ACESSO E CONSUMO DE NOTÍCIAS JORNALÍSTICAS EM REDES SOCIAIS: NOTAS METODOLÓGICAS PARA A PROBLEMATIZAÇÃO DA NOÇÃO DE “PARTICIPAÇÃO”

Telma Sueli Pinto Johnson

Pedro Augusto Farnese de Lima

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201211>

CAPÍTULO 12..... 135

IMPLEMENTAÇÃO DE SEIS SIGMA EM UMA PADARIA NO MÉXICO

Brenda Carolina Pérez Millán

Erasto Vergara Hernández

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201212>

CAPÍTULO 13..... 143

A VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER NO JORNAL CEARENSE O POVO

Francielle Souza Nonato

Isabella Vieira Santos

Pedro Gabriel Barreto Ramos

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201213>

CAPÍTULO 14..... 155

MULHERES: ALVOS DA SOCIEDADE

Caio Vitor Silva da Costa

Nathalia Rank de Freitas
Amarinildo Osório de Souza
Maria Lúcia Tinoco Pacheco

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201214>

CAPÍTULO 15..... 163

JOGO DE CHANTAGENS: REFLEXÃO SOBRE O CAMPO POLÍTICO BRASILEIRO E AS NOVAS FORMAS DE DISSUAÇÃO POLÍTICA A PARTIR DA CIBERCULTURA

Deusiney Robson de Araújo Farias

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201215>

CAPÍTULO 16..... 173

ZYL – 3 RÁDIO CLUBE DE GARÇA

Luciana Antunes

Andréa Pereira

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201216>

CAPÍTULO 17..... 183

DIREITO À INFORMAÇÃO OU À INTIMIDADE: A PALAVRA FINAL COM A JUSTIÇA

Sílvio Henrique Vieira Barbosa

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201217>

CAPÍTULO 18..... 193

WEBDOC: A NARRATIVA INTERATIVA DO DOCUMENTÁRIO

Sílvio Henrique Vieira Barbosa

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201218>

CAPÍTULO 19..... 205

DOCUGAME: A GAMIFICAÇÃO DO WEBDOC VALE DO RIO DE LAMA

Sílvio Henrique Vieira Barbosa

João Carlos Massarolo

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201219>

CAPÍTULO 20..... 216

MDOOH E O IMPACTO NO PÚBLICO NAS RELAÇÕES DE INTERAÇÃO, CONTEÚDO E AUDIÊNCIA

Leandro Rolim

Félix Ortega

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201220>

CAPÍTULO 21..... 227

ANÁLISE DE COMENTÁRIOS DAS PLATAFORMAS ONLINE DE RESTAURANTES MICHELIN NO BRASIL

Tiago Eugenio de Melo

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201221>

CAPÍTULO 22	239
UMA HISTÓRIA CULTURAL DA PUBLICIDADE: PRIMEIROS MOVIMENTOS DO CAMPO NO BRASIL	
Bruna Aucar Everardo Rocha	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201222	
CAPÍTULO 23	252
GRAVIDEZ FITNESS E DISCURSOS CONTEMPORÂNEOS SOBRE A BOA FORMA	
Fabiola Calazans Angélica Fonsêca de Freitas	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201223	
CAPÍTULO 24	270
PRÉ-HISTÓRIA DO CD E DA DIGITALIZAÇÃO E DESMATERIALIZAÇÃO DO ÁUDIO NAS PÁGINAS DA REVISTA SOMTRÊS	
Luis Fernando Rabello Borges	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201224	
CAPÍTULO 25	283
HUMANO OU INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL? AUTORIA DE NOTÍCIAS SÃO QUESTIONADAS EM QUIZZES RELACIONADOS AOS CONCEITOS DE AGÊNCIA PESSOAL E INTERAÇÃO	
Luciane Maria Fadel Maria José Baldessar Regina Zandomênico	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201225	
CAPÍTULO 26	295
REALIDADE VIRTUAL E REALIDADE AUMENTADA: INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS NO CAMPO DA MÚSICA	
Denise Mendes de Souza Gonçalves Marco José de Souza Almeida Ezidras Farinazzo Lacerda Filho	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201226	
CAPÍTULO 27	306
STORYTELLING HIPERCONECTADO: INTERNET DAS COISAS E NARRATIVA TRANSMÍDIA	
Adinan Nogueira Letícia Magalhães Pereira Maria Izabel Ferezin Sares	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201227	

CAPÍTULO 28.....	315
A LITERATURA EM CAMPANHA PELA PUBLICIDADE	
Marina Aparecida Espinosa Negri	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201228	
SOBRE O ORGANIZADOR.....	328
ÍNDICE REMISSIVO.....	329

