

Edwaldo Costa
Suélen Keiko Hara Takahama
(Organizadores)

A PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO NAS CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

2



Edwaldo Costa
Suélen Keiko Hara Takahama
(Organizadores)

A PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO NAS CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

2



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

2022 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2022 Os autores

Copyright da edição © 2022 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. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí

Prof. Dr. Alexandre de Freitas Carneiro – Universidade Federal de Rondônia

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 Ana Maria Aguiar Frias – Universidade de Évora

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa



Prof. Dr. Antonio Carlos da Silva – Universidade Católica do Salvador
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
Prof^o Dr^a Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof^o Dr^a 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
Prof^o Dr^a Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Jadilson Marinho da Silva – Secretaria de Educação de Pernambuco
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
Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia
Prof^o Dr^a Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal do Paraná
Prof^o Dr^a Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof^o Dr^a Lucicleia Barreto Queiroz – Universidade Federal do Acre
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Lucio Marques Vieira Souza – Universidade do Estado de Minas Gerais
Prof^o Dr^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof^o Dr^a Marianne Sousa Barbosa – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Prof^o Dr^a 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. Pedro Henrique Máximo Pereira – Universidade Estadual de Goiás
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco
Prof^o Dr^a Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^o Dr^a 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
Prof^o Dr^a Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof^o Dr^a 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 2

Diagramação: Daphynny Pamplona
Correção: Yaidy Paola Martinez
Indexação: Amanda Kelly da Costa Veiga
Revisão: Os autores
Organizadores: Edwaldo Costa
Suélen Keiko Hara

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

P964 A produção do conhecimento nas ciências da comunicação
2 / Organizadores Edwaldo Costa, Suélen Keiko Hara.
- Ponta Grossa - PR: Atena, 2022.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-258-0055-4

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.554221103>

1. Comunicação. I. Costa, Edwaldo (Organizador). II.
Hara, Suélen Keiko (Organizadora). III. Título.

CDD 302.2

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná – Brasil
Telefone: +55 (42) 3323-5493
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br



DECLARAÇÃO DOS AUTORES

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

Este e-book lança um olhar para a Ciências da Comunicação, mais especificamente sobre a produção do conhecimento. O segundo volume da obra “A produção do conhecimento nas ciências da comunicação” explora questões epistemológicas e metodológicas acerca da pesquisa de comunicação com base nas propostas de convergência e de sobreposição de temas e metodologias que se fazem notar de forma crescente na literatura atual, tanto por parte de pesquisadores da comunicação como das ciências sociais e humanas.

A obra é composta por 15 artigos que visam compreender os contornos que as Ciências da Comunicação e seus componentes estabelecem entre si e com outras tessituras sociais. Trata-se, portanto, de uma necessária atitude crítica diante do campo em toda a sua complexidade, para mirar suas reconfigurações, seus atravessamentos e os sentidos que os fatos comunicacionais e outros produzem na contemporaneidade.

Os autores abordam a comunicação estratégica, o jornalismo cultural, a ciência da informação, a reverberação midiática, o conceito de equilíbrio de baixo nível, a propagação de informações, os projetos Green Belt, a gestão de comunicação em tempos da Covid-19, a comunicação pública, o conceito Amazônia pela cultura letrada regional, o estudo do caso “Fabiane - a bruxa do Guarujá”, a história da comunicação, editoria política, telejornalismo e um estudo de caso dos portais de notícias Metrôpoles e R7. Do ponto de vista do campo de pesquisa, os assuntos abordam uma configuração transdisciplinar.

Um dos objetivos deste e-book, volume 2, é continuar propondo análises e discussões a partir de diferentes pontos de vista: científico, comunicacional, social. Como toda obra coletiva, esta também precisa ser lida tendo-se em consideração a diversidade e a riqueza específica de cada contribuição.

Por fim, espera-se que com a composição diversa de autores e autoras, temas, questões, problemas, pontos de vista, perspectivas e olhares, este e-book ofereça uma contribuição plural e significativa.

Edwaldo Costa
Suélen Keiko Hara

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1..... 1

HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO: NARRATIVAS E TEMPORALIDADES

Geraldo Pieroni

Aline Cristina Pires

Augusto Puga

Débora Rosenente

Fábio Ricardo Gioppo

Gisele Filippetto


Júlio Rigoni Filho

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5542211031>

CAPÍTULO 2..... 22

A COMUNICAÇÃO EXTERNA E A COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA NA GESTÃO DA IDENTIDADE ORGANIZACIONAL

Layana do Amaral Rios


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5542211032>

CAPÍTULO 3..... 34

ASPECTOS GERAIS DA TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA EM BIOTECNOLOGIA NO BRASIL: UMA ABORDAGEM DA CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

Francisco Carlos Paletta

Thiago Negrão Chuba

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5542211033>


CAPÍTULO 4..... 57

SER CURTIDO E APROVADO OU DESCURTIDO E APAGADO? UM ESTUDO DE CASO DOS PORTAIS DE NOTÍCIAS ON-LINE METRÓPOLES E R7

Iasmim Santos

Andréa Souza

Daniela Ribeiro


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5542211034>

CAPÍTULO 5..... 72

A ATUAÇÃO DO PORTAL DE NOTÍCIAS 'A CIDADE ON' NO ÂMBITO DO JORNALISMO CULTURAL EM CAMPINAS

Letícia Cristina Sobrinho

Maria Lucia De Paiva Jacobini


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5542211035>

CAPÍTULO 6..... 83

CONSULTÓRIO NO AR: COMO A AUDIÊNCIA SE APROPRIA DOS CONTEÚDOS DOS PROGRAMAS DE SAÚDE NO RÁDIO

Elane Gomes Santos Coutinho


Valdinei Trombini

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5542211036>

CAPÍTULO 7..... 94

FATORES DE COMUNICAÇÃO QUE CONTRIBUÍRAM PARA O SUCESSO DE PROJETOS
GREEN BELT

Juliana Regina Galvão Reis

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5542211037>

CAPÍTULO 8..... 108

GESTÃO DE COMUNICAÇÃO EM TEMPOS DE COVID-19: O CASO DE ESTUDO DE
UMA EMPRESA MOÇAMBICANA

Catarina Winnie Santos Garrido

Felipe Miranda de Souza Almeida


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5542211038>

CAPÍTULO 9..... 129

COMUNICAÇÃO PÚBLICA E DESINFORMAÇÃO EM SAÚDE: ANÁLISE DAS
ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS DO MINISTÉRIO DA SAÚDE NA COBERTURA
DA CAMPANHA NACIONAL DE VACINAÇÃO CONTRA A POLIOMIELITE E CONTRA O
SARAMPO DE 2018

Johnny Ribas da Motta

Nelia Rodrigues Del Bianco

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5542211039>

CAPÍTULO 10..... 158

NOTAS SOBRE A INCORPORAÇÃO DO CONCEITO AMAZÔNIA PELA CULTURA
LETRADA REGIONAL


Luís Francisco Munaro

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.55422110310>

CAPÍTULO 11..... 172

FOGUEIRAS INQUISITÓRIAS NAS REDES SOCIAIS DIGITAIS: ESTUDO DO CASO
“FABIANE, A BRUXA DO GUARUJÁ”

Bárbara Carolina Rodrigues Marques

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.55422110311>

CAPÍTULO 12..... 183


EQUILÍBRIO DE BAIXO NÍVEL: UM PANORAMA BIBLIOMÉTRICO DAS PUBLICAÇÕES
DE MAIOR FATOR DE IMPACTO




Cícero Pereira Leal

Rogério Galvão de Carvalho

José Antônio Rodrigues do Nascimento

Kleydson Jurandir Gonçalves Feio

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.55422110312>

CAPÍTULO 13	197
A EFETIVAÇÃO DO IGNORANCIALISMO POR MEIO DA REVERBERAÇÃO MUDIÁTICA	
Álvaro Nunes Lorangeira	
Tarcis Prado Júnior	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.55422110313	
CAPÍTULO 14	210
POR TRÁS DA EDITORIA POLÍTICA DO JORNAL O ALTO URUGUAI (DE 1995 A 2005)	
O QUE FOI NOTÍCIA NOS 11 ANOS DE MUTISMO POLÍTICO	
Lana D'Ávila Campanella	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.55422110314	
CAPÍTULO 15	238
A HISTÓRIA E OS DESAFIOS DO TELEJORNALISMO EM TEMPOS DE PANDEMIA	
Edwaldo Costa	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.55422110315	
SOBRE OS ORGANIZADORES	252
ÍNDICE REMISSIVO	253

