

Faculdade de Comunicação Social - UFJF
XXII Encontro Regional de Comunicação

ANAIIS RESUMOS EXPANDIDOS



**XXII
ERECOM**
Comunicação e Emergência Climática



ISBN: 978-65-01-83020-9

Catálogo de Publicação na Fonte. Sistema de Bibliotecas (SisBi) - UFJF

Encontro Regional de Comunicação (22. : 2025 : Juiz de Fora, MG).
Anais resumos expandidos [do] XXII Erecom: comunicação e
emergência climática [recurso eletrônico] / Kérley Winkes...[et al.]
(Org.) . – Dados eletrônicos (1 arquivo: 2.691.892 KBytes). – Juiz de
Fora : Ed. UFJF, 2025

ISBN 978-65-01-83020-9

1. Comunicação. 2. Pesquisa científica. Mudança climática. I.
Encontro Regional de Comunicação. II. Winkes, Kérley.

CDU: 316.77

Bibliotecário responsável: Carmorinda A de Sousa Ferreira - CRB-6 1812

ORGANIZADORES:

Profa. Dra. Kérley Winkes
Profa. Dra. Daiana Sigiliano
Prof. Dr. Gustavo Pereira
Profa. Dra. Susana Reis

DIREÇÃO DA FACULDADE DE COMUNICAÇÃO:

Profa. Dra. Érika Savernini Lopes
Diretora da Faculdade de Comunicação

Prof. Dr. Rodrigo Fonseca Barbosa
Vice-diretor da Faculdade de Comunicação

Profa. Dra. Ana Paula Dessupoio Chaves
Coordenadora dos cursos de Jornalismo

Profa. Dra. Janaína de Oliveira Nunes
Coordenadora do curso de Rádio, TV e Internet

EQUIPE ORGANIZADORA DO XXII ERECOM:

Coordenação:
Prof. Dr. Alvaro Eduardo Trigueiro Americano
Profa. Dra. Leticia Barbosa Torres Americano
Prof. Dr. Talison Pires Vardiero

COMISSÃO CIENTÍFICA:

Profa. Dra. Kérley Winkes
Profa. Dra. Daiana Sigiliano
Prof. Dr. Gustavo Pereira
Profa. Dra. Susana Reis

PARECERISTAS

Ana Luísa Schuchter Rofino
Arthur Raposo Gomes
Daiana Sigiliano
Débora de Oliveira Melo
Eli Borges Junior
Estela Loth Costa
Gustavo Pereira
Helena Cristina Amaral Silva
Isabella Mudesto Dias Costa
Joao Paulo Malerba
Júlia Garcia Gouvêa Andrade
Kérley Winkes
Marina Lopes de Souza
Maurício João Vieira Filho
Millena Gonçalves Constantino dos Santos
Nilson Assunção Alvarenga
Paula Delgado
Raí Gabriel de Castro Gomes
Samara Miranda da Silva
Susana Azevedo Reis
Talison Pires Vardiero
Talita Souza Magnolo

SUMÁRIO

SOBRE O EVENTO	7
APRESENTAÇÃO DOS ANAIS	11
MESA 1 - Comunicação Pública da Ciência: práticas e desafios.....	13
Comunicação pública em tempos de crise narrativa: uma análise do perfil “COP30naAmazônia” no TikTok.....	14
Democratização do conhecimento produzido na academia: Análise da playlist “Ciclo de Estudos” do NJA-UFJF no YouTube.....	18
Nevidh em Pauta Convida: extensão e pesquisa unidos pelo Jornalismo Científico	22
A produção de conteúdo sobre livros em podcasts jornalísticos: uma análise do 451 MHz.....	26
Deserto de notícias: uma proposta de abordagem a partir das regiões geográficas intermediárias e imediatas.....	30
MESA 2 - Identidade, representação, memória e narrativas.....	34
Racismo religioso e branquitude: controvérsias e performances antirracistas dos influenciadores digitais de terreiro	35
Narrativas midiáticas e construção de identidade: análise audiovisual da FlaPress.....	39
O “Caipira Midiático” e a representação da identidade mineira na TV brasileira a partir de Nerso da Capitinga.....	44
Central do Brasil: uma análise fílmica	48
Entre tendências e narrativas: transformações editoriais e estéticas na revista Elle Brasil	52
MESA 3 - Inteligência artificial, mídias digitais e plataformização	57
Representações urbanas por inteligência artificial generativa: desafios de diversidade e estereótipos no Sul Global	58
Exploração e exposição infantil nas plataformas digitais: considerações a partir de casos brasileiros e impactos sociais	62
Entre o natural e artificial: comunicação humano-máquina e singularidade tecnológica.....	66
Big techs e os riscos da mediação algorítmica	70