PRÉ-HISTÓRIA DO CD E DA DIGITALIZAÇÃO E DESMATERIALIZAÇÃO DO ÁUDIO NAS PÁGINAS DA REVISTA SOMTRÊS

Data de aceite: 01/11/2021

Data de submissão: 07/09/2021

Luis Fernando Rabello Borges

Universidade Federal de Santa Maria
Frederico Westphalen – RS
<http://lattes.cnpq.br/4604639468351829>

RESUMO: Este trabalho busca identificar traços da digitalização da música seguidamente associados ao século 21 na revista Somtrês, que circulou mensalmente nas bancas de janeiro de 1979 a janeiro de 1989. A análise se deu com base em um exercício metodológico de tomar o discurso da revista enquanto um objeto, exercício fundamentado nos conceitos teóricos de “arqueologia das mídias” e de “materialidades da comunicação”. No caso específico deste artigo, foram tomadas por base mais especificamente as matérias publicadas sobre o CD, antes de sua popularização comercial, bem como outros esforços voltados à digitalização e mesmo à desmaterialização do som.

PALAVRAS-CHAVE: Tecnologias digitais musicais; CD; Digitalização; Desmaterialização; Revista Somtrês.

PRE-HISTORY OF THE CD AND OF
THE AUDIO DIGITALIZATION AND
DEMATERIALIZATION IN THE PAGES OF
THE SOMTRÊS MAGAZINE

ABSTRACT: This work aimed to identify

characteristics of music digitization often associated with the 21st century in Somtrês magazine, which circulated monthly in newsstands from January 1979 to January 1989. The analysis was based on a methodological exercise of taking the magazine’s discourse as an object, an exercise based on the theoretical concepts of “media archeology” and “communication materialities”. In the specific case of this article, the articles published about the CD were taken as a base, more specifically, before its commercial popularization, as well as other efforts aimed at digitizing and even dematerializing sound.

KEYWORDS: Digital Music Technologies; CD; Digitization; Dematerialization; Somtrês Magazine.

1 | INTRODUÇÃO

O presente artigo diz respeito a alguns resultados da minha tese de doutorado, defendida em julho de 2019. Intitulada “Fazendo desvios de circuito na revista Somtrês: o discurso das tecnologias digitais musicais antecipadas, imaginadas e abandonadas”, a tese almejou identificar traços da digitalização da música seguidamente associados ao século 21 em uma publicação mensal de música que circulou nas bancas do país entre janeiro de 1979 e janeiro de 1989. A Somtrês se diferenciava de outras publicações similares da época por se dedicar de forma mais detida não apenas à tradicional agenda relativa a lançamentos de discos, coberturas de shows e

entrevistas com artistas, mas também a tecnologias musicais de gravação e reprodução de áudio. E, nesse intervalo de uma década de existência da revista, despontou todo um conjunto de transformações e inovações tecnológicas no campo da produção e reprodução de áudio e também de vídeo, a exemplo do CD e da fita DAT, da fita VHS e do subsequente mercado de locadoras de vídeo e de videocassetes e filmadoras, e dos dispositivos (não só instrumentos, não só de teclado) digitais e polifônicos voltados à síntese e amostragem de áudio (respectivamente, sintetizadores e samplers) e de marcação de notas musicais (controladores MIDI). O surgimento e/ou popularização dessas e outras possibilidades de digitalização e armazenamento de dados passíveis de reprodução sonora, de acesso a conteúdos de vídeo para muito além de quando foi originalmente veiculado no cinema ou na televisão, e de gravação e criação de registros musicais no ambiente doméstico, bem como da intensificação do alarde relativo à ameaça da pirataria resultante de todas essas inovações, se deu com mais intensidade na segunda metade da década de 1980, razão pela qual, neste trabalho, foram analisadas sobretudo matérias extraídas das últimas 40 edições da revista, notadamente a partir da estreia, em suas páginas, da seção Instrumentos.

O objetivo de identificar traços da cultura digital seguidamente associados ao século 21 foi levado a cabo na análise da revista Somtrês. A análise não se limitou a deixar claro que, sim, esses traços já se faziam fortemente presentes, ou no mínimo estavam esboçados, nos anos 1980 em que a publicação circulava nas bancas. Mais do que confirmar o que já se supunha, a análise das páginas da publicação permitiu o atendimento do objetivo de perceber algumas características a respeito de como se configuraram esses traços da digitalização na década de 1980. Características que me levaram a contemplar, na tese, questões como: as discussões de fidelidade entre o digital, o analógico e os formatos comprimidos; as diferenças quanto à qualidade tímbrica entre o digital, o analógico transistorizado e o analógico valvulado; a pirataria e as possibilidades de cópia e reprodução; a compactação dos equipamentos e a portabilidade; inovações envolvendo processos de produção e gravação musical, a exemplo da praticidade dos estúdios caseiros e da diminuição nos custos, bem como seus possíveis impactos negativos, como o desemprego de músicos substituídos por sintetizadores e baterias eletrônicas; entre outras.