CAPÍTULO 1

HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO: NARRATIVAS E TEMPORALIDADES

Data de aceite: 01/02/2022

Geraldo Pieroni

Doutor pela Université Paris-Sorbonne (Paris IV). Professor de História da Comunicação no PPGCom/UTP (Mestrado e Doutorado)

Aline Cristina Pires

Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná

Augusto Puga

Mestrando do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná

Débora Rosenente

Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná

Fábio Ricardo Gioppo

Doutorando do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná

Gisele Filippetto

Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná

Júlio Rigoni Filho

Mestrando do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná

RESUMO: A História desde que contada, passou continuamente por transformações de foco, atenção e de compreensão. A discussão sobre espaço e tempo são pontos fundamentais para o ensino de História e fazem parte do nosso cotidiano, contribuindo para a compreensão do que se dá no mundo, das tensões, das rupturas e das continuidades. A História da Comunicação torna-se ainda mais respeitável com o processo acelerado do desenvolvimento e do enriquecimento das novas tecnologias da informação e, ao que tudo indica um novo período histórico da civilização humana: a sociedade da informação.

PALAVRAS-CHAVE: História, Comunicação, civilização.

ABSTRACT: History, since being told, has undergone continuous transformations in focus, attention and understanding. The discussion about space and time are fundamental points for the teaching of History and are part of our daily life, contributing to the understanding of what happens in the world, of tensions, ruptures and continuities. The History of Communication becomes even more respectable with the accelerated process of development and enrichment of new information technologies and, it seems, a new historical period of human civilization: the information society.

KEYWORDS: History, Communication, civilization.

HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO: UMA PREMISSE ACERCA DE NARRATIVAS E TEMPORALIDADES

A História desde que contada, passou continuamente por transformações de foco, atenção e de compreensão. A discussão sobre espaço e tempo são pontos fundamentais para o ensino de História e fazem parte do nosso cotidiano, contribuindo para a compreensão do que se dá no mundo, das tensões, das rupturas e das continuidades.

A História da Comunicação torna-se ainda mais respeitável com o processo acelerado do desenvolvimento e do enriquecimento das novas tecnologias da informação e, ao que tudo indica um novo período histórico da civilização humana: a sociedade da informação.

A dimensão espaço-temporal se modifica no espaço virtual, trazendo para o ensino de História um novo tipo de espacialidade e de temporalidade, por meio do conceito de ciberespaço, no qual o espaço é destituído de dimensão (REINATO, 2006). Por sua vez, o tempo sensível em que transitamos nesse ciberespaço, ainda que o faça de forma virtual, é marcado pelo fato de que vou de um espaço ao outro sem sair da frente do meu computador em tempo palpável e sem sair de casa. Há a construção de um mundo espacial paralelo e de uma nova forma de experiência temporal.

Esta experimentação do virtual é uma nova forma de vivência que emerge na cultura contemporânea das comunicações. É, para Pierre Lévy, a manifestação mais acentuada e apenas uma das dimensões de uma alteração antropológica de grande amplitude (LÉVY, 1990). Para, Agamben,

A contemporaneidade, é uma singular relação com o próprio tempo, que adere a este e, ao mesmo tempo, dele toma distâncias; mais precisamente, essa é a relação com o tempo que a este adere através de uma dissociação e um anacronismo. Aqueles que coincidem muito plenamente com a época, que em todos os aspectos a esta aderem perfeitamente, não são contemporâneos porque, exatamente por isso, não conseguem vê-la, não podem manter fixo o olhar sobre ela (AGAMBEN, 2009).

Mediante aos desafios contemporâneos, Marialva Barbosa (BARBOSA, 2013) corrobora que só é possível proferir uma história da comunicação avaliando as épocas e os meios abarcados pelas relações humanas. Vai além de uma história que se incide na cronologia veloz das tecnologias, mas adentra nas complexas práticas culturais humanas.

O “presente perpétuo, esta percepção de que estamos inseridos no universo contemporâneo da formulação de um inédito regime de historicidade localizado no presente.” (HARTOG, 2014). O presente se consome na ação imediata acelerada pela contínua mudança, uma espécie de presentismo infundável (HARTOG, 2014). Todo e qualquer instante “se transforma em tempo de frenesi que dura continuamente” (BARBOSA, 2017). Este continuado tempo nos meios de comunicação “é marcado pelo fluxo contínuo da informação, instaurando um tempo novo governado pela lógica do ininterrupto” (BARBOSA,

2017).

Diante disto, há um vasto campo de possibilidades de estudos, discussões e análises referentes aos novos desafios contemporâneos impostos à História da Comunicação. Novos objetos, novos problemas, novas perspectivas dentre os quais, se inserem os estudos que se seguem. Boa leitura!

A CONVERGÊNCIA DA TV COM AS REDES SOCIAIS EM TEMPOS DE PANDEMIA

O presente texto tem relação com a pesquisa de mestrado de mesmo tema e apresenta as combinações de recursos no âmbito comunicacional que envolvem a convergência entre os meios televisão e redes sociais. As conexões atuais e a efetividade de seus resultados. Novas palavras e termos são utilizados em tempos de pandemia, novas formas e meios, novos insumos, sejam eles tecnológicos ou humanos, estes que estão por trás das novas ferramentas e precisam imediatamente reinventar-se. Trata-se de uma transformação cultural repentina e acelerada por conta do contexto ‘pandemia’, ocorrida a partir do mês de março do ano de 2020.

Ora ouve-se que não há tecnologia positiva sem a presença da figura humana, ora ouve-se que a figura humana é o objeto de grande expressividade e melhores resultados. Isto exposto, este texto objetiva avaliar e entender a relação da comunicação sob o tema ‘A Convergência da TV com as redes sociais em tempos de pandemia’.

“A convergência não ocorre por meio de aparelho, mas dentro do cérebro dos consumidores” (JENKINS, 2009).

Este artigo é de extrema importância para fundamentar o âmbito comunicacional, no que permeia o uso de tecnologias associado à figura humana. Busca a união desses fatores de modo a permitir que se conclua o grau de importância e relevância para a prática da comunicação contemporânea através da convergência entre meios. Existem inúmeros artigos e análises a respeito do tema “convergência”, porém não especificamente com a combinação de análise aqui proposta: tv, redes sociais e o contexto de pandemia.

Qual é a efetiva e concreta relação entre a tecnologia e o ser humano, quando inseridas no contexto comunicacional em tempos de pandemia? Como a televisão converge com as redes sociais em tempos de pandemia? Uma vez que há a necessidade de comunicação imediata, *full time*. Esta questão visa solucionar o entendimento dos fatores necessários e atuais intitulados como tecnologia & humanização, seus resultados, a conectividade e importância de cada um desses insumos. Bem como investigar como se dá o processo de comunicação entre esses agentes quando expostos à convergência dos meios televisão e redes sociais.

Como exemplificação do que ocorre atualmente, avalia-se a nova arquitetura de marcas do Grupo Globo e sua campanha publicitária denominada ‘100 Milhões de Uns’

bem como a motivação para esta mudança e sua origem iniciada via convergência da TV com as redes sociais em tempos de pandemia, além das motivações políticas e sociais contemporâneas envolvidas.

A mudança se dá também no sentido de que, se o produto TV apresenta socialmente algum tipo de resistência ou rejeição por parte de um determinado público, de uma fatia de público, então a ideia é alterar o produto para manter aquele público consumidor. Se um telespectador, por exemplo, faz uso da #globolixo, refere-se ao produto: televisão. Portanto, se a marca diz a ele somos '100 Milhões de Uns' e possuímos inúmeras marcas que compõem a marca guarda-chuva Globo, então ele poderá entender que não deve generalizar e entenderá que assim deve consumir algum outro produto, já que devido a questões políticas e sociais momentâneas não se identifica mais com o produto inicial: televisão. A leitura esperada seria algo como: não consumo a TV Globo, portanto consumo a plataforma de *streaming Globoplay*, por exemplo. Vejamos a alteração realizada na marca Globo:



Imagem 1 – Nova logo da Globo

Fonte: Meio e mensagem, 2021.