Inteligência artificial e imagem pública: mapeamento de avatares, digital twins e influenciadores virtuais na América Latina	74
Narrativas na hiperconexão: a relação entre o ambiente físico e digital.....	79
MESA 4 - Comunicação, meio ambiente e sustentabilidade.....	83
O tema “meio ambiente” no jornalismo internacional	84
Quando a imagem fala pela natureza: análise dos modos de representação documental na série Our Planet	88
Comunicação, Amazônia e urgência climática: a razão crítica no jornalismo independente do Sumaúma.....	92
Sob o peso do logos: a queda das vozes da floresta	95
“Mineração por elas”: múltiplos cenários entre a websérie da Vale e a vivência das mulheres impactadas.....	99
MESA 5 - Comunicação e política	102
A comunicação sindical da Apes: um estudo de caso sobre as ferramentas, linguagens e estratégias comunicacionais utilizadas pelo sindicato.....	103
O caso Patrícia Campos Mello e a atuação do gabinete do ódio e das milícias digitais no Brasil.....	107
Crise na Democracia: o papel do Jovem de Direita na Banalização da Política Brasileira	113
Análise comparativa da cobertura do genocídio em Gaza pelos jornais “O Globo” e “The Intercept”	117
Memes, jornalismo e credibilidade - análise dos memes sobre os altos preços de hospedagem em Belém na COP 30	121
Comunidades masculinistas na formação de jovens brasileiros: violência e discurso de ódio nas plataformas digitais.....	125
MESA 6 - Cinema, TV e ficção seriada	129
O mito, a superstição e o destino: sentidos da cultura latino-americana na série “Cem anos de solidão”	130
O papel do som nos edits da segunda temporada de Wandinha.....	134
Telenovela e direção de arte - o caso da TV Globo	139
Cinemas de rua: um mapeamento de estudos.....	142
Crises de reputação na cultura digital: Lola Argento e o gerenciamento de crise em Beleza Fatal.....	147

SOBRE O EVENTO

O XXII ERECOM – Encontro Regional de Comunicação – foi um evento planejado e organizado ao longo de praticamente um ano. “Comunicação e Emergência Climática” foi o eixo proposto por três professores da Facom com o objetivo de inserir a Faculdade de Comunicação Social da UFJF no cenário da Conferência Mundial do Clima, a COP30, que seria realizada no Brasil, em novembro de 2025, na cidade de Belém, no Pará. O Conselho de Unidade da Faculdade de Comunicação, além de aprovar a proposta ainda em 2024, autorizou que nós organizássemos o encontro. Assim, o tema do Erecom 2025 foi divulgado no último dia da XXI edição do evento.

Já constituídos como a Comissão Organizadora do ERECOM, elaboramos um Projeto de Extensão com o mesmo nome – Comunicação e Emergência Climática – com a proposta de promover diversas ações, sendo a principal delas o próprio Encontro Regional de Comunicação.

Ainda em dezembro de 2024, iniciamos as primeiras discussões e convidamos pesquisadores para comporem a Comissão Científica do ERECOM. Por isso, agradecemos à Dra. Kérley Winkes, Dra. Daiana Sigiliano, Dra. Susana Reis e ao Dr. Gustavo Pereira, pelo empenho e cuidado na acolhida e organização dos trabalhos apresentados nos Grupos de Trabalho. Mais do que o agradecimento, fica também nosso reconhecimento pela capacidade e profissionalismo do trabalho feito, que culmina agora com a publicação dos anais do ERECOM, pouco tempo depois de encerrado o evento, como era nosso compromisso.

Também em dezembro de 2024, selecionamos bolsistas para participarem já na primeira fase do evento – as reuniões preparatórias e providências para a sua realização. Estão, desde o início das discussões junto conosco as(o) estudantes, Victória Toledo, Taynara Rodrigues, Vinícius Augusto, Aline Baesso, Nathália Elis, Olívia Furiatti, Ana Luiza Tostes, Karla Souza e Lorena Fontainha, fundamentais na construção, organização e realização do Encontro Regional de Comunicação.

Nenhum evento como o ERECOM é possível também sem o envolvimento e o apoio concreto da unidade acadêmica. Por isso, nosso agradecimento à Dra. Érika Savernini, diretora da FACOM, que mobilizou todos os recursos possíveis de serem

investidos pela unidade e esteve sempre disponível para as várias questões que se colocam em um evento dessa envergadura. Alguns gastos ainda foram pagos com a contribuição financeira voluntária dos próprios organizadores e de docentes da nossa unidade: Dra. Ana Paula Dessupoio, Dra. Érika Savernini, Dr. Paulo Roberto Leal, Dr. Weden Alves, Dr. João Malerba, Dr. Eli Borges, Dr. Rodrigo Barbosa, Dra. Marise Mendes, Dr. Flávio Lins e Dra. Kérley Winkes.

Para além do apoio com recursos financeiros, enquanto discutíamos ideias, formatos e convidados, recebemos muitas sugestões de atividades e indicações de nomes para participar do ERECOM. Todas foram levadas em consideração e, se não estiveram presentes no evento, vão certamente estar nas ações que o projeto de extensão vai realizar até o seu encerramento, em meados do ano de 2026.

Assim, de 03 a 07 de novembro de 2025 realizamos a XXII edição do Encontro Regional de Comunicação. Foi um espaço de reflexão, troca de experiências e fortalecimento das práticas comunicacionais diante de um dos maiores desafios do nosso tempo: a crise climática. Diante de questões sociais, ambientais, econômicas e políticas que precisam ser repensadas em diferentes âmbitos, entre elas a relação dos seres humanos com a natureza, abordamos a Comunicação como uma prática coletiva, capaz de atravessar vivências e experiências individuais e coletivas. Ao reunir estudantes, pesquisadores, profissionais da área e representantes de movimentos sociais, o encontro discutiu nosso papel na construção de narrativas transformadoras, na mobilização social e na criação de alternativas voltadas à sustentabilidade e à justiça ambiental.