2 | DISCURSO COMO OBJETO

A análise se deu com base em um exercício metodológico de tomar o discurso da revista enquanto um objeto, exercício fundamentado nos conceitos teóricos de “arqueologia das mídias” e de “materialidades da comunicação”. Para a realização desse exercício, tomei por base matérias sobre tecnologias musicais de reprodução (e gravação) e de produção (e criação) presentes na Somtrês, priorizando na análise as descrições e fotos (o “discurso das tecnologias”) dos equipamentos abordados nessas matérias, ainda que longe de desconsiderar por completo as questões mais propriamente discursivas das mesmas. A

curiosidade em entender as lógicas de certos aparelhos não foi suficientemente saciada, no caso de algumas dessas matérias, pelas descrições e fotos apresentadas em suas páginas, o que me levou a buscar complementá-las com vídeos, áudios, fotos, imagens, textos e informações em geral provenientes de pesquisas na internet via Google e YouTube, entre outras fontes externas à revista.

A ideia de tomar discurso enquanto objeto foi alicerçada por conceitos teóricos vinculados à chamada “teoria das mídias”, e que por si só possuem proximidades entre si, mais especificamente os de “arqueologia das mídias” e “materialidades da comunicação”. Incluindo aí algumas possibilidades de desdobramentos de cada um deles. No caso das “materialidades da comunicação”, dei ênfase à distinção entre “efeitos de presença” e “efeitos de sentido” abordados por Hans Ulrich Gumbrecht, o que possibilitou perceber a existência de meios-termos, em que nem tudo é totalmente sensorial ou totalmente simbólico. E também de linhas tênues existentes entre discurso e objeto, em que é possível perceber a presença de elementos discursivos em objetos e vice-versa, o que foi fundamental para a proposição da ideia de tomar discurso como objeto.

Oriundo da literatura comparada, o teórico alemão lança mão do conceito de “materialidades da comunicação” para criticar fortemente a separação entre sensorialidade e significação, como se fosse possível desconectar determinado conteúdo simbólico do meio – material – que o veicula. Para ele, simplesmente não há como um determinado complexo de sentido se encontrar dissociado daquilo que ele chama de “medialidade”.

Gumbrecht aponta, assim, para uma tendência que acabou se estabelecendo culturalmente no mundo da ciência de um modo geral, a de dar ênfase na interpretação, na hermenêutica, em detrimento da percepção sensorial, que por sua vez é resultante da experiência de contato com a materialidade. Como se isso não exercesse atuação no pensamento. Do mesmo modo, Gumbrecht condena o extremo oposto de focar apenas no sensorial e esquecer a significação. O sensorial exerce atuação na hermenêutica, dela faz parte, não há como desconectar uma coisa da outra, como que em uma relação de oposição em uma acepção mais propriamente literal do termo.

O conceito de “materialidades da comunicação” é trabalhado por Gumbrecht desde o final da década de 1980, e recebeu uma atenção especial no livro “Produção de Presença: o que o sentido não consegue transmitir”. Lançado em 2004, e tendo recebido edição nacional em 2010, o livro já no título remete à distinção entre presença e sentido. Para além da tradicional “produção de sentido”, Gumbrecht aponta para a existência e relevância da “produção de presença”. Esta não deve ser ignorada. A presença é indissociável do sentido.

E, no que concerne à “arqueologia das mídias”, destaquei a dicotomia envolvendo as “mídias em si próprias” e as “mídias imaginárias” (ou os “discursos das tecnologias” e os “discursos sobre as tecnologias”), defendidas respectivamente por Wolfgang Ernst e Eric Kluitenberg, dicotomia igualmente imprescindível para vislumbrar possibilidades de fazer uso de descrições de equipamentos (os “discursos das tecnologias”, conforme consta no

subtítulo da tese), acrescidas de fotos, vídeos e outros recursos, em um somatório que, por meio da imaginação, viabiliza esforços de aproximação para com os equipamentos “reais”.

Direcionando seus estudos para o campo das tecnologias de registro sonoro, Wolfgang Ernst defende a ideia de que a arqueologia das mídias não seja protagonizada por discursos criados pelo homem ou por qualquer tipo de ação interpretativa e semântica. “O termo arqueologia das mídias descreve modos de escrever que não são produtos textuais humanos, mas ao invés disso, expressões das próprias máquinas” (ERNST, 2016, p.46). Ernst cita como exemplo o fonógrafo, que registrava o som em cilindros de cera, para defender a necessidade de dedicar atenção aos ruídos e ranhuras produzidos e gerados por esse aparato no contato com a agulha, ruídos geralmente abstraídos pela cognição humana, filtrados pelo ouvido e pelo cérebro, responsáveis respectivamente pela captura e pelo processamento do som, tudo em prol da ênfase na voz ou em qualquer outro som produzido intencionalmente pelo homem. Em uma inversão de uma célebre definição de Marshall McLuhan, para quem “o meio é a mensagem”, Ernst considera que “o ruído e o arranhão é a pura mensagem do meio; nele a voz é literalmente incorporada” (2016, p.58), como que entendendo “o homem como extensão dos meios de comunicação”, em mais uma inversão de outra máxima de McLuhan.

