

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 Internazionale 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

CAPÍTULO 16

ZYL – 3 RÁDIO CLUBE DE GARÇA

Data de aceite: 01/11/2021

Luciana Antunes

Doutoranda em Comunicação na Universidade Paulista – UNIP com bolsa CAPES, Mestra em Comunicação pela Universidade Paulista – UNIP (2019) com bolsa CAPES, Especialista em Língua Inglesa pelo Centro Universitário Ibero Americana – UNIBERO (2002) e Bacharel em Propaganda e Marketing pela Universidade Paulista – UNIP (1997)

Andréa Pereira

Mestra em comunicação na Universidade Paulista – UNIP, Especialista em Marketing Educacional pela Universidade Católica de Brasília – UCB (2012), Especialista em Marketing pela Universidade Presbiteriana Mackenzie – (2008) e Bacharel em Publicidade e Propaganda pela Universidade São Judas Tadeu – USJT (2002)

Trabalho apresentado no GT 01 História do Rádio durante o IV Simpósio Nacional do Rádio, realizados de 05 a 07 de maio de 2021, na Faculdade de Comunicação e Artes da UFMT.

O presente trabalho foi realizado com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

RESUMO: Este trabalho compartilha a memória do rádio regional paulista, por meio da história da fundação e início das operações da Rádio Clube de Garça, uma emissora pioneira na radiodifusão do Estado de São Paulo. Pretendemos aqui,

salientar a importância dessa emissora e sua influência na sociedade local. Objetivamos também salientar que o rádio foi e é um dos principais transmissores e mediadores de cultura. Por meio de entrevistas com um locutor da emissora e materiais inéditos fornecidos por ele, conseguimos reunir dados para a reconstrução de sua história ainda não contada. Como metodologia, história oral e bibliografias a cerca do tema foram utilizadas.

PALAVRAS-CHAVE: História do rádio; Rádio regional; Mídia; Cultura; Sociedade.

ABSTRACT: This work shares the memory of the regional radio of São Paulo through the history of the foundation and beginning of operations of Rádio Clube de Garça, a pioneer radio broadcaster in the State of São Paulo. Here, we intend to highlight the importance of this radio station and its influence on the local society. We also aim to emphasize that the radio was and is one of the main mediators of culture. Through interviews with a speaker and unpublished materials provided by him, we were able to gather data for the reconstruction of its story. As a methodology, oral history and bibliographies about the theme were used.

KEYWORDS: History of the radio; Regional radio; Media; Culture; Society.

INTRODUÇÃO

Antes de evoluir o texto, gostaríamos de ressaltar que este artigo é fruto de uma pesquisa desenvolvida no curso de pós-graduação em Comunicação Social da Universidade Paulista

que resultou na dissertação de mestrado intitulada “A Paulicéia Radiofônica Não Contada”. O trabalho tratou da diacronia radiofônica no estado de São Paulo, por meio do mapeamento e a análise das emissoras de rádio que foram fundadas nas décadas de 1920, 1930, 1940 e 1950, na capital, interior e litoral do estado, com o intuito de contribuir e ampliar os estudos já existentes em uma pesquisa sobre as Rádios Pioneiras Brasil-Espanha, que tem como pesquisadores responsáveis na Fapesp no Brasil o Prof. Dr. Antonio Adami, da Universidade Paulista, e na Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid-Espanha, o Prof. Dr. Manuel Ángel Fernández Sande. Objetivamos compreender a importância e evolução deste meio e para isso partimos da hipótese que a memória do meio radiofônico não tem sido documentada conforme sua importância, além disso, buscamos preencher lacunas no que diz respeito ao registro da história das rádios ainda não documentadas.

O resgate e a preservação da história e memória do rádio em nosso país assumem grande importância a medida em que muito da história das emissoras está diretamente ligada ao desenvolvimento das comunidades devido ao seu poder de penetração e influência, além de disseminar as mais diversificadas manifestações culturais. Registrar sua história é poder eternizar a memória da comunidade regional. Tudo que é transmitido pelo do rádio, pode influenciar o repertório cultural do povo de uma região. Assim sendo, a programação das emissoras de rádio pode refletir as peculiaridades culturais da região onde está inserida.

Nessa perspectiva, a Rádio Clube de Garça, uma das pioneiras na região do interior de São Paulo, adquire relevância ímpar em tais discussões por possuir grande inserção na vida da sociedade local, participando ativamente dos acontecimentos que acontecem ali. A emissora está presente no cotidiano da cidade, transmitindo entretenimento, política, esporte, notícias, religião, etc.