Por isso, a programação foi cuidadosamente elaborada para contemplar múltiplas perspectivas e linguagens, explorando desde os aspectos técnicos da comunicação até as suas dimensões éticas, sociais e políticas. Nesse sentido, o evento, além de integrar os dois cursos de graduação oferecidos pela FACOM – Jornalismo e Rádio, TV e Internet (RTVI) e o nosso Programa de Pós-Graduação em Comunicação, buscou também estimular a participação de outras instituições, cujas áreas dialoguem com a Comunicação, como Cinema, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Administração, Marketing, Artes e Design, entre outras que estabeleçam vínculos interdisciplinares e trocas possíveis.

Logo no primeiro dia, os participantes foram convidados a refletir sobre a preparação e a importância das conferências climáticas internacionais, em especial

a COP 30. *Talk shows* com pesquisadores, além de uma palestra/entrevista com o documentarista Fábio Nascimento, marcaram a abertura do evento, evidenciando como a comunicação pode mediar o diálogo entre ciência, sociedade e políticas públicas.

O segundo dia enfatizou o protagonismo de comunidades tradicionais indígenas, de quilombolas e de movimentos sociais, como o MST. Painéis sobre água, luta pela terra e narrativas de resistência buscaram não apenas ouvir essas vozes, mas também questionar as práticas comunicacionais que historicamente invisibilizam tais grupos. Foi um convite à Universidade e aos futuros profissionais da área, para repensar as suas práticas de forma mais plural, crítica e comprometida com a transformação social.

A quarta-feira, dia que completou os dez anos do desastre de Mariana, mergulhou nas memórias e consequências das tragédias ambientais em Minas Gerais, em especial, as causadas pelas mineradoras. Mesas e debates sobre a cobertura jornalística de crimes ambientais, apresentações de pesquisas e a exibição de documentários compuseram um dia marcado pela escuta, pela denúncia e pela reflexão sobre os impactos sociais e ambientais da mineração. A participação da jornalista Daniela Arbex, autora do livro *Arrastados*, reforçou a importância de unir jornalismo investigativo, memória coletiva e responsabilidade social.

O quarto dia abriu espaço para discussões sobre o mercado de trabalho, produção de conteúdos, comunicação organizacional e publicitária, alinhadas ao ESG (*Environmental, Social and Governance*) e a negócios de impactos em comunicação. O diálogo com profissionais de diferentes áreas buscou mostrar que a comunicação para a sustentabilidade não é apenas uma pauta urgente, mas também um campo de atuação e inovação que exige preparo técnico e sensibilidade social.

Encerrando a programação, o último dia do evento foi programado para o Jardim Botânico da UFJF, um palco de vivências ao ar livre, em atividades de integração entre comunicação, meio ambiente e comunidade. Um encerramento que simbolizou a proposta do evento: unir teoria e prática, reflexão e ação, conhecimento acadêmico e experiência cotidiana, em um espaço de convivência para inspirar novos olhares para a relação entre comunicação, natureza e os saberes ancestrais.

O Erecom 2025 firmou um pacto de encontro, que não apenas debateu a comunicação em tempos de emergência climática, mas também buscou propor caminhos possíveis, seja na formação profissional, na atuação política e na vida cotidiana. Ao longo de toda a semana, oficinas, painéis, grupos de trabalho e atividades culturais criaram um ambiente dinâmico e plural, que reafirmou o compromisso da Faculdade de Comunicação Social da UFJF com a construção de uma sociedade mais consciente, engajada e preparada para enfrentar os desafios ambientais do presente e do futuro.

Cabe ainda à Comissão Organizadora agradecer a todas e todos professoras e professores da FACOM que foram convidados e se dispuseram a participar das mediações das mesas que programamos, aos palestrantes, painelistas e convidados que disponibilizaram seu tempo para participar do ERECOM e aos 40 discentes voluntários que atuaram nas diversas áreas do evento.

Por fim, uma última mensagem a toda a FACOM, que confiou, acolheu e participou ativamente do evento: o XXII ERECOM foi um daqueles momentos que, daqui a alguns anos, a gente vai se lembrar, sentir orgulho de ter estado presente e dizer “Eu fui”!.

Um grande abraço a todas e todos!

Comissão organizadora do XXII Encontro Regional de Comunicação:

Prof. Dr. Álvaro Americano

Profa. Dra. Letícia Torres

Prof. Dr. Talison Vardiero

APRESENTAÇÃO DOS ANAIS

É com enorme satisfação que apresentamos os anais do XXII ERECOM – Encontro Regional de Comunicação. Em sua 22ª edição, o ERECOM reitera o seu compromisso com a valorização da produção científica desenvolvida por pesquisadores em diferentes etapas de formação. Agradecemos à comissão organizadora, liderada pelos professores Dr. Álvaro Americano, Dra. Letícia Torres e Dr. Talison Vardiero, pelo convite e pela confiança, assim como aos alunos e seus respectivos orientadores que submeteram trabalhos.

No XXII ERECOM, contamos com a colaboração de uma comissão avaliadora comprometida com a qualidade, a diversidade e o acolhimento das produções. Os pareceres foram fundamentais para que os debates aqui reunidos representassem tanto as discussões emergentes da área quanto a complexidade dos fenômenos comunicacionais contemporâneos.