Outra possibilidade de abordagem do conceito de arqueologia das mídias é trazida pelo dinamarquês Eric Kluitenberg, que desenvolveu um estudo sobre aquilo que ele chama de “mídias imaginárias”. Trata-se de mídias que nunca foram concebidas concretamente, mas fazem parte do imaginário humano, de possibilidades de ações almeçadas pelo homem, que de certa forma impulsionam o desenvolvimento de invenções que mais cedo ou mais tarde podem acabar tomando forma. A partir da identificação dessas “mídias imaginárias” no mundo das artes em geral e no da literatura em particular, Kluitenberg defende a importância dos estudos não apenas das tecnologias propriamente ditas, mas também dos discursos sobre as tecnologias: “arqueólogos das mídias não coletam apenas máquinas, os dispositivos por si só. Eles também são fascinados pelo que é escrito sobre estes dispositivos” (2016, p.138). Definindo “tecnologia (máquinas)” como uma “combinação entre imagem e ideia”, Kluitenberg vai ainda mais longe na sua apologia do discurso, ao considerar que “a realização material real parece importar menos do que a imaginação que produziu a máquina” (2016, p.139).

Apesar da predileção pelo imaginário, Kluitenberg não deixa de ponderar sobre a possibilidade de uma via inversa, na medida em que “não é só a imaginação que modela a verdadeira percepção das máquinas e dispositivos de mídia, mas também as máquinas estimulam, efetivamente, a imaginação”, de forma que “as máquinas transcendem o que poderia ter sido imaginado antes delas aparecerem” (2016, p.140). Nesse sentido, o autor busca identificar um denominador comum entre uma instância e outra, defendendo a existência de “uma interação da imaginação e entendimento de máquinas midiáticas específicas”, em que “muito do que foi deixado de fora na mediação foi [é] preenchido pela

imaginação”, concluindo que “imaginação e descoberta entrelaçam-se continuamente um no outro, no desenvolvimento das tecnologias (midiáticas)” (KLUITENBERG, 2016, p.140).

Através desse conjunto de desdobramentos e aproximações dos conceitos de “arqueologia das mídias” e “materialidades da comunicação”, foi constituído o eixo teórico-metodológico deste trabalho. Eixo que serviu para nortear a realização da análise, na qual os discursos sobre tecnologias musicais publicados na Somtrês foram tomados enquanto as próprias tecnologias musicais, como que se a revista se transformasse em uma máquina. Os equipamentos presentes nas matérias foram apreciados tal como quando se vai a uma loja de instrumentos musicais ou de aparelhos de som. Esse desvio das atribuições originais de um produto de mídia impressa, do manuseio – figurado – dos circuitos formados pelas descrições e fotos dos aparelhos apresentadas nas matérias, possibilitou o levantamento de alguns dados que apontam para especificidades referentes à digitalização do áudio tal como realizado nos anos 1980, bem como a identificação de semelhanças e diferenças com relação ao que é vivenciado em termos de cultura digital neste início de século 21.

3 I PRIMÓRDIOS DO ÁUDIO DIGITALIZADO E DESMATERIALIZADO

Tais especificidades eu procurei descrever e detalhar, por exemplo, a respeito dos primeiros aparelhos de CD, que apresentavam um formato ainda repleto de características típicas das típicas vitrolas de LP, ou que simplesmente demonstravam que ainda não havia sido obtido um padrão, conforme atestam determinados aparelhos em que o CD fica posicionado na vertical. Isso sem falar na quantidade maior ou menor de botões de comando, a exemplo de alguns dos controles remotos que, em suas versões iniciais, apresentavam opções bastante rudimentares. Também vale ressaltar o CD-ROM, que em seus primórdios já possuía a capacidade de armazenamento, que se tornou o padrão que até os dias de hoje encontra-se em vigor, mas esse número ainda era expresso em bytes, o que por si só revela o que então existia em termos de potência de processamento à disposição do público consumidor.

Começando pelo Compact-Disc, um exemplo típico da semelhança entre os seus primeiros equipamentos reprodutores e os toca-discos tradicionais pode ser percebido na matéria de capa da edição 6, de junho de 1979, em que a revista aborda pela primeira vez o “disco-compacto”. Como é possível perceber, o aparelho de CD exibido na matéria, da Philips, inclusive apresenta uma tampa que se abre para cima para que seja colocado o disco. E essa tampa ocupa toda a extensão do aparelho, e não apenas a parte na qual o CD fica alocado. Outra semelhança com a vitrola destinada ao LP é o espaço existente entre o local do CD e a borda esquerda da mesma, que no caso do vinil se justifica por se tratar do espaço no qual se encontra o braço do toca-discos, contendo a cápsula e a agulha responsáveis pela reprodução do disco – braço que, no caso do CD, não existe. Além desse espaço, como que pertencente a uma espécie de “braço imaginário” do aparelho de CD, há

bem poucos comandos e botões e simplesmente não existe um painel eletrônico contendo informações como o número da faixa executada e sua respectiva cronometragem. Esse conjunto de características demonstra o quanto o aparelho de CD, em seus primórdios, tomava como referência visual o toca-discos de vinil e ainda estava distante do padrão através do qual se tornou mais conhecido.