Observe o elemento visual que ilustra a letra l, mais espesso, quase de forma lateral, de modo a remeter a um aparelho celular. O que faz alusão e referência à convergência da TV com as redes sociais. Uma conectividade voltada para o *mobile first*, conceito aplicado para o uso de dispositivos móveis.

Vejamos uma notícia sobre o ajuste de marca:

Pela primeira vez, Globo aborda união das marcas em campanha

Com o nome de “Milhões de Globos”, ação destaca a variedade dos conteúdos da empresa e a forma personalizada com que cada espectador pode consumi-lo



Imagem 2 – Manchete da matéria da revista Meio e Mensagem

Fonte: Meio e Mensagem, 2021.

Uma vez que a emissora usa a estratégia de adaptação de logomarca, entende-se que busca algo novo, no sentido de desmembrar-se de um público já existente. Atua estrategicamente na busca por uma segmentação mais detalhada de público. Um público cada vez mais individualizado, daí o uso do *slogan* ‘100 Milhões de Uns’. Quando aplica sua marca de forma mais voltada para a rede social, demonstra que está ‘antenada’ e possui convergência entre o que inicialmente é, no caso TV, com o que pode contemplar também, no caso, as redes sociais.

A notícia publicada pelo jornal *Meio e Mensagem* apresenta a seguinte frase: “Com o nome de “Milhões de Globos”, ação destaca a variedade dos conteúdos da empresa e a forma personalizada com que cada espectador pode consumi-lo. Segundo Nöth (1990, p.480), a “divisão mais fundamental de signos” de Pierce – entre ícone, índice, símbolo – tem sido repetidamente aplicada na publicidade. “Os símbolos aparecem em nomes de marca e em logotipos visuais” (apud SANTAELLA, 2017, p. 106).

Para concluir, trata-se de uma estratégia muito utilizada na propaganda. Quando um produto não é bem aceito entre os consumidores, muda-se a estratégia de comunicação. Obviamente que, na tentativa de manter o público através de nova linguagem, nova roupagem, novo signo. Se a marca não agrada a todos, então passa a ser para ‘100 Milhões de Uns’. O que é claramente ocasionado pela convergência da TV com as redes sociais, em tempos de pandemia.

REDE DE ÓDIO: QUANDO A FICÇÃO DISTÓPICA CONFUNDE-SE COM A REALIDADE E A DESINTEGRAÇÃO DAS LIBERDADES

Resumo do Filme *The Hater*, ‘Rede de Ódio’, título em português, dirigido por Jan Komasa e escrito por Mateusz Pacewicz, lançado em março de 2020, que conta a história do estudante Tomek ou Tomala, expulso por plágio da Universidade de Varsóvia, com visíveis problemas de autoaceitação e ressentimentos críveis, o qual torna-se um disseminador, através de seu trabalho, de *fake news* em redes sociais destruindo reputações e conduzindo ao caos uma eleição para a Prefeitura de Varsóvia, entre dois candidatos polarizados. O fenômeno abordado no filme tem um pano de fundo mundial, com diversos eventos que simbolicamente são erigidos ao longo dos últimos anos, e um de

seus principais foi a eleição de Donald Trump em 2016, bem como a saída da Inglaterra do Brexit, onde manifestaram ações de terrorismo digital e ataques sistemáticos ao sistema democrático, desinformando para destituir e confundir processos democráticos, induzindo comunidades inteiras paralelamente ao medo e a distensão das relações institucionais. O filme aborda o colapso de um jovem, o caos da polarização e dos vieses étnico-sociais tão atuais na Europa. Mas o que deve ser uma discussão necessária é como pessoas comuns aderem ao emaranhado de ideias ou ideologias falseadas e produzidas pelo autoritarismo? De fato, em Hume (1752, p.36) observamos que “o homem é um ser racional, ele busca continuamente a felicidade, que espera para satisfazer alguma paixão ou afeição, ele raramente age, fala ou pensa sem propósito ou intenção”.

Mas o interessante é o fato de que a democracia, é a garantia de liberdade na coletividade e na equidade dos atos políticos, porém, diante dos fatos históricos subjacentes ao passado, temos uma revolta contra o sistema democrático no qual Carvalho (2020, p.3) afirma:

não é surpreendente, portanto, que, em paralelo aos ataques ao espaço cívico, estejamos vendo um declínio das democracias, em quantidade, qualidade e integridade. É importante lembrar que a democracia não é uma ideia nova, remonta da Grécia antiga. Entretanto, sua implementação, como a conhecemos hoje, é mais recente, desde o século XVIII, com a Constituição Americana de 1787 – a primeira constituição democrática do mundo. No período de dois séculos (XIX e XX), a democracia se espalhou de um, para mais de 100 países. Ela também sofreu reveses ao longo do caminho e continua, até hoje, a enfrentar resistência. Entretanto, segue sendo o melhor sistema de governo para gerar crescimento e melhorar o bem público em comparação com as alternativas conhecidas — seja o governo de reis, teocracias, ditaduras ou autoridade tribal. Foi Samuel Huntington quem popularizou a ideia de que a democracia se desenvolveu em diferentes ondas e descreveu as três principais. Francis Fukuyama previu em seu artigo de 1989 intitulado O fim da história a quarta onda democrática e a vitória das democracias liberais e do capitalismo.²⁰ Mas, em 2017, ele reconheceu que o mundo estava indo de uma “recessão democrática” para uma “depressão democrática”. Assim, a questão fundamental no momento é se esse declínio é apenas um desvio da quarta onda ou uma decadência terminal das democracias (CARVALHO, 2020, p.3).

Em uma sociedade que celebra o advento e vitória da tecnologia e da superação veloz dos limites da comunicação, o filme nos atemoriza com prototerroristas que podem estar instalados em quaisquer lócus, basta que sua habilidade técnica seja tão grande quanto seu ressentimento, que entorpecidos por organizações que não se pautam pela ética os arremessam ao terror digital, bastando cinco ou mais contas de rede sociais e um compartilhamento múltiplo para contribuir com a erosão da democracia.



Imagem 3: Fake ers compartilhadas em quatro mídias sociais.

Fonte: Gomes; penna e arroio (2020, p.8).

Na narrativa do filme, temas como tribalismo, nacionalismo e autoritarismo, são entremeados com uma realidade de uma família burguesa e socialista que milita pela liberdade e democracia, em contradição com o comportamento do personagem Tomek, um nítido obcecado e rejeitado pela filha do casal Kruzack (que o considera um pária social enquanto ele não se empodera), atua em uma agência de marketing, a qual promove por ofício, a disseminação de *fake news* e lá o jovem encontra o meio de destilar seu ódio gerando ressentimento, medo e incitando nas redes sociais com motes, desinformações em contas falsas de redes sociais. O medo da falta da democracia abala a sociedade, a qual diante da soberba de algumas instituições e políticos, saqueando seu conforto e anomia, fica evidente que, a sociedade do pós-guerra estava desacostumada ao debate polarizado e baseou se na ilusão da guerra fria sem perscrutar o risco do autoritarismo. Notei que, em alguns momentos do filme, personagens vão às lágrimas diante da violência dos protestos que estão ocorrendo, ou se explica por Chomsky (2013, p.33): “Como a domesticação do rebanho desorientado nunca é perfeita, a batalha é permanente”. Somos vítimas? Ou desatentos? O personagem, a empresa, o ressentimento e a política (muito menos importante para a persona de Tomek) conectam a motivação fundamentada na psicopatia aparente dele, que se serve do cenário de caos político interno e manipula de forma dicotômica todas as esferas sociais em que atua bem como as destrói, aos outros e a si.

Quanto aos cidadãos, com suas fixações e recalques, já teorizados em Freud, temos uma massa de “personagens como Tomek, e suas dicotomias não mais o homem massa ou as facções, mas a ameaça não tem origem, segundo Empoli (2019, p.167): “Na era do narcisismo de massa, a democracia representativa está em risco de ser ver na mesma situação que os gatos pretos”.