Os trabalhos apresentados nestes anais foram organizados em seis mesas temáticas. A *Mesa 1 – Comunicação Pública da Ciência: práticas e desafios*, mediada pela professora Dra. Susana Reis, reúne pesquisas que discutem estratégias de divulgação científica, políticas de acesso ao conhecimento e os obstáculos para uma comunicação mais transparente e inclusiva. A *Mesa 2 – Identidade, representação, memória e narrativas*, mediada pela professora Dra. Ana Paula Dessupoio Chaves, abrange reflexões sobre processos identitários, construções narrativas e disputas simbólicas nos diferentes meios e suportes. A *Mesa 3 – Inteligência artificial, mídias digitais e plataformização*, mediada pelo professor Dr. Flávio Lins, aborda estudos sobre algoritmos, cultura digital e dinâmicas de circulação nas plataformas. Já a *Mesa 4 – Comunicação, meio ambiente e sustentabilidade*, mediada pela professora Mrs. Marina Polidoro Marques, abarca pesquisas que tratam da relação entre práticas comunicacionais, responsabilidade socioambiental e discursos sobre a crise climática. A *Mesa 5 – Comunicação e Política*, mediada pelo professor Dr. Paulo Roberto Leal), é voltada para os temas como campanhas eleitorais, participação cidadã, mediações tecnológicas e disputas discursivas no espaço público. Por fim, a *Mesa 6 – Cinema, TV e Ficção Seriada*, mediada pelo professor Dr. Talison Vardiero,

reúne estudos que analisam diferentes formatos audiovisuais, destacando seus impactos culturais, estéticos e sociais.

Esperamos que os anais sirvam não só como registro das reflexões promovidas no XXII ERECOM, mas como incentivo para que novas investigações, parcerias e debates continuem florescendo nos próximos encontros.

Boa leitura!

Comissão Científica do XXII Encontro Regional de Comunicação

Profa. Dra. Kérley Winkes (presidente)

Profa. Dra. Daiana Sigiliano

Prof. Dr. Gustavo Teixeira de Faria Pereira

Profa. Dra. Susana Azevedo Reis

MESA 1

**Comunicação Pública da Ciência:
práticas e desafios**

Comunicação pública em tempos de crise narrativa: uma análise do perfil “COP30naAmazônia” no TikTok

Clarisse Martins Benony¹

Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

RESUMO

Partindo da premissa de que o excesso de informação e a fragmentação temporal que caracterizam o ambiente digital culminam na crise da narrativa tradicional (HAN, 2022), esta pesquisa busca investigar como instituições públicas reconfiguram suas estratégias comunicacionais ao adotarem formatos narrativos descontínuos. Para isso, toma-se como objeto o perfil “COP30naAmazônia” no *TikTok*, analisado por meio de uma metodologia de análise de conteúdo comparativa em relação a perfis jornalísticos na mesma rede. O objetivo é compreender como esses formatos reorganizam a percepção, a experiência e o vínculo entre instituição e público.

PALAVRAS-CHAVE

Narrativa; Comunicação Pública; TikTok; COP30 Amazônia; Experiência.

INTRODUÇÃO

A COP30, do inglês *Conference of the Parties*, é a 30ª Conferência das Partes da Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre Mudança do Clima (UNFCCC), e será realizada na Amazônia, mais especificamente em Belém, capital do estado do Pará. O evento mobiliza o globo para negociar ações de combate às mudanças climáticas. Nesse contexto, foi criado um perfil oficial para a conferência na rede social *TikTok*, a abordagem comunicacional escolhida motivou a construção deste artigo por meio de uma análise comparativa entre o perfil oficial, “COP30naAmazônia”, e o perfil do G1.

Enquanto o perfil do G1 no *TikTok* preserva elementos da narrativa jornalística tradicional — condensando fatos em sequências mínimas, ainda regidas por lógica informativa e fechamento — o perfil “COP30naAmazônia” segue em outro regime. Esse contraste não se dá apenas pela diferença entre jornalismo e

¹ Clarisse Martins Benony, Graduanda em Jornalismo (UFJF), bolsista do PET Facom (UFJF). E-mail: clarisse.benony@estudante.ufjf.br.

comunicação institucional; mas se baseia naquilo que Byung-Chul Han descreve como crise da narrativa tradicional. Em concordância, David Costa, no artigo “A crise das narrativas é também a crise do sujeito em comunidade” publicado em 2024 na Revista Comunicação & Educação, identifica essa crise por seis parâmetros centrais: perda da capacidade de narrar com significado; desacordo entre narrativa e modernidade fragmentada; substituição da narrativa por storytelling capitalista; excesso de informação e consequente crise da experiência; atrofia temporal e fragmentação do sujeito; e digitalização e desencantamento.

Este trabalho será guiado sobretudo pelo Parâmetro 3 — a substituição da narrativa por *storytelling*. O perfil “COP30naAmazônia”, como estudo de caso, visa investigar em que medida a comunicação pública, ao ingressar em plataformas como o *TikTok*, se adequa a lógicas narrativas próprias do mercado da atenção. Com essa problematização, a proposta é analisar como a crise da narrativa tradicional modifica as formas de percepção, experiência e vínculo entre instituição pública e receptor em ambientes digitais baseados no fluxo e na fragmentação.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Byung-Chul Han (2023) argumenta que a sociedade contemporânea vive uma crise da narração, marcada pela perda da capacidade de atribuir sentido à experiência. Segundo o autor, a modernidade digital favorece um modelo comunicacional com base na aceleração, no excesso de estímulos e na fragmentação do tempo, o que prejudica a formação de narrativas dotadas de continuidade e significado.