Figura 1 – aparelho de CD da Philips (edição nº6, 06/1979).

Fonte: SOMTRÊS (1979)

Outra matéria de capa sobre o CD foi publicada na edição 49, de janeiro de 1983. Exibindo vários modelos e marcas, a matéria demonstra que os aparelhos de CD – então já chamado de “DAD” (“disco de áudio digital”), em vez de “disco-compacto” – já estavam apresentando a configuração visual através da qual se tornaram mais conhecidos, mas ainda havia exemplares com propostas ergonômicas diferentes. As versões da Sony e da bem menos conhecida marca Onkyo, ressaltadas algumas pequenas diferenças em termos de cores e dimensões, apresentam as tradicionais “gavetas” para a alocação do disco a laser, gavetas que, quando fechadas, impossibilitam a visualização do CD, envolvendo sua reprodução em uma aura de mistério no sentido literal.



Figura 2 – aparelho de CD da Sony (edição nº49, 01/1983).

Fonte: SOMTRÊS (1983)



Figura 3 – aparelho de CD da Onkyo (edição nº49, 01/1983).

Fonte: SOMTRÊS (1983).

Já em outro modelo da mesma Philips e em um da Gradiante, uma tampa que se abre para cima é que possibilita a inserção do CD no aparelho – mas agora essa tampa retangular corresponde apenas às dimensões do disco, e não do suporte inteiro.



Figura 4 – aparelho de CD da Philips (edição nº49, 01/1983).

Fonte: SOMTRÊS (1983).



Figura 5 – aparelho de CD da Gradiente (edição n°49, 01/1983).

Fonte: SOMTRÊS (1983).

E novamente a Philips, bem como outra marca hoje desconhecida, a NEC, lançaram modelos contendo uma abertura para alocar o CD verticalmente (o que por si só faz com que o aparelho possua dimensões menos horizontais e “achatadas”) e na parte da frente do painel, que permite a visualização da mídia, tal como no caso dos aparelhos com tampa na parte de cima. E em ambos esses modelos de CD player consta, no comparativo com o de 1979 mencionado há pouco, um número bem maior de botões e comandos, assim como painel eletrônico repleto de informações exibidas em letras e números em formato digital.

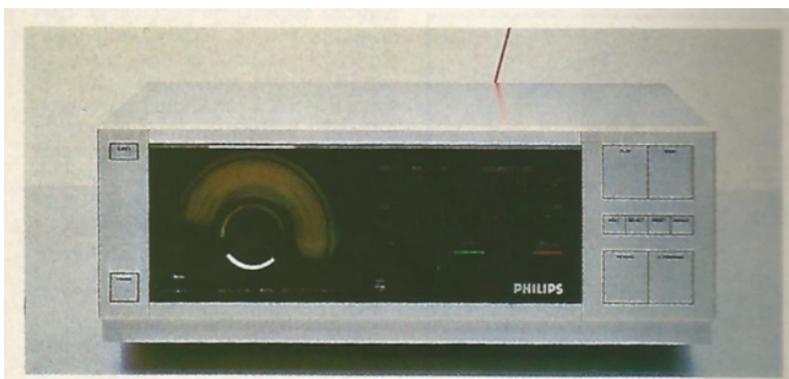


Figura 6 – aparelho de CD da Philips (edição n°49, 01/1983).

Fonte: SOMTRÊS (1983)



Figura 7 – aparelho de CD da NEC (edição nº49, 01/1983).

Fonte: SOMTRÊS (1983).

Outro invento dos mais marcantes da década de 1980 é o controle remoto, marcante inclusive em âmbito cultural, por gerar mudanças de hábitos, como o de possibilitar o comando à distância de equipamentos eletrônicos (não só sonoros e audiovisuais), eliminando a necessidade de as pessoas se locomoverem em direção a eles para acionar seus recursos. O controle remoto, assim, antecipou ainda nos anos 1980 uma das características mais recorrentemente associadas à cultura digital do século 21. Ainda mais em se tratando daquele que era chamado de “controle remoto total (ou central)”, capaz de operar os mais diversos tipos e marcas de aparelhos eletrônicos de áudio e vídeo. Conforme consta na matéria sobre a feira de Chicago, publicada na edição 104, de agosto de 1987, a lógica de funcionamento desses “unificadores” é a de que “são capazes de ‘aprender’ os códigos de sinais a ser enviados ao equipamento pelo controle remoto, seja qual for a sua forma” (p.10). Segundo a matéria, o mais avançado deles, que estava previsto para ser lançado no final daquele ano, havia sido criado por Steve Wosniak (fundador da empresa de computadores Apple em sociedade com Steve Jobs) e chamava-se Core, possivelmente em alusão ao fato de contar com um microprocessador, que permitia “programar as funções em grupos e seqüências determinadas pelo usuário, assim como programar eventos a partir do relógio interno” (p.10). Esse “supercontrole remoto” lembra muito os modelos ofertados de forma recorrente nos dias de hoje.



