

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](http://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>

<b>CAPÍTULO 8</b> .....	<b>89</b>
LITERACIA EM SAÚDE E LITERACIA DE MÍDIA: UM OLHAR SOBRE OS CONCEITOS E AS PRÁTICAS	
Adinan Nogueira	
Letícia Magalhães Pereira	
Maria Izabel Ferezin Sares	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.4102120128">https://doi.org/10.22533/at.ed.4102120128</a>	
<b>CAPÍTULO 9</b> .....	<b>95</b>
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	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.4102120129">https://doi.org/10.22533/at.ed.4102120129</a>	
<b>CAPÍTULO 10</b> .....	<b>106</b>
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	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201210">https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201210</a>	
<b>CAPÍTULO 11</b> .....	<b>122</b>
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	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201211">https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201211</a>	
<b>CAPÍTULO 12</b> .....	<b>135</b>
IMPLEMENTAÇÃO DE SEIS SIGMA EM UMA PADARIA NO MÉXICO	
Brenda Carolina Pérez Millán	
Erasto Vergara Hernández	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201212">https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201212</a>	
<b>CAPÍTULO 13</b> .....	<b>143</b>
A VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER NO JORNAL CEARENSE O POVO	
Francielle Souza Nonato	
Isabella Vieira Santos	
Pedro Gabriel Barreto Ramos	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201213">https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201213</a>	
<b>CAPÍTULO 14</b> .....	<b>155</b>
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>

<b>CAPÍTULO 22</b> .....	<b>239</b>
UMA HISTÓRIA CULTURAL DA PUBLICIDADE: PRIMEIROS MOVIMENTOS DO CAMPO NO BRASIL	
Bruna Aucar	
Everardo Rocha	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201222">https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201222</a>	
<b>CAPÍTULO 23</b> .....	<b>252</b>
GRAVIDEZ FITNESS E DISCURSOS CONTEMPORÂNEOS SOBRE A BOA FORMA	
Fabiola Calazans	
Angélica Fonsêca de Freitas	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201223">https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201223</a>	
<b>CAPÍTULO 24</b> .....	<b>270</b>
PRÉ-HISTÓRIA DO CD E DA DIGITALIZAÇÃO E DESMATERIALIZAÇÃO DO ÁUDIO NAS PÁGINAS DA REVISTA SOMTRÊS	
Luis Fernando Rabello Borges	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201224">https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201224</a>	
<b>CAPÍTULO 25</b> .....	<b>283</b>
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	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201225">https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201225</a>	
<b>CAPÍTULO 26</b> .....	<b>295</b>
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	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201226">https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201226</a>	
<b>CAPÍTULO 27</b> .....	<b>306</b>
STORYTELLING HIPERCONECTADO: INTERNET DAS COISAS E NARRATIVA TRANSMÍDIA	
Adinan Nogueira	
Letícia Magalhães Pereira	
Maria Izabel Ferezin Sares	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201227">https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201227</a>	

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

## DOCUGAME: A GAMIFICAÇÃO DO WEBDOC VALE DO RIO DE LAMA

Data de aceite: 01/11/2021

### Sílvio Henrique Vieira Barbosa

Diretor da Rádio Universitária 96,7 FM.  
Professor do curso de Jornalismo da  
Universidade Federal do Piauí - UFPI

### João Carlos Massarolo

Cineasta, professor associado da Universidade  
Federal de São Carlos. Doutor em Cinema pela  
USP

**RESUMO:** O estudo do processo de produção do formato webdocumentário permite a interação eficaz da produção jornalística audiovisual com os múltiplos recursos oferecidos pela web, como fotos, áudios, hiperlinks, gráficos, mapas, animações e games, num processo continuamente atualizável, muito ao contrário do documentário em seu formato tradicional. Busca-se, aqui, estudar a aplicação da gamificação de um fato jornalístico com base no webdoc Vale do rio de lama, sobre a tragédia do vazamento da mineradora Samarco no rio Doce, e produzido como parte dessa pesquisa que busca comprovar que a linguagem lúdica do game, permeada por informações jornalísticas, poderá se tornar fator de maior atração do público jovem, pouco afeito ao discurso jornalístico das mídias tradicionais.