Luiz Gonzaga Motta (2005) contribui para a compreensão da narrativa como forma de estruturação simbólica do real. Para o autor, o jornalismo utiliza esquemas narrativos herdados da tradição literária e mitológica, sendo eles: a ruptura da ordem, intervenção de agentes e restauração da normalidade. Assim, a notícia opera como narrativa estruturada, com personagens, conflitos e resoluções. Tal construção, contrasta com o *storytelling* apontado por Han, já que institui a narrativa jornalística como ancorada na continuidade e na coerência.

É possível também analisar a crise da narrativa pelo recorte da experiência, o aumento dos fluxos informacionais limita o sujeito a um receptor incapaz de codificar informação em experiência, Walter Benjamin (2012) já percebia essa

“pobreza de experiência” no início do século XX. Segundo ele, “no interior de grandes períodos históricos, a forma de percepção das coletividades humanas se transforma ao mesmo tempo que seu modo de existência” (BENJAMIN, 2012). Para Benjamin, a modernidade industrial havia substituído a figura do narrador por formas rápidas e fragmentadas de informação. Han segue com essa reflexão ao afirmar que a informação é transparente e imediata, enquanto a narrativa exige espera e espessura temporal.

Os autores discutidos permitem compreender o *TikTok* como ambiente de *storytelling* e performance, em que a lógica de funcionamento da plataforma reproduz a estética da pontualidade descrita por Han (2023) e se opõe aos princípios da narrativa jornalística tradicional estabelecidos por Motta (2005).

Trata-se, portanto, de um formato comunicacional em que a experiência já não se organiza em continuidade, mas em instantaneidade; em que a narração deixa de ser processo de mediação para tornar-se mecanismo de captura. Esse cenário oferece o recorte teórico necessário para analisar como instituições públicas, nesse caso a *COP30*, passam a adotar formas narrativas próprias desse ambiente.

METODOLOGIA

Esta pesquisa adota uma abordagem qualitativa e comparativa, com base no método de análise de conteúdo conforme sistematizado por Bardin (2011), compreendendo três etapas principais: (1) pré-análise, (2) exploração do material e (3) interpretação dos resultados. O método permite identificar padrões narrativos e estratégias comunicacionais em produtos midiáticos, permitindo a categorização e comparação de estruturas de discurso.

Para fins comparativos, serão selecionados conteúdos de perfil jornalístico tradicional atuante na plataforma — neste estudo, o G1 — a fim de estabelecer contrastes entre narrativas de caráter informativo e narrativas de engajamento performático. A análise comparativa buscará identificar padrões recorrentes que evidenciem a transição da narrativa tradicional para o *storytelling performático* descrito por Han.

CONCLUSÃO

Ao tomar o perfil “COP30naAmazônia” como objeto, busca-se compreender como uma instituição, de objetivo discursivo político-ambiental, adapta-se a um regime comunicacional pautado em fragmentação, aceleração e algoritmização. Vale destacar que tal deslocamento não pretende ser analisado apenas como empobrecimento narrativo, mas também como indício de uma transformação estrutural na relação entre instituições e públicos.

A proposta é problematizar as condições contemporâneas de escuta, atenção e experiência, entendendo que a disputa hoje se dá entre modelos distintos de recepção e vínculo social. Assim, compreender como se conta, ou deixa de se contar, uma história no TikTok revela, principalmente, formas emergentes de percepção coletiva.

Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica**. In: BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. 8. ed. São Paulo: Brasiliense, 2012. p. 165-196.

COSTA, David. **A crise das narrativas é também a crise do sujeito em comunidade**. *Revista Comunicação & Educação*, São Paulo, v. 18, n. 2, p. 315-320, maio/ago. 2024. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v18i2p315-320>.

COP30 AMAZÔNIA. **COP30 na Amazônia**. TikTok, [s.d.]. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@cop30naamazonia? t=ZM-8zkdI0S1ORZ& r=1>. Acesso em: 24 set. 2025.

G1. **G1**. TikTok, [s.d.]. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@g1? t=ZM-9074loYseyW& r=1>. Acesso em: 24 set. 2025.

HAN, Byung-Chul. *A crise da narração*. Petrópolis: Vozes, 2023.

LARROSA BONDÍA, Jorge. **Notas sobre a experiência e o saber de experiência**. *Revista Brasileira de Educação*, n. 19, p. 21-28, jan./abr. 2002.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise crítica da narrativa**. Brasília: Editora UnB, 2005.

Democratização do conhecimento produzido na academia: Análise da playlist “Ciclo de Estudos” do NJA-UFJF no YouTube

Jean Paulo de Almeida¹

Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

Iluska Coutinho²

Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

RESUMO

Este trabalho analisa o quadro Ciclo de Estudos (2017–2020), do Núcleo de Jornalismo e Audiovisual da UFJF no YouTube, investigando sua contribuição para a democratização do conhecimento em meio à desordem informacional. A partir da Análise de Materialidade Audiovisual (Coutinho, 2016), examinam-se recursos narrativos, visuais e interativos nas 16 edições, que reuniram pesquisadores e profissionais em debates sobre temas contemporâneos. Destacam-se a profundidade dos diálogos e a participação discente. Mesmo com alcance reduzido e encerrado em 2020, cumpriu papel relevante na formação crítica.

PALAVRAS-CHAVE

Ciclo de Estudos; Audiovisual; Democratização científica; AMA; YouTube.