No entanto, para a reconstrução da história das emissoras de nossa pesquisa, existiram empecilhos de ordem documental. Nos deparamos com a dificuldade de encontrar documentos que relatem a história das rádios mais antigas, pois muitas não tiveram a preocupação de guardar registros de sua história. Como diz Calabre (2003, p. 01), “as emissoras de rádio não costumavam preservar a documentação”; também, como aponta Adami (2014, p. 44), “as rádios quando passam por mudanças de direção e gestão, no geral, como que intencionalmente, vivem um processo de esquecimento de sua história e desaparecem seus artistas, músicos, arquivos”.

Diante das lacunas na documentação, fez-se necessário a utilização de fonte oral, cujos relatos nos forneceram informações significativas, contribuindo para a reconstrução da história e memória da Rádio Clube de Garça. Segundo Gomes e Rodrigues (2016, p. 9): “A tradição oral constitui-se numa forma de preservação da história através da fala, considerada a maneira mais presente de transmitir conhecimento antes da escrita [...]”.

Assim, como metodologia para a construção deste texto, nos utilizamos da história

oral e de bibliografias que tratam do campo da memória e história radiofônica. As fontes bibliográficas compõem livros, artigos científicos, teses e dissertações que abordam o tema, além de entrevista e levantamento de materiais, com um locutor da emissora.

Para o progresso deste trabalho, pudemos contar com relatos de Ronaldo Sossolete, mais conhecido como Sosso, é hoje locutor da emissora e foi quem contribuiu com as informações contidas nesta pesquisa.

Os resultados do artigo foram dispostos nos moldes do livro *O Rádio com Sotaque Paulista* (2014), do Professor Doutor Antonio Adami, tendo em vista que nosso objetivo é o de ampliar as pesquisas já existentes no livro. Segundo Adami (2014):

Algumas rádios fora da capital mantêm sua história, principalmente aquelas que fazem parcerias e não apenas são vendidas e assumidas por outra empresa, mas na maioria delas a história desaparece e somente encontramos vestígios com acesso às famílias fundadoras, onde um ou outro membro, por diletantismo, por vínculo familiar e, as vezes, observando a importância da preservação da memória da cidade, guarda informações e possibilita o acesso. Esta é uma questão séria, pois justamente com as rádios desaparece parte da história brasileira. (ADAMI, 2014, p. 42).

Podemos, então, perceber a relevância de nossa pesquisa, a fim de que possamos registrar o que ainda não está documentado, para eternizar não apenas a história do rádio, como a de nosso País.

ZYL – 3 RÁDIO CLUBE DE GARÇA

Fundada em 21 de junho de 1947, por iniciativa de Manoel Ferreira Moisés, Luiz Aranha e Flávio Carneiro de Mendonça. Sua primeira sede ficava localizada na rua Heitor Penteado, 173 e transmitia na frequência de 1.600 KHz.



Figura 01 – Primeira sede da Rádio Clube de Garça.

Fonte: Imagem do acervo da emissora. Material gentilmente enviado à autora em novembro de 2018.

De acordo com dados fornecidos por Sosso (2018), como é conhecido, a cerimônia de inauguração da ZYL-3 Rádio Clube de Garça teve início às 20 horas do dia 21 de junho, um sábado, e contou com a presença da elite garcense. No dia seguinte, a emissora ofereceu ao público um show no antigo Cine Garça, com o famoso locutor Blota Junior¹ e com apresentações de Serrinha, Rielinho e Caboclinho, dentre outros. Além do show oferecido pela emissora para a festa de inauguração, aconteceram partidas de futebol, voleibol e basquete entre personalidades do rádio paulistano e garcense. Na cerimônia, o padre Antônio Magliano deu sua benção à emissora. “Aproveitando a época de ouro do rádio, a emissora garcense logo consolidou sua audiência na região. Muitos contribuíram para seu desenvolvimento” (2017)².

1 José Blota Jr., conhecido como Blota Jr., (Ribeirão Bonito, 3 de março de 1920 – São Paulo, 22 de dezembro de 1999) foi um polímata brasileiro, tendo atuado como advogado, locutor, apresentador, político, empresário, jornalista, roteirista e produtor de rádio e televisão.

2 **Rádio Centro Oeste AM completa 70 anos de história.** Matéria publicada no jornal *Comarca de Garça* de 21 jun. 2017. Fornecida à autora por Ronaldo Sossolete, locutor da Rádio Centro Oeste.



Figura 02 – Trio Serrinha, Rielinho e Caboclinho³.