**PALAVRAS-CHAVE:** Gamificação; docugame; *newsgame*; transmidia; *webdoc*

**ABSTRACT:** The study of the production process of the webdocumentary format allows the effective interaction of audiovisual journalistic production

with the multiple resources offered by the web, such as photos, audios, hyperlinks, graphics, maps, animations and games, in a continuously updatable process, very unlike documentary in its traditional format. The aim here is to study the application of the gamification of a journalistic fact based on the webdoc Vale do rio de lama, on the tragedy of the Samarco mining spill in the Doce river, and produced as part of this research that seeks to prove that playful language of the game, permeated by journalistic information, could become a factor of greater attraction for the young public, little accustomed to the journalistic discourse of traditional media.

**KEYWORDS:** Gamification, docugame, *newsgame*, transmedia, *webdoc*

Essa pesquisa relaciona-se ao próprio modo como o jornalista e o documentário jornalístico interagem com os elementos da web em um momento que pode ser definido não mais como de convergência das mídias, mas, dado o avanço - impensável anos atrás - dessa interação midiática, poderíamos falar de tempos de pós-convergência.

Sabe-se que a internet é um espaço que não só possibilita incluir todos os formatos jornalísticos, como também incita a propalada convergência das mídias, ou seja, permite que o internauta leia, veja, ouça todas as formas jornalísticas na mesma página. A multimídia é elemento fundante da era

do webjornalismo. Jamais poderíamos imaginar que, em um único espaço, teríamos a possibilidade de ler, assistir e ouvir o que se passa no mundo de forma tão convergente. Muito além do jornalismo, trata-se da possibilidade de produzir vídeos, slideshows e microdocumentários muitas vezes com esmero estético apurado, o que inclui roteiro, trilha musical etc. E já que tudo (áudio, vídeo, imagens em movimento, gráficos animados etc.) é circundante e vem convergindo na mesma linha do tempo da web, podemos chamar o que presenciamos de pós-convergência. (PRADO, 2013).

Segundo Souza e Basso (2013), *“o webdocumentário é uma obra narrativa que interliga vídeo, textos, áudios, fotografias e ilustrações num só produto, visto pela internet”*. Agregam-se a essas características, a inovação trazida pela apropriação das ferramentas oferecidas especialmente, mas não todas exclusivamente, pela web, como hipertextualidade, multimídia, interatividade e a transmidialidade.

Como ponto de partida para o estudo do desenvolvimento da linguagem do webdocumentário, optou-se pela criação de um documentário tecnicamente comum, em formato de curta-metragem, com ênfase na factualidade jornalística, com a cobertura da tragédia que se abateu sobre dois estados, Minas e Espírito Santo, com o rompimento de barragens de rejeitos minerais da mineradora Samarco, do grupo Vale do Rio Doce e BHP (australiano).

Conforme Nichols (2005, p.20), *“a tradição do documentário está profundamente enraizada na capacidade de ele nos transmitir uma impressão de autenticidade”*.

No cinema documental, “[...] fatos e ações são verdadeiros porque existentes e não imaginados, mas também são submetidos a arranjos e jogos de verossimilhanças que, ao menos, comovem no seu afã de autenticidade e evidência” (AMADO, 2005, p. 226).

Em parceria com dois colegas jornalistas, Erivam de Oliveira e Bruna Souza, Silvio Henrique Vieira Barbosa, co-autor desse artigo, viajou, em abril de 2016, para cobrir os seis meses da tragédia no rio Doce, a partir da devastação de Bento Rodrigues, distrito que pertence ao município de Mariana, em Minas Gerais.