Figura 8 – “supercontrole remoto” AR-700, da NEC (edição nº104, 08/1987).

Fonte: SOMTRÊS (1987).

O controle remoto – central/total ou não – apareceu também em outros momentos na revista Somtrês, como nas edições 96 e 108, respectivamente de dezembro de 1986 e de dezembro de 1987, sendo que, nesta última, a matéria em questão é de capa, mas não são sobre o controle remoto em si, e sim sobre um aparelho de som (no caso, da Gradiente), em que o controle remoto figura apenas como um atrativo a mais. E a edição 96 se resume a trazer uma diminuta nota, ainda que sobre o “controle remoto central” e seu surgimento no exterior. Ambos chegam perto do padrão do “supercontrole remoto” exibido anteriormente, e da mesma forma remetem aos tempos atuais.



Figura 9 – “controle remoto central” (edição nº96, 12/1986).

Fonte: SOMTRÊS (1986).



Figura 10 – controle remoto de aparelho de som da Gradiente (edição nº108, 12/1987).

Fonte: SOMTRÊS (1987).

Porém, nem sempre foi assim. Alguns desses primeiros modelos de controle remoto ainda se mostravam um tanto rudimentares, apresentando poucos recursos de comando. É o caso do controle remoto que aparece na capa da edição 82, de outubro de 1985, em mais um caso em que o mesmo está a serviço de um outro equipamento – no caso, um videocassete da Mitsubishi. Figurando não apenas na capa, mas também no sumário (p.3), em um anúncio publicitário (p.12), na capa da seção Videoclube (p.29) e nas páginas 30 e 32 da matéria sobre o referido videocassete, o controle remoto se limita a apresentar botões para comandar as ações básicas da fita VHS (“play”, “stop”, “rec”, “pause”, “ff” e “rew”), para troca de canais, para selecionar entre “TV” e “VCR” e para ligar e desligar o aparelho.



Figura 11 – controle remoto de videocassete da Mitsubishi (edição nº82, 10/1985).

Fonte: SOMTRÉS (1985).

Interessante observar que todas essas matérias em que o controle remoto é abordado dizem respeito a tecnologias de reprodução (e gravação) musical. Não percebi nenhuma que desse destaque ao uso desse recurso em tecnologias de produção (e criação) musical.

Por fim, e para além de tecnologias mais propriamente palpáveis como o CD e o controle remoto, vale destacar agora uma matéria sobre “som futuro” (ou “o futuro do som”) publicada na edição 98, de fevereiro de 1987, sobre vários assuntos envolvendo tecnologias sonoras e seus desdobramentos. Sem deixar de contemplar o CD, na verdade até expandindo as suas abordagens, a matéria faz referência a outras possibilidades tecnológicas referentes ao som, como o uso de chips, disquetes (floppy-disks) e e HDs (hard-disks, ou ainda discos winchester) de computador enquanto suporte de áudio digital, que já apontam para o advento de suportes que oferecem a possibilidade de que conteúdos escritos, visuais e sonoros codificados digitalmente não tenham de ficar “aprisionados” para todo o sempre, tal como acontece, por exemplo, em se tratando de CDs ou DVDs não regraváveis.

Nessa mesma matéria, é abordado também o CD-ROM. Conforme consta nela, esse dispositivo apresentava já de início uma capacidade de armazenamento de “cerca de 500 milhões de bytes” (p.12). E aí cabem duas interpretações. A principal diz respeito à unidade de medida mencionada (bytes), bastante elucidativa do que havia em termos de potência de processamento dos equipamentos informáticos nos anos 1980. E a outra é que esses “500 milhões de bytes”, ou 500 Mb (megabytes), já correspondem a um número bem próximo dos 700 Mb que acabaram se tornando o padrão vigente até os dias atuais. Além do mais, cabe salientar, por fim, que o CD-ROM, ou Compact-Disc Read Only Memory (ou

seja, memória destinada apenas à leitura, à reprodução, e não à gravação), assim como o chip e discos de computador (externos ou não), diz respeito não apenas a áudio, mas a dados em geral (incluindo vídeo, texto, fotos etc.). E, no caso dos dois últimos, é possível não apenas a reprodução, mas também a gravação. Da mesma forma, aliás, que a fita K7, que era usada também para armazenar dados de computador, tal como um disquete e outras mídias externas, sendo que a possibilidade de uso digital desse suporte analógico já era prevista desde o início da década de 1970.