Política quântica é um fator sumariamente preponderante na democracia em declínio e na disseminação da pós-verdade, em que robôs escrevem textos inteiros por uma leitura e confecção randômica, criando a notícia mesmo que inexistente. A verdade é uma versão, um factóide, uma produção mnemônica reproduzida dos computadores pessoais às ruas, e o filme exemplifica isso na organização simultânea de duas passeatas polarizadas executadas pelo mesmo personagem, em seu surto de loucura. Frágil, é o nome de nosso destino quanto à democracia?

Pesquisa efetuada, utilizando embasamento bibliográfico e de análise de artigos acadêmicos, artigos de revistas e periódicos e análises de articulista de relevância e lisura intelectual.

IMPACTOS DA PANDEMIA DE COVID-19 NO SETOR AUDIOVISUAL

O setor audiovisual vem sofrendo diversas modificações ao longo dos anos, desde novas tecnologias até o modo de exibição das produções. A cada ano o setor se atualiza e cria novas estratégias, sempre procurando melhorar as produções e se adaptar às novas realidades do mundo. Mas o grande salto das produções, nos últimos anos, aconteceu com a chegada da pandemia de Covid-19, que afetou o mundo nos mais diversos setores.

Pesquisadores da Universidade de Kent, no Reino Unido, em um artigo publicado pelo jornal científico PLOS Pathogens, afirmaram que com a utilização de métodos da ciência da conservação, estima-se que “o Sars-CoV-2 apareceu pela primeira vez entre o início de outubro e meados de novembro de 2019” (REUTERS, 2021) na China. Porém este não foi o primeiro caso deste tipo de vírus no mundo, o coronavírus (CoV) faz parte de uma grande família viral, conhecido desde os anos 1960, “já os primeiros casos de SARS associadas ao coronavírus (SARS-CoV) foram relatados na China em 2002” (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2014). O vírus se disseminou rapidamente para mais de doze países: América do Norte, América do Sul, Europa e Ásia. Foram infectadas mais de 8.000 pessoas e causou a morte de aproximadamente 800, esta epidemia de SARS foi controlada em 2003. Em abril de 2012, foi descoberto outro coronavírus distinto do anterior, que foi identificado inicialmente na Arábia Saudita e, posteriormente, em outros países do Oriente Médio, na Europa e na África. A doença passou a ser chamada de Síndrome Respiratória do Oriente Médio, e difundida pelo mundo através da sigla MERS, que vem do inglês *Middle East Respiratory Syndrome*, isso porque todos os casos identificados fora da Península Arábica viajaram ou tiveram contato com viajantes de países do Oriente Médio, como Arábia Saudita, Catar, Emirados Árabes Unidos e Jordânia. O Coronavírus associado à MERS, passou a utilizar a sigla MERSCoV (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2014). Nenhum desses casos foi tão grave quanto à pandemia de Covid-19.

Desde o surgimento do novo Sars-CoV-2, em 2019, ocorreram e ainda ocorrem diversas mudanças no mundo. Sendo assim, na indústria audiovisual não seria diferente,

logo ela precisou se adaptar. Muitas práticas comuns em *sets* de filmagens foram alteradas. Diversos protocolos de segurança foram implementados para a segurança de toda a equipe de produção, atores e demais funcionários.

Nos estúdios Globo, por exemplo, as gravações de suas produções inéditas foram suspensas por mais de 5 meses em 2020 e, ao retornar, aconteceram em etapas, núcleo a núcleo. Evitando assim que atores e equipes de outros núcleos se misturassem e aumentassem as aglomerações. Nos *sets* de gravação, apenas as pessoas estritamente necessárias estavam presentes (NEBLINA, 2020). Além de usar máscaras, álcool gel e fazer o exame, as cenas de beijos requereram que os atores ficassem em quarentena antes das gravações. Outra mudança foi a inserção de placas de acrílico entre os atores, retiradas na edição, tanto nas cenas de beijos quanto nas cenas com interações mais próximas, como mostra a imagem 04.



Fonte: Galdino, Melissa. (2021).

Imagem 04 - Interação dos personagens Fiona e Téo, na novela *Salve-se Quem Puder*, com a inserção de placa de acrílico entre os atores.

A rotina da categoria mudou totalmente e foi fortemente afetada. Não somente na produção dos materiais, mas também na forma como as produções são consumidas pelos telespectadores. Impactando até famosas premiações como o Oscar, que precisou adaptar várias de suas premiações para o novo cenário. Uma das grandes mudanças na premiação, em 2021, foi a data dos filmes nomeados, que passou de 01 de janeiro a 31 de dezembro

para 01 de janeiro de 2020 a 28 de fevereiro de 2021. Porém a maior mudança de todas foi a admissão de filmes que não foram lançados inicialmente em salas de cinema, mas sim diretamente em *streamings* e *vídeos on demand*. A única exigência era o lançamento também no sistema exclusivo do Oscar dentro de 60 dias do seu lançamento oficial. Esta mudança ocorreu depois de 92 edições e até o momento é exclusiva para o evento de 2021 (HENRIQUE, 2021).

O cinema foi o mais afetado do ponto de vista comercial, afinal as salas de cinema estavam fechadas até recentemente. Já os *streamings* tiveram grande crescimento em um mercado em que as pessoas estão isoladas em suas casas. Fazendo com que gigantes do cinema migrassem para plataformas como Netflix e Prime Vídeos, da Amazon. Outro bom exemplo dessa migração é a Disney+ que está fazendo seus lançamentos, anteriormente feitos exclusivamente em salas cinemas, na própria plataforma por um valor extra, simultaneamente às salas de cinema.

O *streaming* que mais cresceu no Brasil durante a pandemia foi o Prime Vídeo, da Amazon, como aponta uma pesquisa da empresa NZN Intelligence. Sendo o *streaming* que mais se aproxima da Netflix em termos de assinantes no Brasil, enquanto o primeiro tem 150 milhões de clientes, o segundo tem 195 milhões (VITORIO, 2020).

Com todas as mudanças que o mundo sofreu desde o início da pandemia muitas práticas do mercado foram alteradas e não voltarão a ser como antes. Diversos avanços que já vinham acontecendo foram acelerados e melhorados para garantir a qualidade das produções e suas exibições. Os *streamings* que já estavam em ascensão no mercado estão ainda mais consolidados. Provando que o cinema não é apenas uma sala, mas sim uma experiência que pode ser vivida no conforto de suas casas. A mudança está aí e veio para ficar.

A AÇÃO TEMPORAL E SUA INFLUÊNCIA NAS MUDANÇAS SOCIAIS DAS PERSONAGENS DE A TERCEIRA MARGEM DO RIO

Há tempo para tudo debaixo do céu

- Eclesiastes

João Guimarães Rosa (1908-1967) é um escritor brasileiro, autor de vários livros. Por mais que seu primeiro livro, lançado em 1946, tenha sido uma coletânea de contos – *Sagarana* –, o maior destaque de sua obra, sem dúvida, é o romance ambientado nos sertões de Minas Gerais, Goiás e Bahia: *Grande sertão: veredas*. Obra que retrata muito bem a cultura do jaguncismo num distante Brasil, sertão a dentro, no meio do século XX. O fio condutor da narrativa é a dúvida do personagem-narrador sobre um possível pacto com o diabo, realizado com o propósito de se obter vantagem na busca da morte de Hermógenes, o Judas. Contando a história para um interlocutor, que participa da conversa quase calado o tempo todo, Riobaldo revela o amor que teve por um outro jagunço de nome Diadorim.

A despeito do alcance desse potente livro de Rosa, o presente texto terá seu foco voltado para um dos mais conhecidos contos roseanos: *A terceira margem do rio*, publicado no livro *Primeiras Estórias* em 1962.

Mergulhando nos não-ditos desse conto, trataremos de perceber como se dão os movimentos e transformações subjetivas e socioculturais na vida dos personagens. Que mudanças podemos notar em suas relações com a sociedade da qual fazem parte, levando em conta aspectos culturais que os ciclos do tempo oferecem a cada um de nós. Para tanto, lançaremos mão dos estudos de Sorokin e Merton (1992) que reconhecem o tempo como um elemento sociocultural, destacando que não só a natureza (rio que flui) marca a noção de temporalidade (o que conduziria a uma concepção global do tempo), mas haveria também a participação de grandes marcadores dos ritmos sociais, tais como ciclo familiar, trabalho agrícola e ritos religiosos.