## **A TRAGÉDIA**

A Companhia Mineradora Samarco, que produz e exporta minério de ferro, entre outros minerais, e de propriedade da Vale do Rio Doce e da australiana BHP Billiton, é responsável pelas duas represas de rejeitos que se romperam no dia 05 de novembro de 2015, liberando toneladas de lama contaminada e destruindo a comunidade de Bento Rodrigues, distrito do município de Mariana (MG).

Dezenove funcionários e moradores e milhares de animais, de criação e silvestres, morreram soterrados sob 5 metros de lama. Dezenas de famílias ficaram desabrigadas em pelo menos 3 municípios mineiros.

Além da destruição imediata, a lama contaminou o rio do Carmo, que corta municípios mineiros até desembocar no rio Doce, que percorre o sudeste mineiro e vai desembocar

no mar, no município de Linhares, no Espírito Santo. Com a contaminação, que devastou a vida fluvial, 15 cidades dos dois estados tiveram que interromper a captação de água, prejudicando meio milhão de moradores.

## COBERTURA JORNALÍSTICA

Para registrar a tragédia, nossa equipe, formada por três jornalistas (incluindo um dos autores desse paper, Sílvio Henrique V. Barbosa), viajou 3 mil quilômetros de estrada, em 6 dias, visitando 11 cidades e distritos, em 4 estados... Nossa missão? Percorrer o rastro de destruição deixada pelo vazamento de lama da Samarco, 6 meses após o desastre.



Foto de Erivam de Oliveira mostrando Sílvio Henrique V. Barbosa no rio de lama (Mariana, MG).

A viagem, que incluiu fotos e reportagens audiovisuais, registrou como moradores ribeirinhos foram atendidos após a perda de suas propriedades e criações, como pescadores enfrentam a perda de seu trabalho, como os comerciantes que dependem do turismo no litoral capixaba enfrentam os prejuízos, enfim, uma cobertura documental do lado humano da tragédia, a visão de quem sofre com a morte do rio Doce.

O resultado desse trabalho é uma produção multimídia, composta por um site, <https://valedoriodelamablog.wordpress.com>, exposição fotográfica itinerante, videorreportagem (crônica/making of) e a produção do documentário “Vale do rio de lama - no rastro da destruição”, com cerca de 22 minutos, exibido no site, em eventos universitários e, também, exibido pela Rede Vida de Televisão (22/05/2016).

A mineração é uma atividade altamente agressiva e de risco para o meio ambiente.



A Vale do Rio Doce tem minerado e deixado depósitos de rejeitos ao longo dos últimos 70 anos em Minas Gerais.

Ao redor do mundo, a atividade tem adotado procedimentos para prevenir e mitigar possíveis desastres. No caso dessa tragédia, o que pode ser verificado é que a Samarco/Vale foi negligente na prevenção e não se mostrou capaz de executar um plano em caso de desastre. Prevenção e mitigação de danos é o mínimo que se pode exigir de companhias que lidar com atividades de alto risco.

Entre outras questões óbvias de segurança, nota-se a falta de sirenes de alerta ou plano de emergência para a retirada dos moradores ribeirinhos abaixo das represas de rejeitos. Um relatório, de 2013, de procuradores estaduais alertou para sérios riscos na segurança da série de represas da Samarco. E pediu a criação de um plano de emergência para Bento Rodrigues, distrito soterrado pela lama, com a realização de exercícios práticos para treinar os moradores em caso de evacuação, como condição para a renovação da licença ambiental para a operação das represas na área.

Entretanto, tal plano jamais foi colocado em ação e os moradores de Bento Rodrigues só conseguiram abandonar as casas porque foram avisados pelo celular por parentes e amigos que são funcionários da Samarco.

A própria diretora da escola do distrito foi avisada dessa forma, pelo celular, mandando as 30 crianças correrem para o morro mais próximo, a tempo de salvá-las do tsunami de lama que soterrou a escola.