Em 8 de julho do mesmo ano (1947) aconteceu o início da programação oficial da emissora, com destaque para atrações de programas de auditório e programas da rádio como: A Hora do Guri, Luar do Sertão, Caravana dos Ritmos, Angu de Carçoço, As Desventuras de Dona Dindinha, Grande Teatro L-3, Antigamente e Era Assim, Viagens ao Redor do Mundo, Joias Musicais, Brincadeiras de Auditórios, Rapsódia do Riso e Rádio Baile. Segundo o Jornal Comarca de Garça (2017)⁴: “Era o rádio presente nas noites das famílias garcenses, seja assistindo aos programas ao vivo no auditório, ou no aconchego de seus lares”.

³ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=iSIIBDWV4>>. Acesso em: 7 nov. 2018

⁴ **Rádio Centro Oeste AM completa 70 anos de história.** Matéria publicada no jornal *Comarca de Garça* de 21 jun. 2017. Fornecida à autora por Ronaldo Sossolete, locutor da Rádio Centro Oeste.



Figura 03 – Programa de auditório “A Hora do Guri”.

Fonte: imagem do acervo da emissora. Material gentilmente enviado à autora em novembro de 2018.

Segundo Sosso (2018), Nilson Bastos Bento foi um dos primeiros e um dos mais importantes locutores da Rádio Clube de Garça. Nilson iniciou sua carreira aos 12 anos no serviço de alto-falantes “A Voz de Garça”, e aos 15 anos foi trabalhar como locutor na Rádio Clube de Garça. Nilson atuou como locutor, apresentador de radiojornal e repórter até assumir a gerência da rádio em 1968; e dois anos após assumir a gerência, tornou-se sócio da emissora. “Nilson sente orgulho pelo que fez dentro de uma emissora pequena, em uma cidade pequena, até revelar grandes e importantes nomes para o rádio” (2017)⁵.

A carreira do Nilson começou bem cedo: com apenas 12 anos ele já era locutor no serviço de alto-falantes A Voz de Garça, na antiga estação rodoviária. Aos 15 anos foi convidado por Antônio Constantino Neto e Badú Barros para trabalhar na Rádio Clube de Garça. Com 16 anos, em 1963, foi levado por Moacir Teixeira Pitta e Wilson Mattos para a Rádio Clube de Marília, na época uma emissora referência no rádio interiorano. Só que dois anos depois retornava à Rádio Clube de Garça. (2017)⁶.

5 **Rádio Centro Oeste AM completa 70 anos de história.** Matéria publicada no Jornal Comarca de Garça de 21 jun. 2017. Fornecida à autora por Ronaldo Sossolete, locutor da Rádio Centro Oeste.

6 **Rádio Centro Oeste AM completa 70 anos de história.** Matéria publicada no Jornal Comarca de Garça de 21 jun. 2017. Fornecida à autora por Ronaldo Sossolete, locutor da Rádio Centro Oeste.

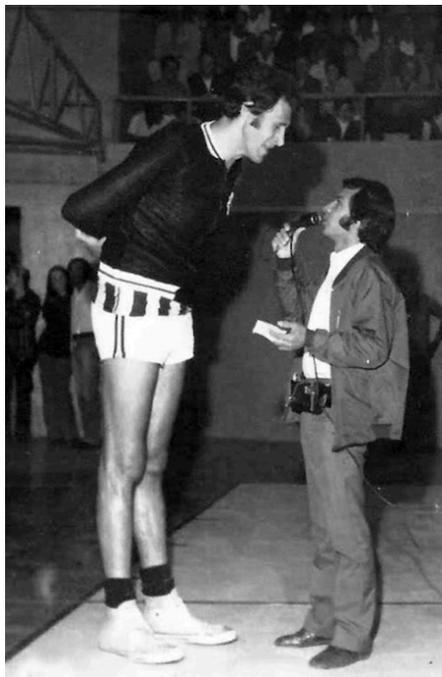


Figura 04 – Nilson Bastos Bento entrevistando Emil Rached⁷ na inauguração do Ginásio de Esportes Wilson Martini.

Fonte: Imagem do acervo da emissora. Material gentilmente enviado à autora em novembro de 2018.



Figura 05 – Concurso de Violeiros da Rádio Clube de Garça.

Fonte: Imagem do acervo da emissora. Material gentilmente enviado à autora em novembro de 2018.

⁷ Emil Assad Rached, também conhecido como O Gigante (Vera Cruz, 20 de junho de 1943 – Campinas, 15 de outubro de 2009) foi um dos mais altos jogadores do basquete brasileiro, com 2,20 metros.