Imbuídos desse pensamento, temos o objetivo de relacionar estudos teóricos com a obra literária e entendermos como o tempo influencia as ações dos personagens, e como o pai da família estudada no conto subverte esses padrões, quebrando-os como se virasse as costas para o mundo, para a família e para a sociedade que o cercava.

O tempo que não para poderia muito bem ser o mote do conto *A terceira margem do rio*, de João Guimarães Rosa. Isso se confirmaria caso viéssemos a analisar essa hipótese pelo olhar, principalmente, de dois personagens: o narrador-personagem e o pai deste. No entanto percebemos marcas temporais que se evidenciam não só nos corpos dos outros personagens, mas também de uma forma social devidamente estabelecida em instâncias socioculturais, como, por exemplo, os negócios da fazenda, estudo, casamento. Não está claro para o leitor do texto (nem mesmo para o narrador) a decisão de um pai de família, que vive muito próximo às margens de um grande rio com mulher, dois filhos e uma filha, em encomendar a construção de uma canoa e sobre ela viver o tempo final de sua vida num entremeio terra-água-madeira-ar.

Quanto ao pai foi isto: decisão tomada, canoa pronta, vida no rio. Vida entre as margens do rio, em uma tentativa de parar no tempo-espaço em cima da água, visto que sua intenção não era subir nem descer o rio, nem voltar para casa, nem atravessar para o outro lado da margem. Não houve quem o fizesse mudar de resolução: ficaria ali. Nem família, nem alguns pescadores conhecidos com quem talvez tivesse encontrado no meio do rio, nem autoridades, nem exército, nem jornal.

Estará lá. Parado no tempo. Parado no espaço. Sua vida agora se ocupava de, tão-somente, remar a fim de controlar os movimentos da embarcação de tal forma que não se deslocasse mais em direção alguma. Dentro daqueles espaços - canoa e entremargens – permaneceria agora. Sendo castigado, sim, pela ação do tempo e da natureza. Queimado do sol. Encharcado pelas tempestades. Açoitado pelos ventos. Corpo envelhecido e decaindo-se pouco a pouco devido o passar do tempo.



Pode-se depreender do texto que a vida, o tempo da vida, os anos, os meses, as semanas, os dias, as horas e minutos se passaram para a filha, pois seguindo o ritmo normal desse tempo-rio (se é que essa normalidade existe), ela decide se casar. Vemos esse movimento, dentro da narrativa, configurando-se como a realização de uma instância temporal balizada por normas sociais. Existe um ciclo na vida que devemos cumprir. Há um padrão estabelecido naquela cultura, na cultura visualizada no enredo do conto, dessa vontade de contrair matrimônio. Tanto é que a irmã do narrador prossegue a caminhada e toma suas escolhas a partir, quem sabe, do exemplo que teve em casa. Com as rédeas na mão, resolve formar outra família. Lança-se a esse propósito e cumpre sua sina. Agora, com o marido, planejam mostrar ao pai, no rio, o filho que tiveram.

Notamos mais uma clara evidência dessa marcha constante do tempo, a qual transforma a vida dessa personagem, pois agora, além de casada, ela materializa, em algum ponto temporal de sua jornada, o desejo de ser mãe. E torna-se mãe. Ciclo normal, aparentemente normal, visto que o narrador nada fala sobre algum percalço da gravidez da irmã. Nove meses se passaram, e mais um homem vem ao mundo. Com a bênção do Criador, frutificou e multiplicou. Quem sabe se esse menino seria o salvador da mãe, de sua família? Pois portador da semente do avô, não seria capaz de unir as gerações, fazendo com que o passado fosse esquecido e que um novo futuro viesse a acontecer? Será que, avistando o neto, o qual é erguido pela mãe, às margens do rio, o remador muda de ideia e resolve voltar ao tempo de sua casa? Essa, talvez, era a pergunta que a filha se fazia, na tentativa de alterar o percurso das remadas do pai, agora que a vida-rio o tornara avô.

O tempo não para, as plantações não deixam de crescer, assim como as ervas daninhas; a lavoura necessita de cuidados, pois os ciclos das estações exigem que haja o trabalho do dia a dia para que possa haver colheita a seu tempo. Da mesma forma, os animais, o gado, as cabras, os porcos, as galinhas receberam uma ordem divina para se multiplicarem, exigindo o trato de alguém entendido desses trabalhos. O tio do narrador é chamado para essa incumbência. Desloca-se, então, no tempo e no espaço, convertendo sua vida, agora, para outra direção. É afetado pela decisão do cunhado e vê-se na responsabilidade de acudir sua família. Tratará dos negócios. Movimentando-se em uma outra direção (talvez a contragosto), percebe que os tempos mudam: é hora de se deslocar para diferente empreitada.

Os negócios... outra marca social (e temporal) presente no conto, a qual exige um empenho de forças do ser humano com o objetivo de não se extraviar os talentos que se recebem. Devem-se multiplicar os talentos, com trabalho e empenho, tal qual a parábola narrada pelo Cristo nos Evangelhos. A oportunidade deixada de lado pelo remador, agora está nas mãos de outrem. Esse trato da lavoura e com a criação dos animais, aparentemente não tem tanta importância, no interior da narrativa. Entretanto vale ressaltar a importância dada ao trabalho pelo autor do texto, revelando a prevalência do tempo e da sua marcha constante que exige de nós uma tomada de decisão. Ao sermos intimados por esse movimento, temos escolhas a fazer, resoluções a tomar.

Não obstante o pai tivesse decidido ir embora, os filhos não poderiam (não deveriam) perder tempo sem escola, sem aprender. Não poderiam ficar sem estudo. Daí a mãe chamar professor que desse conta de aproveitar o tempo de infância dos meninos com a finalidade de ensiná-los algo útil. Spinoza diz que o bem é tudo aquilo que é útil, o contrário é o mal. Não é o fito deste texto a temática do bem e do mal, mas percebemos que a mãe deseja o bem dos filhos, ocupando o tempo deles com algo útil a ser feito. Por isso o aprendizado formal a seu tempo. Outra marca cultural presente no conto – o estudo - a qual revela a importância dada para esse ofício. Uns remam e não aproveitam o tempo, outros estudam e dão valor a isso. O tempo não para para os que remam, nem para os que estudam. Implacável.

**O JAZZ NA TELA DO CINEMA – A INVISIBILIDADE DOS MÚSICOS – (IM)
POSSIBILIDADE DE REVELAÇÃO DAS RESPECTIVAS IDENTIDADES. A
PESQUISA DE DAVID MEEKER SOBRE O JAZZ NO CINEMA. O PASSADO
SEM ECOS QUE A TODOS ATINGE.**



Imagem 06 - Duke Ellington

Fonte: Erich Auerbach/getty images, 19-02-1967

O jazz e o cinema são contemporâneos, nasceram praticamente ao mesmo tempo e enfrentaram dificuldades, desafios e provações até serem socialmente aceitos e definitivamente incorporados à arte e à indústria do entretenimento. Historicamente, suas trajetórias se entrecruzam e, ao encontrar-se, muitas das vezes fertilizam-se. Chama a atenção, contudo, nessa união do jazz com o cinema, que muitos dos músicos de jazz, os instrumentistas propriamente ditos, compositores, arranjadores, orquestradores, e outros envolvidos com a produção musical cinematográfica tenham ficado no anonimato, sem terem sido reconhecidos, e sem chance de talvez algum dia terem reveladas as suas identidades.

A tela do cinema tem essa dívida, quiçá impagável e imprescritível com esses músicos e com cada qual interessado neste conhecimento. Este reconhecimento da (in) visibilidade dos músicos de jazz nas trilhas sonoras, assim como as consequências e os prejuízos sociais desta conduta da produção fílmica, tem despertado o interesse de estudiosos e pesquisadores.

O jazz, há mais de cem anos depois de seu surgimento, continua sendo uma música de protesto contra qualquer forma de discriminação social e segregação racial e espiritual, ao ponto de muitos músicos norte-americanos, sobretudo os afrodescendentes, interpretarem esse protesto como uma luta racial (BERENDT e HUESMANN, 2014). Sem dúvida, o jazz é isso também, mas não teria se tornado uma linguagem musical universal em 40 anos após a publicação de *St. Louis Blues* (1914) se se tratasse somente da questão racial (HOBESBAWN, 2019). Em resumo, o jazz moderno não é tocado apenas por divertimento, por dinheiro, ou por requinte técnico: também é tocado como um manifesto – seja de revolta contra o capitalismo e a cultura comercial, seja de igualdade do negro ou qualquer outra

coisa. A arte do músico de jazz não é simplesmente tocar, mas sim criar linhas musicais imaginativas e livres, que souberam ser muito bem utilizadas pelo cinema, que na maioria das vezes deixou de revelar a identidade dos talentos.