Da mesma forma como a ação da empresa beirou a negligência criminosa, algo que está sendo investigado pela justiça, os órgãos governamentais também tiveram sua preocupante dose de negligência. Os ministérios de Minas e Energia e do Meio Ambiente não prestaram a devida atenção aos riscos representados pela montanha de lama presa a curta distância de uma zona residencial, a qual não contava com planos de evacuação.

Como maior companhia mineradora do país, a Vale do Rio Doce é também a maior doadora individual às campanhas eleitorais municipais e estaduais, ajudando na eleição de vereadores, prefeitos, deputados estaduais e federais, do governador de Minas e da própria presidência. Isso dá a dimensão real do porque tão poucas e, ao mesmo tempo, tão suaves críticas foram feitas às mineradoras, que são as maiores recolhedoras de impostos em boa parte dos municípios afetados, garantindo ainda o emprego de milhares de pessoas em toda a região.

Diante desse quadro em que essas mineradoras representam emprego, dinheiro no comércio, pagamento de impostos municipais, estaduais e federais e ajuda aos políticos em suas campanhas, não é de se estranhar que as entrevistas que colhemos ao longo de nossa jornada não apresentem críticas ao grupo Samarco/Vale. Pelo contrário, os discursos de moradores ribeirinhos, de sitiantes, de pescadores que não podem mais pescar e de comerciantes que perderam negócios e clientes guardam um tom de respeito pelas ações mitigadoras que vem sendo adotadas pelas mineradoras.

## Do documentário à produção multimídia

Em tempos de convergência midiática, trabalhamos para transformar esse documentário em uma produção hipermediática, inspirando-nos nas reportagens multimídia feitas por grandes jornais ao redor do mundo.

Jenkins (2010) discorre sobre a tendência e a natureza dos recursos multimídia, cada vez mais acessíveis e adotados, sobretudo pela evolução do universo digital.

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando (JENKINS, 2010, p. 29).

## Hipertextualidade

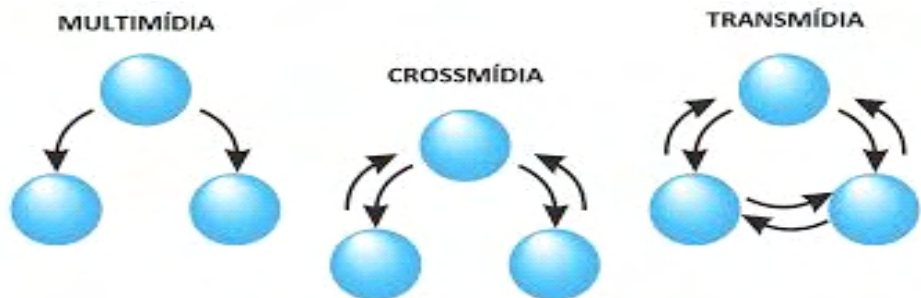
Jorge Luiz Kimieck (2005, p. 05) descreve que “a não-linearidade da construção da narrativa permite que o usuário (receptor) possua a liberdade de escolher quais caminhos seguir a partir dos elementos apresentados na história multimídia”. Os recursos da hipertextualidade potencializam a interação, garantindo uma leitura não-linear da narrativa. “A não-redundância permite que os elementos se complementem, ou seja, cada parte da narrativa deve ser contada, ou melhor, apresentada em uma mídia diferente”. (KIMIECK, 2005, p. 05).

A tela do hipertexto carrega uma característica que o rádio não tem, e que colocou em perigo a credibilidade do jornalismo nessa primeira década de existência da internet comercial: ela preserva a informações em outros momentos, podem ser horas, dias ou, de acordo com o sistema de arquivamento e busca do site, até meses depois de terem ido ao ar. (FERRARI, POLLYANA, 2012, p.15).