No final dos anos 1970 e início dos anos 1980, a rádio adquiriu novos equipamentos, aumentando sua potência de 250 para 1.000 watts, além de passar por uma reformulação em que modernos estúdios foram instalados em um prédio localizado à rua Prefeito Salviano Pereira Andrade, 20, onde permanece até os dias de hoje. Com o objetivo de ampliar seu alcance e melhorar a qualidade do som, a rádio hoje opera em 670 khz, passando a ser ouvida em toda a região Centro-Oeste do estado de São Paulo. Atualmente a emissora se chama Rádio Centro Oeste e é dirigida por Patrícia Marangão. Seu pai, Antônio Marangão, assumiu a direção da emissora em 1989, dando início à história da família Marangão na radiodifusão. Depois, Andréia Marangão, filha de Antônio, assumiu o comando da rádio e por fim, sua irmã Patrícia Marangão assumiu a direção em 1991 e é responsável pela emissora até hoje. “A empresária confessa que não pensava nem ouvia rádio antes de assumir a Centro Oeste, mas depois que começou, se apaixonou e acompanha rádio por todos locais onde quer que vá” (2017)⁸.

Nessas sete décadas, a rádio assumiu seu papel principal de informar, divertir e emocionar os ouvintes, e também cumpriu papel preponderante no desenvolvimento do município e formação de inúmeros profissionais que hoje se destacam nos grandes meios de comunicação do país (2017)⁹.

Assim, conforme a citação, a Rádio Difusora de Garça tem um papel importante na sociedade local.

O Rádio como Mediador de Cultura

A cultura compartilhada pelos habitantes de uma determinada localidade, pode sofrer significativa influência dos processos hegemônicos dos meios de comunicação. A vida dessas pessoas tem sido alterada ao longo do tempo, pelas mudanças culturais provenientes de outras culturas que passam pela ação dos meios de comunicação de massa.

Desde a sua chegada ao Brasil, em 1922, o meio radiofônico e a cultura caminham lado a lado, especialmente em se tratando da construção da identidade nacional brasileira. O veículo sempre esteve envolvido nas diversas manifestações culturais de nosso país, através de frentes como a informação, a música, a política, a religião e o esporte. De acordo com Melo (1975, p.233), “o Rádio é, dentre os canais de comunicação coletiva, em nosso país, o que oferece mensagens culturais (informativas, educativas ou de lazer) com menor dispêndio econômico para o receptor”.

A possibilidade de poder levar o rádio a qualquer lugar, e a redução que gradativamente aconteceu ao longo do tempo, possibilitaram com que ele se tornasse o

8 **Rádio Centro Oeste AM completa 70 anos de história.** Matéria publicada no Jornal Comarca de Garça de 21 jun. 2017. Fornecida à autora por Ronaldo Sossolete, locutor da Rádio Centro Oeste.

9 **Rádio Centro Oeste AM completa 70 anos de história.** Matéria publicada no Jornal Comarca de Garça de 21 jun. 2017. Fornecida à autora por Ronaldo Sossolete, locutor da Rádio Centro Oeste.

meio mais popular. Até os dias de hoje, o rádio continua tendo papel de destaque no que se refere à rapidez e objetividade, e também podendo ser um poderoso formador de opinião, por proporcionar entretenimento e informação aos ouvintes de maneira íntima e informal. Características que tornam o rádio em um aliado da população e consequentemente um agente no processo cultural.

Os meios massivos de comunicação, especialmente os menos onerosos e de mais fácil acesso, são eficazes nas mudanças de hábitos, costumes e valores de uma população, solidificando o papel de veiculadores e geradores de perspectivas hegemônicas e exercendo influencia direta na cultura de um povo. O grande desenvolvimento tecnológico que gradualmente vem acontecendo, especialmente nos meios de comunicação, pode impactar um maior número de indivíduos, dando início ao que chamamos cultura de massa. Para Brandão e Duarte (1990, pg.11): “ao contrário das culturas erudita e popular, a cultura de massa não está ligada a nenhum grupo social específico, pois é transmitida de maneira industrializada, para um público generalizado, de diferentes camadas sócio-econômicas”. Assim sendo, dá-se a formação de um novo mercado, de consumidores atraídos por produtos da indústria cultural.