No cinema, as aparições de faixas pretas cuidadosamente projetadas como seqüências independentes tornaram fácil excluir, por exemplo, personalidades como Lena Horn, em muitas das suas performances na década de 1940.

É difícil afirmar exatamente quando e onde começa a história do jazz na tela (MEEKER, 2019), porque, na medida em que avançam o tempo e as pesquisas, nosso conhecimento também se modifica. A década de 1920, nos EUA, é tida como a era dourada dos filmes mudos e é considerada *The Jazz Age*. Evidentemente, muitos músicos e grupos de jazz foram os animadores do cinema mudo, tocando no set de filmagem. Neste mesmo período, a música começou a atingir certa popularidade, a ponto de se tornar bem conhecida mais tarde, quando as gravações de jazz pré-elétrico se tornaram itens de exibição padrão nos balcões das lojas de discos e as bandas de jazz se tornaram centros do entretenimento noturno de bailes e ocasiões sociais.

Também nessa época, a tela do cinema exibiu, em dezenas de filmes, números incontáveis de dançarinas e de dançarinos que se moviam performaticamente ao som de sucessivas bandas, assim como músicos individuais. Poucos músicos que ali trabalharam, contudo, podem ser identificados. Uma exceção foi Liberty Sincopators, de Mutt Carey (trompete) que toca para o casal de dançarinos em *Legion Of Condemned* (1928), com Joe Darenbourg (clarinete), sem os devidos créditos, inequivocamente.

Até os anos 1950, todos os grandes estúdios de Hollywood adotavam a prática de segregar os músicos de jazz por serem negros a grande maioria de seus expoentes. A situação somente começou a se modificar lentamente com a escola de Nova Iorque a partir de *SHADOWS* (1959) e *THE CONNECTION* (1961) que utilizaram o jazz nos filmes, de forma diferente, como elemento psicológico, e pela postura de Quincy Jones, que em 1971 exigiu que os músicos que executassem sua partitura para *The Hot Rock* recebessem os créditos em tela inteira.

Isso não impediu que *THE GAUNTLET* (1977), dirigido por Clint Eastwood, omitisse os nomes dos responsáveis pelas tonalidades da partitura de Jerry Fielding e assim por diante, como em *BLAZING SADDLES* (1974), onde a banda de Count Basie toca *April in Paris*, mas quem aparece na tela são atores contratados para a performance. Em *Apocalypse Now* (1979), dirigido por Francis Coppola, a percussão é de Airto Moreira, com grandes performances vocais de Flora Purim, que simplesmente não aparecem nos créditos.

Nos filmes, o jazz aproxima-se de 4.000 títulos, incluindo curtas-metragens, desenhos animados, filmes estrangeiros, assim considerados os de origem não-norte-americana e programas de televisão disponíveis em filme.

David Meeker (2019), na busca de alcançar o impossível, construiu uma base de

dados que já está na oitava edição da Editora Livraria do Congresso (Washington, DC, 2019), com mais de 2.000 páginas, tentando documentar o trabalho de cerca de 1.000 grandes figuras do jazz e do blues envolvidas em mais de 25.000 produções de cinema, televisão e vídeo, quer o resultado do seu envolvimento nestes meios de comunicação seja visível nas câmeras ou oculto, seja nos bastidores do grupo musical ou concernente à produção, seja jazz ou não.

Ser é perceber e ser percebido, é ver e ser visto (GEORGE BERKELEY) ou ainda nessa linha, ser é ouvir e ser ouvido. A identidade não revelada de um músico na tela, para além de silenciá-lo, priva o espectador do acesso a esse patrimônio imaterial produzido pelo cinema.

OS ANÚNCIOS DE PREVENÇÃO ÀS DROGAS NO SÉCULO XX

Esse texto adentra aspectos históricos da pesquisa de mestrado cujo objetivo é compreender os sentidos das figurações do corpo em anúncios de prevenção às drogas. Embora movimentos de repressão ao consumo de substâncias acompanhem a própria história das drogas, destacam-se as propagandas para a conscientização, nas quais o corpo humano é uma presença figurativa, visível ou invisível.

Mesmo que o jornalismo e as artes também possuam relatos sobre o uso de substâncias, no aspecto dos anúncios de conscientização, essas iniciativas remontam ao início do século XX, tendo como uma das justificativas básicas o avanço dos meios de comunicação e a ascensão da comunicação persuasiva.

Nesta breve explanação, serão apresentadas as principais características de alguns movimentos relevantes para a compreensão do corpo enquanto elemento central das campanhas de propaganda para a conscientização ao uso e abuso de drogas. Tais movimentos são: o combate ao tabagismo na Alemanha nazista, o combate ao alcoolismo na União das Repúblicas Socialistas Soviéticas e o movimento de guerra às drogas encabeçada pelos Estados Unidos.

Inicialmente, ao refletir sobre a etimologia da palavra droga, para Carneiro (2002), sua origem está no termo holandês droog, que ao longo dos séculos XVI ao XVIII remetia a uma série de substâncias naturais empregadas na alimentação e na medicina. No aspecto corpóreo, a droga constitui uma fonte de prazer e de consolo para as dores, sejam elas físicas ou psíquicas.

Para o historiador, a partir do século XX, o uso de drogas é regulado pelo estado junto a legislações próprias, tratados internacionais e dispositivos policiais, havendo ainda uma distorção no preço e no lucro. Assim como o 'drogado', figuras como o 'homossexual', o 'alienado' e a 'ninfomaníaca', ou seja, tipologias que classificavam comportamentos considerados como patológicos de forma preconceituosa, explicitando a hegemonia na exclusão dos indivíduos, são marcadores intensificados no século XX. Carneiro

(2018) aponta que movimentos populares anteriores ao século XX pregavam ideias de conscientização, como as ligas de sobriedade em países como Canadá e Estados Unidos. Neste último, destacam-se as práticas industriais como o taylorismo e o fordismo, que ocorrem junto ao puritanismo da Lei Seca, entre de 1920 a 1930, e a discriminação racial de imigrantes, vistos como produtores de ópio e de maconha.

Na Alemanha do início do século XX, a indústria farmacêutica e química passa a isolar os componentes de plantas, dando origem aos estudos e aplicações de novas substâncias. Como explica Proctor (2018), é durante o nazismo que os fatores anti-eugênicos do tabaco, enquanto elemento de poluição do sangue e da raça, tornam-se argumentos estatais para o combate a droga. Diferente das campanhas antissemitas, na qual havia a construção estereotipada de um inimigo comum, o argumento para a cessação do tabagismo envolvia questões racionais, como o gasto monetário que o usuário tem com a compra constante da droga. Curiosamente, esse argumento monetário ainda é perceptível em campanhas atuais sobre o tabagismo.

Ao longo do século XX na URSS, principalmente no governo de Mikhail Gorbachev, a partir de 1985 que a luta contra o alcoolismo ganha intensa veiculação de cartazes. Há uma forte inclinação para aspectos políticos ligados a figuras do corpo inseridas nas imagens soviéticas. Empregando o construtivismo russo, tais pôsteres compreendem o corpo como a principal vítima do abuso do álcool, seja pela sua comparação explícita com aspectos animalescos, como a comparação entre 'porcos e bêbados', seja também pela solidão e abandono ao qual tal corpo é condenado devido às suas escolhas. A seguinte imagem apresenta um exemplo de pôster veiculado:



Imagem 7: Pôster soviético de combate ao alcoolismo.

Fonte: Portal UOL, 2021.

A condenação moral, no caso dos pôsteres soviéticos, engloba aspectos do trabalho, ou seja, o corpo do trabalhador deve ser saudável e útil à labuta.