Os hiperlinks são analisados também como disseminadores de conteúdo noticioso. Ele sugere ao público receptor a oportunidade de se aprofundar ainda mais na informação em que está buscando.

## Multimedialidade

Uma das características mais importantes do webjornalismo, além do grande motivo da escolha da plataforma webdocumentário, é a possibilidade de produzir informação através de fotos, texto, vídeos, áudios animações e infográficos. Essas representações são chamadas de multimedialidade, que diferem de outras possibilidades de apresentação e de difusão do produto jornalístico, como a crossmídia e a transmídia.



Em Webjornalismo, Magaly Prado explica jornalismo multimídia como o processo em que uma plataforma se une a outras plataformas. Mas com uma importante ressalva:

Se considerar esse aspecto, a televisão também pode ser considerada multimídia, porque, além de ser em vídeo, usa áudio e também textos (em GC), gráficos, mapas, etc. Porém, multimídia é mais que isso, na web usa-se também o hipertexto, ou seja, o texto que leva pra outro texto, que leva a outro e assim por diante, em uma leitura rizomática. (PRADO, 2011).

Crossmídia, do inglês, *crossmedia*, significa “atravessar” a mídia, levando o conteúdo além do meio original. Nesse caso, o conteúdo não sofre alteração, sendo apenas reproduzido nas diferentes mídias, permitindo que o público tenha acesso ao mesmo material, apenas adaptado tecnicamente à janela de exibição.

Para Rennó (2013, p. 215), enquanto a “cross-mídia distribui a mesma mensagem em multiplataforma, a narrativa transmídia oferece mensagens distintas, ainda que relacionadas, em ambiente multiplataforma”.

Já transmídia, do inglês *transmedia*, significa “além da mídia”, ou seja, o conteúdo original criado para aquela mídia, é alterado quando adaptado em outras mídias. Trata-se, portanto, não de mera reprodução, mas de uma complementação ao conteúdo original. Na prática, significa que as diferentes mídias (os meios) irão transmitir diferentes conteúdos (as mensagens) para o público (o receptor), mas de forma que os diferentes meios se complementem. Se o receptor utilizar apenas um dos meios, vai ter apenas a mensagem parcial.

Como explica Scolari (2013, p. 25), “(...) no estamos hablando de una adaptación de un language a outro (por ejemplo del libro al cine), sino de una estratégia que va mucho más allá y desarrolla un mundo narrativo que abarca diferentes médios y lenguajes.”

## Interatividade

A interatividade é a chance de o público interagir e se relacionar com outros usuários e até mesmo com os webjornalistas que se envolvem na notícia. A interatividade que o webjornalismo permite é a grande diferença para os outros meios informativos. Está presente na possibilidade de escolha dos diversos conteúdos (textos, fotografias, vídeos),

na escolha da orientação da história e também na opção de comunicar com os usuários pelas redes sociais. Mas a interatividade será realmente consagrada nessa produção multimídia com a criação de um docugame ou newsgame, trazendo a linguagem lúdica do mundo dos gamers para a temática séria dessa tragédia socioambiental.

Há já uma década que os realizadores perceberam que a apropriação da tecnologia dos games digitais, com personagens, cenários, gráficos e expertise técnica dos vídeos não são apenas meios de entretenimento através do jogo, mas também poderosos instrumentos para a criação de conteúdo audiovisual informativo e com amplo potencial de distribuição na internet.

Esses três pilares - hipertextualidade, multimídia e interatividade – são, portanto, essenciais para o webdocumentário ora produzido.

### **A transmidialidade no webdoc Vale do rio de lama**

Após diversas revoluções tecnológicas, entramos em uma nova era, onde a convergência midiática, ao transformar o antigo em moderno, alia plataformas, linguagens, aplicativos, programas e computadores que promovem a integração da informação em diferentes suportes, rompendo o limite entre espaços concretos e subjetivos da comunicação.