INTRODUÇÃO

A circulação de informações em ambientes digitais tornou-se um dos principais desafios do mundo contemporâneo, não à toa, a proliferação de conteúdos desinformativos, somada à existência de desertos de notícias, regiões carentes de veículos jornalísticos locais (Abernathy, 2016), compromete o direito de acesso a informações confiáveis. Nesse cenário, a universidade assume papel fundamental ao ocupar espaços digitais, produzindo conteúdos que dialogam com diferentes públicos e contribuem para a formação crítica da sociedade (Castells, 2016).

¹ Estudante do Curso de Jornalismo, Universidade Federal de Juiz de Fora. Bolsista PIBIC (CNPq), integrante do NJA - Núcleo de Estudos em Jornalismo e Audiovisual. E-mail: almeidapaulo.jean@estudante.ufjf.br.

² Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo (FACOM-UFJF) e coordenadora do NJA - Núcleo de Estudos em Jornalismo e Audiovisual. iluska.coutinho@ufjf.br.

O presente estudo visa analisar o quadro *Ciclo de Estudos*, desenvolvido pelo Núcleo de Jornalismo e Audiovisual da Universidade Federal de Juiz de Fora (NJA-UFJF) entre 2017 e 2020 e veiculado no canal do grupo no YouTube. Com 16 edições realizadas em formatos presencial e remoto, o projeto reuniu pesquisadores e profissionais da comunicação para debater questões contemporâneas e incentivar a participação discente, alcançando aproximadamente 1,13 mil visualizações no período.

A proposta desta pesquisa é compreender as potencialidades e limitações do *Ciclo de Estudos* como iniciativa acadêmica de divulgação científica. O foco está em examinar como produções audiovisuais universitárias podem se constituir em estratégias de democratização do conhecimento em contextos de desinformação e lógica algorítmica das plataformas digitais.

PROBLEMAS CONTEMPORÂNEOS DA COMUNICAÇÃO

A desinformação consolidou-se como um dos maiores desafios da comunicação contemporânea. Wardle e Derakhshan (2017) denominam esse fenômeno de “desordem informacional”, destacando seus impactos na esfera pública. Paralelamente, o conceito de desertos de notícias, trazida para um universo regional por Franco (2022) revela a fragilidade do jornalismo local e o vácuo informativo que amplia a circulação de conteúdos não verificados.

Projetos acadêmicos de divulgação científica então, emergem como estratégias de enfrentamento, ao promover o acesso a debates qualificados e ancorados em evidências. A produção audiovisual universitária integra esse movimento, explorando recursos multimodais que aproximam ciência e sociedade.

A visibilidade, no entanto, é condicionada ao funcionamento das plataformas digitais. Gillespie (2018) mostra que os algoritmos moldam o alcance, priorizando engajamento em detrimento da relevância científica. Napoli e Caplan (2018) ressaltam que, ao se definirem como empresas de tecnologia e não de mídia, as plataformas evitam responsabilidades editoriais, o que intensifica os desafios da difusão do conhecimento científico, priorizando conteúdos de maior potencial de engajamento, como *trends* virais e conteúdos de entretenimento.

AMA APLICADA COMO ANÁLISE DO QUADRO

A pesquisa adota a Análise da Materialidade Audiovisual (Coutinho, 2016) como principal referencial, considerando o audiovisual como unidade composta por texto, som, imagem, tempo e edição. O corpus corresponde aos 16 vídeos disponíveis do Ciclo de Estudos no canal do NJA, contemplando tanto os encontros presenciais quanto os realizados remotamente.

A análise concentrou-se em três eixos: (1) narrativa e estrutura discursiva, observando organização das falas, mediação dos debates e clareza na transmissão; (2) recursos visuais e sonoros, avaliando enquadramentos, cortes, legendas, trilhas e elementos gráficos; (3) participação e interação, identificando o papel dos estudantes e o potencial de diálogo no YouTube. Dados de alcance e engajamento também foram considerados para relacionar performance com a lógica algorítmica da plataforma.

PRINCIPAIS RESULTADOS

A análise revelou potencialidades e limitações da iniciativa. Entre os pontos positivos, destacam-se a profundidade dos debates conduzidos por pesquisadores e profissionais, permitindo discussões críticas e fundamentadas, e a participação ativa dos estudantes, que encontraram no projeto um espaço de formação e integração entre ensino, pesquisa e extensão. Tais elementos reforçam o caráter pedagógico e social do quadro.

Quanto aos recursos audiovisuais, observaram-se cortes simples, enquadramentos fixos e inserção pontual de elementos gráficos. Essa escolha valorizou as falas, favoreceu a clareza e contribuiu para a permanência do conteúdo em ambiente digital. A mediação das conversas e a acessibilidade do registro também colaboraram para a compreensão.

O quadro acumulou cerca de 1,13 mil visualizações em três anos, número modesto diante da amplitude do YouTube. O alcance limitado reflete a lógica algorítmica da plataforma, que privilegia conteúdos de maior apelo comercial (Gillespie, 2018). Ainda assim, os resultados indicam que, mesmo com alcance restrito, o projeto cumpriu um papel relevante ao disponibilizar debates qualificados e acessíveis, fortalecendo a circulação de conhecimento confiável produzido no meio acadêmico em um cenário marcado pela desinformação.

CONCLUSÃO

O estudo evidencia como iniciativas audiovisuais universitárias podem democratizar o conhecimento e contribuir para a formação crítica em contextos de vulnerabilidade informacional. Ao reunir pesquisadores, profissionais e estudantes em debates acessíveis no YouTube, o Ciclo de Estudos demonstrou potencial de ampliar o alcance do saber acadêmico e integrar ensino, pesquisa e extensão.