Retornando aos Estados Unidos, saindo do controle ao álcool e passando ao controle de drogas consideradas 'pesadas' como a maconha, a cocaína e a heroína, a prática de guerra às drogas torna-se política oficial do governo estadunidense a partir do final da década de 1960 ao início da década de 1970, servindo de pretexto para a intervenção política e cultural em diversos países. Tais práticas mostram a preocupação com a saúde da juventude, sendo que grande parte das campanhas que incidem sobre o mundo na atualidade tem como base esse princípio de defesa dos adolescentes.

Logo, pode-se considerar que há uma preocupação dos regimes de poder com a manutenção do trabalho, ou seja, com a presença de trabalhadores saudáveis, que são base dos sistemas econômicos. Entretanto, ao mesmo tempo, a indústria das drogas legais, álcool e tabaco resiste, como forma de entorpecimento e amortecimento das mazelas diárias enfrentadas pelos indivíduos, enquanto brecha para uma vida mais feliz. Assim, o consumo de substâncias torna-se escalar, sendo seu excesso alvo de combate intenso.

Enquanto registro de doença e do estigma ao qual os usuários de drogas estão envolvidos, é possível considerar que ao longo da história das imagens dos anúncios de prevenção o uso de técnicas de visualização do corpo e de produção de imagens tornam-se cada vez mais agressivas e invasivas. "Usam de artifícios, desvelam e exibem o que era

invisível, escondido ou secreto” (MICHAUD, 2011, p. 546).

Em resumo, retomando as considerações de Carneiro (2002), enquanto item presente nas culturas, a cultura das drogas manifesta-se de forma política, religiosa, científica e estética, por isso o interesse em compreender os sentidos das figurações do corpo.

REFERÊNCIAS

AGAMBEN, Giorgio. **O que é o contemporâneo? e outros ensaios**. Tradução Vinícius Nicastro Honesko. Chapecó: Editora Unochapecó: 2009.

BARBOSA, Marialva. **História da Comunicação no Brasil**. Petrópolis : Ed. Vozes, 2013)

BARBOSA, Mariavalva. Tempo, tempo histórico e tempo mediático, in: MUSSE, VARGAS, NICOLAU, (org). **Comunicação, mídias e temporalidades**. COMPÓS, EDUFBA, 2017.

HARTOG, F. **Regime de historicidade: presentismo e experiência do tempo**. Belo Horizonte: Ed. Autêntica, 2014.

LÉVY, Pierre. **Les technologies de l'intelligence, l'avenir da la pensée à l'ère informatique**,. Paris: La Découverte, 1990.

REINATO, Eduardo José. Informática e educação: exemplificando uma experiência e uma inquietação de pesquisa. **O Olho da História**, n. 8, Salvador (BA), janeiro de 2006.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2009.

PELA primeira vez, Globo aborda união das marcas em campanha. **Meio e Mensagem**, 2021. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2021/03/29/pela-primeira-vez-globo-fala-da-unificacao-das-marcas-em-campanha.html>. Acesso em 24.09.2021

SANTAELLA, Lucia; WINFRIED, Noth. **Imagem, Comunicação, Semiótica, Mídia**. São Paulo: Iluminuras, 2001.

CAMPBELL, Joseph. **O herói de mil faces**. São Paulo: Pensamento, 1989.

CARVALHO, Ilona Szabó de. **A ÁGORA SOB ATAQUE: Uma tipologia para a análise do fechamento do espaço cívico no Brasil e no mundo**. Instituto Igarapé. Artigo Estratégico 49, 2020.

CHOMSKY, Noam. **Mídia: propaganda política e manipulação**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2013.

EMPOLI, Giuliano DA. **Os engenheiros do caos: como as fake news, as teorias da conspiração e os algoritmos estão sendo utilizados para disseminar ódio, medo e influenciar eleições**. São Paulo: Vestigio, 2019.

GOMES, Sheila Freitas; PENNA, Juliana Coelho Braga de Oliveira; ARROIO, Agnaldo. **Fake news científicas: percepção, persuasão e letramento**. Bauru: Ciência & Educação, v. 26, 2020.

HUME, David. **Investigação sobre o entendimento humano**. São Paulo: Escala, 1752 (ano da obra originária).

KAISER, Brittany. **Manipulados**: como a Cambridge Analytica e o Facebook invadiram a privacidade de milhões e botaram a democracia em xeque. Rio de Janeiro: Harper Collins, 2020.

MOROZOV, Evgeny. **Big tech**: A ascensão dos dados e a morte da política. São Paulo: Ubu, 2018.

ROSLING, Hans; ROSLING, Ola; RÖNNLUND, ROSLING; Anna. **Factfulness**: O hábito libertador de só ter opiniões baseadas em fatos. Rio de Janeiro: Record, 2019.

SUMPTER, David. **Dominados pelos números**: Do Facebook e Google às fake News - Os algoritmos que controlam nossa vida. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2019

VÉLIZ, Carissa. **Privacy is Power**: Why and how You Should Take Back Control of Your Data. New York: Penguin Random House, 2020.

GALDINO, Melissa. **Beijo em acrílico em 'Salve-se Quem Puder' vira meme**. Disponível em: <https://br.vida-estilo.yahoo.com/beijo-em-acrilico-em-salve-se-quem-puder-vira-meme-195906551.html?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLnMvbnS8&guce_referrer_sig=AQAAA-EMw5nFAGqVwSQ2z7JlnWJDSvglHSKww52iSZFum9laxRA1SapJv5utuo_d_S7gWgxpAuYsNXTo9M-Se6nWdzAebIH2E1q8NpZ_OcJdyQXehGjc_ikullYKkyB5fax-Fld4TqpjgkW64JibVAIhyKIZkY-TLN7XwP-ZRKR2tSjdwz8>. Acessado em 15/09/2021.

HENRIQUE, Arthur. **Oscar 2021: como a pandemia mudou as regras da premiação**. Disponível em: <<https://olhardigital.com.br/2021/04/23/cinema-e-streaming/oscar-2021-pandemia-regras/>>. Acessado em 15/09/2021.

NEBLINA, Daniel. **Globo adota novo modelo de gravações para Salve-se Quem Puder**. Disponível em: <<https://observatoriodatv.uol.com.br/noticias/globo-adota-novo-modelo-de-gravacoes-para-salve-se-quem-puder>>. Acessado em 15/09/2021.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Informe Técnico - MERS-CoV (Novo Coronavírus)**. Disponível em: <<https://portalarquivos2.saude.gov.br/images/pdf/2014/junho/10/Informe-Tecnico-para-Profissionais-da-Saude-sobre-MERS-CoV-09-06-2014.pdf>>. Acessado em 15/09/2021.

REUTERS. **Primeiro caso de Covid-19 pode ter surgido na China em outubro de 2019, diz estudo**. Disponível em: <<https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2021/06/25/primeiro-caso-de-covid-19-pode-ter-surgido-na-china-em-outubro-de-2019-diz-estudo.ghtml>>. Acessado em 15/09/2021.

TELES, Thais. **Salve-se Quem Puder: Téo será condenado a ficar em cadeiras de rodas após cirurgia grave**. Disponível em: <<https://www.otvfoco.com.br/salve-se-quem-puder-teo-e-condenado-a-ficar-em-cadeiras-de-rodas/>>. Acessado em 15/09/2021.

VITORIO, Tamires. **Streaming da Amazon cresce mais do que a Netflix, diz pesquisa**. Disponível em: <<https://exame.com/tecnologia/streaming-da-amazon-cresce-mais-do-que-a-netflix-diz-pesquisa/>>. Acessado em 15/09/2021.

ROSA, Guimarães. **Primeiras Estórias**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1988.

ROSLING, Hans; ROSLING, Ola; RÖNNLUND, ROSLING; Anna. Factfulness: **O hábito libertador de só ter opiniões baseadas em fatos**. Rio de Janeiro: Record, 2019.

SOROKIN Y MERTON, P. A. y R. K. El tiempo social: un análisis metodológico y funcional 1937. In: RAMOS TORRE, R. **Tiempo y sociedad**. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, 1992. p. 73-87.

BERENDT, Joachim-Ernst. O livro do Jazz: De Nova Orleans ao Século XXI/ Da Obra Original de JOACHIM-ERNST BERENDT Revisto e Ampliado por GÜNTHER HUESMANN. São Paulo: Perspectiva: Edições SESC São Paulo, 2014.

BERKELEY, George. Um ensaio para uma nova teoria da visão (1709). Tratados sobre a Visão (São Paulo: Editora da UNICAMP, 2010).