“A convergência está ocorrendo dentro dos mesmos aparelhos, dentro das mesmas franquias, dentro das mesmas empresas, dentro do cérebro do consumidor e dentro dos mesmos grupos de fãs. A convergência envolve uma transformação tanto na forma de produzir quanto na forma de consumir os meios de comunicação.” (JENKINS, 2012, p.44).

O planejamento da bíblia transmídia dentro do contexto da cobertura jornalística envolve buscar quais tipos de transmidialidade são eficazes e permitem complementaridade ao material inicial: o webdoc, é claro. A partir do objeto principal, um curta-metragem audiovisual, podemos mixar, na web, elementos audiovisuais, gráficos e eletrônicos, como os games. A bíblia desenvolvida para o projeto transcorre por diversas plataformas, mas sempre envolvendo o conteúdo principal, qual seja, a cobertura documental da tragédia em Mariana.

É de suma importância mostrar ao público-alvo que ele não está apenas consumindo, mas compartilhando e recontextualizando conteúdos existentes, de forma mais efetiva que nunca, graças à potencialidade da web. O contexto de Spreadble Media (JENKINS, 2003) é fundamental na era transmidiática, em que diferentes ferramentas permitem que mídias, antes estanques, conversem sistematicamente.

A nave mãe é o webdoc Vale do rio de lama – no rastro da destruição. Em tempos de multimídia, que permite real interação com o público, as redes sociais servem para impulsionar esse relacionamento, com a postagem de notícias sobre as investigações da tragédia no Facebook, por exemplo.

O site <https://valedoriodelamablog.wordpress.com> permite a exibição do curta-metragem, bem como do *making of* presente na forma de uma crônica que mescla áudio e fotorreportagem, com a possibilidade de atualização do próprio documentário com uma nova expedição às áreas atingidas.

Tendo a web como nave mãe, o webdocumentário já se tornou produto transmidiático, com a reedição em programa especial da TV aberta, a Rede Vida de Televisão, por ocasião do aniversário de seis meses do rompimento das barragens de rejeitos minerais.

Mas poderíamos chamar de projeto transmídia algo que envolve apenas duas plataformas, no caso web e TV?

Segundo Jenkins, em entrevista publicada na obra de Scolari (2013, pg 34),

(...) Tampoco estoy de acordó con la Producers Guild of America, quienes consideran que un proyecto transmedia debe involucrar al menos tres medios o plataformas. Es una arbitrariedad. Yo creo que si agregamos de manera enriquecedora un filme y una web se puede conseguir una experiencia transmedia completa e representativa.

Exposições das fotografias e exibição do produto audiovisual em congressos e eventos já realizados no primeiro semestre, como a Jornada Internacional Geminis – UFSCAR, o Dia da Liberdade de Imprensa, na ESPM-SP, e o Interfotos, em Itu, compõem essa tentativa transmidiática de aumentar a repercussão em torno do projeto.

Apresentação de pesquisas acadêmicas discutindo diferentes aspectos, técnicos e contedísticos, em congressos de comunicação ao longo de 2016, como Comunicon (ESPM-SP) e Intercom (ECA/USP), complementam a transmidialidade.

Mas o elemento mais inovador nesse processo consiste no desenvolvimento de uma linguagem lúdica, o newsgame, ou, no caso, de um docugame, por se referir à gamificação de um webdocumentário, que faz parte do processo de gamificação, ou seja, de adaptação da linguagem dos games aos mais variados temas, da educação à informação, incluindo-se, portanto, o jornalismo. A gamificação, a meu ver, poder ser considerada como um aspecto reestruturador do *infotainment*, o infotenimento, que representa a junção de duas áreas que, há poucas décadas, eram vistas como incompatíveis, a informação (jornalismo) e o entretenimento.

Para entender a gamificação, precisamos nos libertar da observação meramente ferramental e estética do jogo (pontos, vidas, personagens animados, música feliz etc.) e entender a sua estrutura fundamental (estabelecimento de regras, liberdade de ação, construção de experiência para o jogador etc.). (BERIMBAU, 2014).