Os resultados mostram, entretanto, que a visibilidade limitada e a interrupção da série fragilizaram sua consolidação como ferramenta contínua de divulgação científica. Esses obstáculos reforçam a necessidade de incentivos institucionais que garantam a sustentabilidade de produções desse tipo, ainda que enfrentem as barreiras impostas pelas plataformas digitais.

Conclui-se que, ainda que o impacto quantitativo tenha sido modesto, o efeito qualitativo, expresso na profundidade dos debates e na participação discente, confirma a relevância de se fortalecer e expandir estratégias audiovisuais de divulgação científica no ambiente digital.

Referências

- ABERNATHY, Penelope Muse. **The Rise of a New Media Baron and the Emerging Threat of News Deserts**. University of North Carolina Press: Center for Innovation and Sustainability in Local Media, 2016.
- CASTELLS, M. **O Poder da Comunicação**. São Paulo: Paz e Terra, 2016.
- COUTINHO, Iluska. **O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: a análise da materialidade audiovisual como método possível**. In: XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2016, São Paulo. Anais eletrônicos... São Paulo: Intercom, 2016.
- GILLESPIE, Tarleton. **The relevance of algorithms**. Parágrafo, São Paulo, v. 6, n. 1, p. 15-36, 2018.
- FRANCO, César. **Desertos de notícias na região da Zona da Mata mineira: produção e carência de informação local**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Juiz de Fora, 2022.
- WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Information Disorder: Definitions**. Philadelphia: University of Pennsylvania, 2017.
- NAPOLI, Philip; CAPLAN, Robyn. **Por que empresas de mídia insistem que não são empresas de mídia, por que estão erradas e por que isso importa**. Parágrafo, São Paulo, v. 6, n. 1, p. 51-66, 2018.

Nevidh em Pauta Convida: extensão e pesquisa unidos pelo Jornalismo Científico

Ricardo Bedendo¹

Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

Sarah Luiza Rocha Nascimento²

Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF

Thiago Cesário Campos³

Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF

Elias Augusto Gomide Freitas⁴

Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF

Mariana Afonso Nobre⁵

Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF

RESUMO

O “Nevidh em pauta Convida” é um *videocast* associado ao Núcleo de Estudos em Polícias de Drogas, Violência e Direitos Humanos (NEVIDH), da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Criada em 2020, durante a pandemia de Covid-19, como forma de manter as atividades do Núcleo durante o período de isolamento social, a produção evoluiu com diversas entrevistas que reproduziram importantes informações de pesquisas de interesse público. Em 2024, transformou-se em Projeto de Extensão em Interface com a Pesquisa, por meio de edital da Pró-Reitoria de Extensão da UFJF. Até o momento, são seis séries temáticas. Princípios conceituais e práticos do Jornalismo Científico ancoram o desenvolvimento deste trabalho.

PALAVRAS-CHAVE

Nevidh; Jornalismo Científico; Ciências Sociais; Comunicação; Extensão.

INTRODUÇÃO

Estudos ao redor do mundo sobre a prática do Jornalismo Científico destacam a importância de reexaminarmos as formas de comunicar a ciência ao público, em contextos de crescente interesse pelos empreendimentos científicos (Liskauskas et al., 2019). Nessa dinâmica, ganha relevo a utilização de modelos híbridos capazes de contemplar diferentes dimensões de produção e de recepção dos públicos desejados.

¹ Professor dos cursos de Jornalismo/Facom; NEVIDH, email: ricardo.bedendo@ufjf.br.

² Voluntária de graduação do curso de Jornalismo Noturno/Facom. Email: nascimento.sarahluiza@estudante.ufjf.br.

³ Voluntário de graduação do curso de Jornalismo Integral/Facom. Email: thiago.cesario@estudante.ufjf.br.

⁴ Voluntário de graduação do curso de RTVI/Facom. Email: elias.gomide@estudante.ufjf.br.

⁵ Voluntária de graduação do curso de Cinema e Audiovisual. Email: nobre.mariana@estudante.ufjf.br.

Princípios, como alfabetização científica, contextual, experiência de pessoas leigas e participação pública são considerados estratégicos nessa composição (Amend et al., 2014).

Diante de prerrogativas como essas, apresentamos breves resultados do projeto de extensão em interface com a pesquisa denominado “Nevidh em Pauta Convida”. A iniciativa é um *videocast* de divulgação científica do Núcleo de Estudos em Políticas de Drogas, Violência e Direitos Humanos (Nevidh/UFJF), vinculado ao programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, ao Mestrado Profissional em Sociologia e à Faculdade de Comunicação da UFJF. Com um primeiro formato online, criado durante a pandemia de Covid-19, em 2020, o programa abriu novos horizontes no segundo semestre de 2022, com os trabalhos presenciais totalmente restabelecidos. Com o modelo atual, foi possível ampliar a divulgação científica e demarcar, ainda mais, um espaço de informação e de comunicação com a sociedade, por meio de uma linguagem mais universal e adaptada às características do “rádio tecnológico expandido”.