BERKELEY, George. TREE DIALOGUES BETWEEN HILAS AND PHILONOUS – (UNABRIDGED START PUBLISHING LLC). First start Publishing eBook edition October 2012) <https://ler.amazon.com.br/?asin=B00AIR8GK6&language=pt-BR>

HOBSBAWN, Eric. História Social do Jazz. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2019.

MEEKER, David. JAZZ ON THE SCREEN A Jazz and Blues Filmography. Library of Congress. Database conversion by Morgan Cundiff, Library of Congress. XSL Stylesheets created by Michael A. Ferrando, Library of Congress. Washington, DC, 2019

MENDES, Fábio R. C. O Imaterialismo de GEORGE BERKLEY. O REALISMO NO “ESSE É PERCIPÍ”. Dissertação de Mestrado apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Filosofia. Prof. Dr. André Klaudat. ORIENTADOR. PORTO ALEGRE. Maio de 2007. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Programa de pós graduação de filosofia. Publicado em <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/10792/000601347.pdf>

CARNEIRO, Henrique. **Drogas**: a história do proibicionismo. Editora Autonomia Literária LTDA-ME, 2018.

CARNEIRO, Henrique. A fabricação do vício. Anais do XIII Encontro Regional de História-Anpuh-MG, **LPH-Revista de História**, Departamento de História/ICHS/UFOP, Mariana-MG, nº 12, 2002, pp. 9-24.

MICHAUD, Yves. Visualizações: o corpo e as artes visuais. In: COURTINE, Jean-Jaques (org). **História do corpo**: as mutações do olhar. O século XX. Petrópolis: Vozes, 2011.

OS incríveis cartazes da luta fracassada da URSS contra o alcoolismo. **Portal UOL, 2021**. Fonte: <https://www.uol.com.br/nossa/noticias/redacao/2021/01/01/os-incriveis-cartazes-da-luta-fracassada-da-urss-contra-o-alcoolismo.htm?cmpid=copiaecola>. Acesso em 28 de out. de 21.

PROCTOR, Robert. N. **The Nazi war on cancer**. Princeton University Press, 2018.

ÍNDICE REMISSIVO

A

A Cidade ON 3, 72

Amazônia 2, 4, 158, 159, 160, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171

Anúncios de prevenção às drogas 16

A terceira margem do rio 10, 11

Audiência 3, 62, 63, 83, 84, 85, 86, 89, 91, 92, 243, 245, 246, 249

Audiovisual 8, 73, 79, 246

B

Biotecnologia 3, 34, 35, 36, 39, 40, 41, 42, 43, 45, 50, 53, 54, 55, 56

Biotecnologia no Brasil 3, 34

C

Caça às bruxas 172, 174, 176, 180, 181

Campanha de vacinação 130, 132, 135, 140, 143, 145, 146, 147, 148, 151

Campanha nacional de vacinação contra a poliomielite 4, 129, 131, 140, 142, 152, 155

Cancelamento 57, 58, 59, 61, 62, 63, 64, 67, 68, 69, 70, 181

Celebridades canceladas 57

Ciência da informação 2, 3, 34

Ciências 1, 2, 21, 39, 43, 51, 53, 81, 82, 155, 156, 157, 162, 163, 182, 183, 208, 249, 250

Ciências da comunicação 1, 2

Cinema 10, 13, 14, 15, 16, 20, 62, 73, 74, 77, 79, 80, 133

Cobertura jornalística 57, 58, 68

Comunicação 1, 2, 3, 4, 1, 2, 3, 5, 6, 16, 19, 22, 23, 24, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 38, 45, 47, 57, 58, 59, 61, 69, 70, 74, 76, 81, 82, 83, 84, 85, 92, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 137, 139, 140, 142, 144, 148, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 172, 173, 174, 175, 176, 180, 181, 182, 201, 202, 205, 209, 210, 219, 221, 239, 241, 245, 249, 250

Comunicação digital 108, 115, 126

Comunicação estratégica 2, 3, 22, 23, 29, 30, 31, 32

Comunicação externa 3, 22, 23, 26, 27, 28, 31, 32

Comunicação pública 2, 4, 129, 130, 132, 133, 140, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157

Conceito Amazônia 4

Conceito Amazônia pela cultura letrada regional 4

Conhecimento 1, 2, 14, 15, 27, 37, 38, 41, 47, 49, 50, 55, 67, 74, 75, 77, 79, 80, 86, 92, 94, 96, 109, 115, 125, 126, 176, 198, 201, 208, 240, 241

Convergência da TV com as redes sociais 3

Covid-19 2, 4, 8, 20, 58, 62, 71, 96, 106, 108, 110, 111, 112, 113, 114, 117, 126, 127, 238, 239, 240, 246, 248, 249

D

Desinformação 4, 129, 130, 131, 132, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 144, 147, 148, 150, 151, 152, 153, 154, 180

Desinformação em saúde 4, 129, 148, 153

E

Ecosistema da desinformação 129, 130, 131, 132, 136, 137, 138, 139, 140, 148, 151, 152, 153

Editoria política 2, 5, 210, 234, 235, 236

Equilíbrio de baixo nível 2, 4, 183, 185, 186, 188, 194

Equipes de projeto 108, 111, 115, 116

Estratégias comunicacionais 4, 129, 130, 150, 153, 156

Estratégias comunicacionais do Ministério da Saúde 4, 129

F

Fabiane 2, 4, 172, 173, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182

Fabiane, a bruxa do Guarujá 4, 172

Fact-checking 129, 130, 132, 140, 148, 149, 150, 157

Fogueiras inquisitórias 4, 172

G

Gestão da identidade organizacional 3, 22, 23

Gestão de comunicação 2, 4, 108, 110, 111, 126, 127

Gestão de comunicação em tempos de Covid-19 4, 108

Guarujá 2, 4, 172, 173, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182

H

História 2, 3, 5, 1, 2, 3, 5, 6, 10, 15, 16, 18, 19, 21, 22, 54, 72, 83, 84, 93, 133, 157, 158, 159, 160, 170, 171, 172, 174, 176, 181, 182, 197, 199, 200, 210, 211, 213, 214, 216, 218, 219, 220, 229, 235, 237, 238, 239, 240, 246, 248, 250

História da comunicação 2, 3, 1, 2, 3, 19

História da mídia impressa 158

I

Ignorancialismo 5, 197, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208

Impactos da pandemia de covid-19 no setor audiovisual 8

J

Jazz 13, 14, 15, 16, 21

Jornalismo cultural 82

Jornalismo cultural em Campinas 2, 3, 10, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 80, 81, 82, 158, 166, 168, 169, 172, 200, 201, 235

Jornal O Alto Uruguai 5, 210, 218, 219, 220

L

Livros 69, 158

M

Ministério da saúde 4, 8, 20, 51, 106, 129, 130, 132, 134, 135, 140, 143, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156

Mudanças sociais 10

N

Narrativas 3, 1, 2, 59, 160, 163, 181, 211

P

Panorama bibliométrico 4, 183

Personalidades na pandemia 57

Portais de notícias 2, 3, 57, 58, 60, 68, 69

Portal de notícias 3, 63, 66, 71, 72, 73, 81

Produção do conhecimento 1, 2

Programas de saúde 3, 83, 86, 92

programas de saúde no rádio 3, 83, 86, 92

Projetos Green Belt 4

Publicações de maior fator de impacto 4, 183

R

Redes sociais 4, 3, 4, 5, 7, 27, 57, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 69, 70, 71, 80, 81, 85, 87, 93, 96, 102, 119, 122, 126, 131, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 144, 152, 154, 172, 173, 175, 181, 200, 205

Reverberação midiática 2, 5, 197, 208

T

Telejornalismo 2, 5, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249

Temporalidades 3, 1, 2, 19

V

Vacinação 4, 117, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 150, 151, 152, 154, 155, 156, 157

Viajantes 8, 158, 160, 164, 213

A PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO NAS CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

2

 www.atenaeditora.com.br
 contato@atenaeditora.com.br
 @atenaeditora
 www.facebook.com/atenaeditora.com.br



A PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO NAS CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

2

🌐 www.atenaeditora.com.br
✉ contato@atenaeditora.com.br
📷 @atenaeditora
📘 www.facebook.com/atenaeditora.com.br