Fullerton (2005) analisa a importância dessa adaptação da linguagem lúdica do game, historicamente ligada à ficção e ao entretenimento, às temáticas factuais, históricas, enfim, documentarais.

The modeling of real-world systems and interactions in games is nothing new, of course – simulation is, of course, at the heart of most game systems -- but

the specificity of these particular models is what makes them interesting.

Conforme Berimbau, é preciso descrever (Tabela 1) as dinâmicas, mecânicas e componentes da gamificação, já que são por intermédio dessas mesmas técnicas que *game designers* conseguem oferecer experiências diversas aos jogadores, orientando suas ações, em um processo de constante negociação com a liberdade do jogador.

<b>Tabela 1 – componentes de jogos e suas descrições</b>			
<b>Conquistas</b>	Objetivos de jogo definidos	<b>Ranqueamentos</b>	Apresentação visual do progresso do jogador e de suas conquistas
<b>Avatares</b>	Representações visuais do personagem do jogador	<b>Níveis</b>	Etapas definidas no progresso do jogador
<b>Medalhas</b>	Representações visuais das conquistas	<b>Pontos</b>	Representações numéricas do progresso do jogo
<b>Chefões</b>	Desafios de dificuldade elevada, ao final de um nível	<b>Caçadas</b>	Desafios pré-definidos com objetivos particulares e recompensas
<b>Coleções</b>	Conjunto de itens ou medalhas possíveis de acumular e exibir	<b>Gráficos sociais</b>	Representação da rede social do jogador dentro do território lúdico
<b>Combate</b>	Uma batalha determinada, geralmente curta	<b>Times</b>	Grupos definidos de jogadores que trabalham em conjunto por um objetivo comum
<b>Desbloqueio de conteúdo</b>	Elementos disponíveis apenas quando jogadores atingem certos objetivos	<b>Bens virtuais</b>	Ativos do jogo com valor percebido dentro de seu espaço (ou até mesmo com valor real, em dinheiro)
<b>Presentes</b>		Oportunidades de compartilhar recursos com outros jogadores	

Pretende-se, portanto, com o estudo dessas referências, obter-se a linha técnica da narrativa do game, permitindo-se que o resultado seja acrescentado ao final dessa pesquisa.

Num rápido briefing, a história girará em torno de dois personagens principais, pai e filha (Bento e Mariana), separados pela tragédia do rompimento dos diques da mineradora Samarco.

Bento é um biólogo que trabalha no Projeto Tamar (tartarugas marinhas) na praia de Regência Augusta, município de Linhares, no Espírito Santo, onde o rio Doce desagua. Após o rompimento das barragens, no distrito de Bento Rodrigues, em Mariana, Minas Gerais, ele parte de casa percorrendo todo o trecho ao longo do rio contaminado para

tentar reencontrar a filha, que visitava os avós na devastada Bento Rodrigues. Ao longo da jornada, Pedro passa pelas cidades e áreas rurais atingidas pela onda de lama e interage com os sobreviventes e o ambiente ao redor. Durante a jornada, o jogador receberá, a cada etapa, informações jornalísticas (vídeos, gráficos, hiperlinks para reportagens) sobre os danos causados. E poderá, ainda, ser a própria filha de Bento, Mariana, enfrentando o drama na devastada Bento Rodrigues.

O jogo tem como referência visual o webdocumentário *Prison Valley* (TV Arte, 2004), que se inicia da forma mais tradicional de um documentário, com a narração em off mostrando a chegada na cidade que sedia 30 presídios. Ali, como explica o narrador, quem não está preso, trabalha na prisão. A indústria penitenciária americana, torna-se, a partir do momento da entrada na cidade, um docugame em que o jogador cadastra-se com a conta de uma rede social e, a partir de então, é guiado para as múltiplas opções de conhecer o perfil de alguns criminosos, dados sobre as prisões, ou, simplesmente, continuar assistindo o documentário.