4 | CONSIDERAÇÕES

Informações como essas sobre o CD e o controle remoto em momento algum aparecem enunciadas no discurso presente nas respectivas matérias a respeito, o que atesta que a ênfase nas descrições e fotos podem revelar conhecimentos novos e que por outras vias talvez não fossem obtidos. E revelam, também, um aspecto importante do procedimento operacional da aplicação do método de tomar discurso como objeto por meio de promover tentativas de aproximação para com os equipamentos reais.

REFERÊNCIAS

ERNST, W. Arqueografia da mídia: Método e máquina versus história e narrativa da mídia. **Teccogs**: Revista Digital de Tecnologias Cognitivas, TIDD | PUC-SP, São Paulo, n. 14, p. 42-62, jul-dez. 2016. Tradução de Natália Aly.

GUMBRECHT, H. U. **Produção de presença**: o que o sentido não consegue transmitir. Rio de Janeiro: Contraponto/PUC-Rio, 2010.

KLUITENBERG, E. Sobre a arte das mídias imaginárias. **Teccogs**: Revista Digital de Tecnologias Cognitivas, TIDD | PUC-SP, São Paulo, n.14, p. 137-150, jul-dez. 2016. Tradução de Murilo Henrique Sanches.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Aplicativos 89, 91, 92, 199, 211, 262, 295, 301, 302, 303, 304

Artes cênicas 4, 46, 47, 50, 52, 55, 56, 57, 58

Assédio 150, 155, 156, 157, 160

Audiência 6, 1, 2, 30, 118, 176, 216, 219, 221, 222, 225, 285

Autobiografia 35, 40, 45

C

Campinas 4, 1, 3, 4, 6, 7, 8, 10, 179, 192, 203, 215, 315, 328

Campo político 6, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 170, 171

CD 7, 270, 271, 274, 275, 276, 277, 278, 281, 282

Censura 25, 183, 188, 189, 190, 192

Centro de convivência 1, 5

Chantagem 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171

Ciberespaço 34, 107, 108, 109, 112, 116, 118, 119, 164, 167, 168, 170, 171, 203, 215, 295, 296, 300, 301, 304, 305

Cliente 48, 110, 115, 135, 137, 219, 221, 242, 246

Comunicação 2, 3, 4, 1, 11, 12, 19, 20, 22, 23, 24, 28, 32, 33, 34, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 55, 56, 57, 58, 75, 82, 83, 87, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 106, 107, 108, 109, 110, 121, 122, 123, 124, 126, 127, 128, 132, 133, 134, 144, 146, 147, 155, 156, 158, 162, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 173, 180, 181, 182, 184, 187, 189, 190, 191, 192, 195, 197, 199, 201, 202, 203, 209, 211, 212, 214, 216, 217, 218, 219, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 239, 240, 241, 242, 246, 247, 248, 252, 268, 270, 271, 272, 273, 274, 283, 284, 285, 286, 290, 291, 292, 295, 297, 298, 299, 300, 301, 302, 304, 313, 314, 315, 316, 317, 325, 328

Conscientização 155, 156, 158

Convergência digital 216

Corpo 4, 18, 148, 243, 252, 253, 254, 255, 256, 257, 258, 259, 260, 261, 262, 264, 265, 266, 267, 268, 269, 297, 300, 302

Cosplay 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 104, 105

Crossplay 5, 95, 96, 97, 98, 99, 101, 102, 103, 104, 105

Cultura organizacional 4, 11, 12, 16, 18, 19, 20, 21, 22

D

Democracia 12, 133, 163, 164, 166, 170, 171, 185, 186, 189

Digitalização 7, 24, 108, 270, 271, 274

Divulgação 30, 46, 47, 48, 49, 50, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 95, 149, 171, 186, 187, 188, 198, 301, 316, 324

Docugame 6, 193, 197, 200, 205, 211, 212, 214

F

Facebook 4, 1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 30, 31, 54, 55, 101, 103, 111, 112, 122, 123, 124, 125, 127, 128, 130, 131, 134, 199, 211, 227, 228, 230, 233, 234, 235

Fan-page 1, 3

G

Gamificação 6, 200, 202, 205, 212, 213, 214

Gestão cultural 46, 48, 50, 55, 58

H

História cultural 7, 15, 239, 250

História do rádio 173, 175

Howard Becker 239, 240

I

Identidade 17, 22, 47, 49, 50, 53, 54, 55, 58, 75, 76, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 86, 87, 88, 95, 113, 156, 167, 180, 182, 243, 246, 250, 318

Identidade cultural 75, 76, 86, 243, 246

Indústria jornalística 106, 108, 109, 112

inteligência artificial 7, 283, 284, 285, 286, 287, 289, 291, 292

Interatividade 91, 95, 107, 134, 196, 197, 200, 201, 206, 210, 211, 216, 217, 218, 223, 224, 225, 291, 303