Visto que o rádio, até os dias de hoje, é bastante utilizado pelas pessoas, ele provavelmente ainda exerça um papel primordial na construção da cultura de um povo. Dizemos, ainda, pois embora, haja nos dias de hoje, uma grande diversidade de novos meios e de opções, o rádio continua tendo seu espaço, principalmente por ser um meio, que sintetiza o fundamento de experiência comunicativa, devido a sua portabilidade, flexibilidade, agilidade e especialmente seu poder de alcance, além de possibilitar que o ouvinte desempenhe outras tarefas simultaneamente.

Acreditava-se que o processo de interação do rádio exercia um único fluxo: do comunicador ao receptor. Entretanto, o ouvinte receptor, ao receber a informação do comunicador, pode se transformar em um agente de propagação. Desta maneira, este receptor, pode ser um formador de opinião, com base na informação recebida, e assim, disseminando-a, o que significa que ele pode ser um precursor de cultura, como aponta Melo (1975):

O que se deduz é o seguinte: o processo da comunicação coletiva (mecânico, indireto, unilateral) não se basta a si mesmo. Depende, para sua eficácia, do processo da comunicação interpessoal. Pois o fenômeno comunicativo, com os seus efeitos culturais, está condicionado à dinâmica dos grupos dentro da sociedade. Aparentemente, os *mass media* atingem globalmente a sociedade; mas, na prática, o conteúdo das suas mensagens é refletido, digerido, analisado dentro dos grupos, vindo daí a adoção de opiniões e de atitudes (MELO, 1975, p.117).

O meio radiofônico, além de levar informações aos ouvintes, ele também se encarrega do entretenimento, ampliando horizontes, ao oferecer um mundo totalmente diferente aos ouvintes, e influenciando a cultura local ao ser um agente a serviço da

comunidade. Segundo Melo (1975):

Em todo o mecanismo de formação e evolução de uma cultura, a Comunicação desempenha papel fundamental. Como processo social básico que é, a Comunicação representa o próprio motor da configuração do simbolismo que marca o fenômeno cultural (MELO, 1975, p.111).

Assim sendo, o rádio atua como multiplicador ao reproduzir a informação e ao contribuir para a cultura através da propagação de ideias que podem causar uma reflexão por parte do ouvintes, no que diz respeito às suas crenças e valores, além de orientar o comportamento social ao capacitar o ouvinte a tomar decisões conscientes e prepará-lo para o exercício da cidadania.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da pesquisa e confecção deste trabalho, consolidamos a ideia de que a importância de registrar e resgatar a história e a memória do rádio regional está principalmente na preservação de um patrimônio que, não fossem as atitudes de abnegados cidadãos apaixonados pelas rádios, no caso, a Rádio Clube de Garça, parte da história regional desapareceria, pois trata-se de um patrimônio histórico e cultural imaterial. Buscar fontes ligadas à evolução do rádio, para o resgate da história local, regional e brasileira, é um compromisso do pesquisador com a memória e, assim, com a identidade regional. Verificou-se, nesta pesquisa, que o rádio como meio de comunicação teve e continua tendo um papel disseminador na vida das pessoas, contribuindo direta e indiretamente em diversos aspectos sociais. A Rádio Clube de Garça, teve grande importância na história da cidade e de sua população, transmitindo e participando ativamente dos principais eventos e acontecimentos da cidade de Garça.

REFERÊNCIAS

ADAMI, Antonio. **O Rádio com sotaque paulista – Pauliceia radiofônica**. São Paulo: Mérito, 2014.

BRANDÃO, A.C; DUARTE, M. F. **Movimentos Culturais de Juventude**. São Paulo: Ed. Moderna, 1990.

CALABRE, Lia. **A Era do Rádio – Memória e História**. Disponível em: <http://encontro2014.rj.anpuh.org/resources/anais/anpuhnacional/S.22/ANPUH.S22.379.pdf> Acesso em: 23 mar. 2018.

GOMES, Adriano Lopes; RODRIGUES, Edivânia Duarte. **Rádio e Memória: As narrativas orais na reconstrução da história da Rádio Poti**. Natal: UFRN, 2016.

KLÖCKNER, Luciano, PRATA, Nair org. **Mídia Sonora em 4 dimensões**. Porto Alegre: EdPUCRS, 2011. (Volume II).

MELO, José Marques. **Comunicação Social Teoria e Pesquisa**. Petrópolis: Editora Vozes: 1975.

PRADO, Magaly. **História do Rádio no Brasil**. São Paulo: Editora Da Boa Prosa, 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
-  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.arenaeditora.com.br
-  contato@arenaeditora.com.br
-  [@arenaeditora](https://www.instagram.com/arenaeditora)
-  www.facebook.com/arenaeditora.com.br