Da mesma forma, no Vale do rio de lama, o jogador começará assistindo ao curta-metragem produzido em 2016. Ao terminar de ver as ruínas de Bento Rodrigues, o jogador conhecerá o drama de Mariana, menina desaparecida, e de seu pai, Bento, biólogo que trabalha na outra ponta do rio, na foz, em Regência Augusta.

A viagem do pai em busca da filha será intercalada por trechos do curta-metragem e de reportagens sobre as localidades atingidas e os danos causados ao meio-ambiente. Como num jogo de Realidade Alternada, ou Alternate reality game (ARG), o jogador buscará informações complementares no site do webdoc e no próprio documentário.

O projeto não prevê, como especificado acima, a construção da plataforma do jogo, uma vez que demandaria um grande investimento financeiro, com o trabalho de webdesigners. Entretanto, roteirizado, permitirá, eventualmente, a inscrição junto a linhas de financiamento.

## REFERÊNCIAS

ARAFIN, Shameel. **The MediaStorm Field Guide to Powerful Multimedia Storytelling**. USA, 2012.

BERIMBAU, M. M. R.. **Gamificação: Uma proposta de desenvolvimento baseada no Game Design com enfoque em comunicação**. VIII Simpósio Nacional da ABCiber: Comunicação e cultura na era de tecnologias midiáticas onipresentes e oniscientes. São Paulo: ESPM-SP, 2014.

BROWN, Tim. **Design Thinking: uma metodologia ponderosa para decretar o fim das velhas ideias**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

CANAVILHAS, João (org.) **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2014.

- FULLERTON, Tracy. **Documentary Games: Putting the Player in the Path of History**. 2005. In [http://tracyfullerton.com/assets/DocumentaryGames\\_fullerton.pdf](http://tracyfullerton.com/assets/DocumentaryGames_fullerton.pdf).
- GIFREU, Arnau. **El documental multimedia interactivo como discurso de la no ficción interactiva. Por una propuesta de definición y categorización del nuevo género emergente**. Hipertext.net, 9, 2011.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2008.
- \_\_\_\_\_. **Spreadable Media**. Nova York. Ed. New York University Press, 2003.
- LIETAERT, Matthieu. **Webdocs. A Survival Guide for Online Filmmakers**. USA, 2012.
- LORENZ, Mirko. **Personalização: Análise aos 6 graus**. In: CANAVILHAS, João (org.) **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2014.
- MACIEL, Suely; REBECHI JR, Arlindo; GONZALES, Luciene. **A linguagem nas mídias digitais na era da convergência**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2014.
- MANOVICH, Lev. **The Language of New Media**. The MIT Press: Cambridge, Massachusetts; London, 2001.
- MASSAROLO, João Carlos; MESQUITA, Dario. **Reflexões teóricas e metodológicas sobre as narrativas transmídia. XXIII Encontro Anual da Compós**. Universidade Federal do Pará, 27 a 30 de maio de 2014.
- MASTROCOLA, Vicente Martin. **Game Design**. São Paulo: Cengage Learning, 2015.
- MURRAY, Janet. **Hamlet no Holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço**. São Paulo: Itaú Cultural/Unesp, 2003.
- NESTERIUK, Sergio. **Games e Educação: possibilidades e desafios**. Revista Páginas Abertas, 30 e 31.
- NICHOLS, Bill. **Introdução ao documentário**. Campinas: Papyrus, 2012.
- SCOLARI, Carlos. **Narrativa Transmedia: cuando todos los medios cuentan**. Barcelona: Deusto, 2013.
- WERBACH, HUNTER. **For the Win: How Game Thinking Can Revolutionize Your Business**. Filadélfia: Wharton Digital Press, 2012.



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

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

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