Interface 22, 94, 133, 200, 201, 221, 286, 293, 295, 302

Internet 7, 2, 23, 24, 28, 29, 32, 33, 53, 72, 92, 97, 99, 100, 104, 106, 107, 108, 110, 120, 123, 124, 162, 167, 168, 171, 172, 195, 197, 198, 205, 206, 209, 211, 217, 218, 219, 226, 272, 296, 301, 306, 307, 308, 309, 310, 311, 312, 313, 314

Internet das coisas 7, 306, 307, 308, 310, 311, 312, 313

Intimidade 6, 56, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 191, 309

J

Jornalismo 4, 23, 24, 25, 26, 29, 30, 31, 33, 34, 46, 47, 48, 55, 56, 57, 58, 94, 108, 112, 120, 122, 134, 143, 144, 145, 151, 183, 186, 190, 191, 192, 193, 195, 196, 197, 200, 201, 202, 203, 206, 209, 210, 212, 217, 283, 284, 285, 293

Jornalismo multimídia 193, 196, 210

Jornal o povo 143

L

Lean manufacturing 135
Liberdade de informação 184, 185, 187, 188, 189
Liberdade de informação 183
Liberdade de Informação 191
Linguagem Natural 227, 292, 293
Literacia de mídia 5, 89, 90, 91
Literacia em saúde 5, 89, 90, 91, 92

M

Memória 4, 5, 6, 9, 108, 173, 174, 175, 182, 282, 298
Mídia ninja 23, 25, 29, 30, 31, 32, 33
Modelo de negócio 106, 108, 109, 113, 114, 119, 120
Modelo de negócio 5, 106, 116, 120, 121
Mulher 5, 29, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 162, 217, 252, 253, 254, 257, 259, 264, 266, 267, 268, 269, 320, 321, 322
Multiculturalismo 75, 76, 78, 80, 82, 84, 85, 86, 87
Música 7, 8, 37, 49, 50, 52, 56, 180, 194, 200, 212, 231, 250, 270, 289, 291, 295, 296, 298, 299, 300, 301, 302, 303, 304, 305

N

Narrativa jornalística 193
Narrativas transmídia 306, 309, 314
Notícias 5, 7, 23, 26, 30, 33, 34, 106, 108, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 121, 122, 123, 124, 125, 127, 128, 133, 146, 163, 164, 168, 170, 171, 174, 188, 199, 211, 217, 243, 254, 283, 284, 285, 288, 289, 291, 293

O

O Estado de S. Paulo 121, 122, 123, 128, 246
Organizações 3, 4, 11, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 24, 46, 47, 51, 107, 108, 110, 111, 112, 113, 114, 119, 164, 241
Out of home 216, 220

P

Panificadora 135, 139
Participação 3, 5, 1, 46, 106, 119, 122, 123, 124, 125, 127, 128, 132, 133, 217, 240, 246, 303, 307

Pauta 29, 56, 143, 158, 165, 254, 322

Publicidade 7, 8, 2, 24, 25, 27, 46, 48, 54, 56, 112, 115, 118, 119, 155, 173, 185, 216, 219, 223, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250, 252, 306, 307, 308, 311, 312, 313, 315, 316, 317, 318, 320, 321, 322, 323, 324, 326, 327

Q

Quiz 283, 284, 286, 287, 288, 289, 290, 291, 292, 293

R

Rádio regional 173, 182

Realidade aumentada 7, 295, 296, 297, 298, 299, 302, 303, 312

Realidade virtual 7, 295, 296, 297, 298, 301, 302, 303, 304, 305

Redes digitais 110, 296, 301

Religião 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 84, 85, 156, 174, 180

Restaurantes 6, 1, 4, 5, 111, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 234, 235

Revista somtrês 7, 270

Riqueza intangível 106, 108, 110, 111, 112, 115, 117, 119

S

Six sigma 135, 142

Storytelling 7, 202, 214, 306, 307, 308, 309, 310, 312, 313, 314

Subjetividades 252, 253, 258, 265, 266, 268, 300

T

Tecnologias digitais musicais 270, 301

Teorias do jornalismo 23, 31, 34

V

Vale do rio de lama 6, 195, 199, 202, 205, 207, 211, 214

Violência 5, 27, 30, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 156, 157, 160, 162, 164, 165, 320, 321

W

Webdocumentário 193, 195, 196, 197, 199, 202, 205, 206, 209, 211, 212, 214.

A PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO NAS CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

-  www.atenaeditora.com.br
-  contato@atenaeditora.com.br
-  [@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)
-  www.facebook.com/atenaeditora.com.br

A PRODUÇÃO DO
CONHECIMENTO
.....
NAS CIÊNCIAS DA
COMUNICAÇÃO
.....

-  www.atenaeditora.com.br
-  contato@atenaeditora.com.br
-  [@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)
-  www.facebook.com/atenaeditora.com.br