Com a série “Pesquisa em Sociologia”, o Programa produzido e apresentado pelo professor da Facom e pesquisador do Nevidh, Ricardo Bedendo, estreou no dia 05 de setembro com o tema “Políticas Públicas na Segurança”. O primeiro episódio foi transmitido ao vivo pelo canal oficial do Youtube e depois disponibilizado no Spotify. Essa iniciativa avançou ao longo dos anos com outros nove capítulos que reuniram pesquisadores de instituições de diferentes regiões do Brasil e do mundo. Um deles, por exemplo, demarcou a internacionalização do trabalho. A entrevista com o professor da Universidad Autónoma de Nayarit, no México, Jorge Luis Marín Garcia foi conduzida pelo coordenador do Nevidh, professor Paulo Fraga, com o tema “Drogas e conflito no México”. Essa gravação aconteceu no dia 26 de julho, no estúdio 2 da Rádio Facom e fez parte das atividades de outra iniciativa da UFJF da qual o NEVIDH participou: O *Global July*.

Já a interlocução com pesquisadores e instituições brasileiras pode ser exemplificada pelo episódio “O controle do tabaco no Brasil: breve histórico, avanços e desafios”, com a psicóloga, sanitarista, tecnóloga da Divisão de Controle do Tabagismo do Instituto Nacional do Câncer (INCA), Aline Mesquita, realizada em formato de live no dia 28 de junho.

Com esta proposição, o “Nevidh em Pauta” atualmente se consolida como um espaço de divulgação científica, de comunicação com diferentes públicos e de retorno à sociedade dos conhecimentos produzidos em instituições públicas. Outras cinco séries de

fluxo contínuo integram a *playlist* do programa, com temáticas pautadas pela agenda social: Violência de Gênero, Refugiados, Saúde Mental, Violência Escolar e Descriminalização da Maconha.

No segundo semestre de 2024, o Nevidh em Pauta Convida se transformou em Projeto de Extensão em Interface com a Pesquisa, a partir de um edital da Pró-Reitoria de Extensão da UFJF. Com a coordenação do professor Ricardo Bedendo, o projeto abriu espaço para quatro alunos voluntários de graduação, dos cursos de Jornalismo, RTVI e Cinema e Audiovisual da Universidade.

A parceria com outros cursos da Universidade também demarca o trabalho. A série “Saúde Mental” nasceu da união com o Núcleo de Pesquisa sobre Sujeitos, Política e Direitos Humanos (Nupsid), coordenado pelo professor do Departamento de Psicologia da UFJF, Fernando Santana. Os registros das séries podem ser encontrados nos canais do Spotify e Youtube, no site do Nevidh (nevidh.ufjf) e no Instagram @nevidh.ufjf.

A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA POR MEIO DO JORNALISMO ESPECIALIZADO

O “Nevidh em Pauta Convida” se apoia no Jornalismo Científico pautado no reconhecimento da grande abrangência e da universalidade das linguagens do chamado “rádio expandido” (Kischnevisky, 2021). Silva e Gentili (2020, p.2) reconhecem a importância dos laços entre o jornalismo e a ciência, como mecanismo de suprir lacunas ou ausências completas de informação entre as parcelas mais vulneráveis socialmente. “Enquanto o jornalismo constitui-se como parte presente cotidianamente em uma sociedade, a ciência aparece como uma categoria muito específica, a qual também cumpre uma função social, mas que na prática se realiza distante da população em geral.” A ética é considerada elemento-chave na ligação entre estes fazeres. “O jornalismo, assim como a ciência, são áreas que intrinsecamente se conectam com valores éticos, uma vez que cumprem um papel social ao garantirem direito à informação e ao conhecimento propiciando mais qualidade de vida, além de fortalecer princípios democráticos” (Silva; Gentili, 2020, p.3).

A preocupação com modelos híbridos de comunicação da Ciência, que sejam capazes de abarcar diferentes públicos, é também parte do processo. Conforme Gamboa (2022) é sim necessário que o conhecimento científico seja desenvolvido através do rigor necessário, mas “também é verdade que a comunicação da ciência deve ser mais aberta, plural e não exclusiva da comunidade científica” (Gamboa, 2022, p.435, tradução nossa).

Equalizar a comunicação da ciência com atores sociais distantes muitas vezes dos conhecimentos intelectuais produzidos nas universidades é uma das principais metas. Nossa iniciativa desponta, portanto, com o diferencial de posicionar o ator social como protagonista dos debates. Ou seja, trazemos os representantes das comunidades com suas vivências e experiências e os dispomos nas mesmas cadeiras dos pesquisadores e demais representantes das instituições relacionadas.

Referências

AMEND, Elise; CAPURRO, Gabriela; SECKO, David M. "Grasping scientific news: the use of science journalism models to clarify the impacts of alternative forms of production". **Journalism Practice**, 8(6), 789–808, 2014.

GAMBOA, Luis-Alan Acuña. "Periodismo científico y formación de investigadores educativos en México". **RLEE NUEVA ÉPOCA (MÉXICO)**, Vol. LII n.3, 2022.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. "Notas para uma metodologia de pesquisa em rádio expandido". 44^o Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2021.

LISKAUSKAS, Suzana; RIBEIRO, Mariana D.; VASCONCELOS, Sonia MR. "Changing times for science and the public: Science journalists' roles for the responsible communication of science". **EMBO rep.** 20: e47906, 2019.

SILVA, Thalita Mascarelo da; GENTLLI, Victor Israel. "OS NEWS PROMOTERS NO JORNALISMO E NA CIÊNCIA: uma reflexão sobre ética e função social na contemporaneidade". **Revista Observatório**, Vol. 6, n. 4, 2020.

A produção de conteúdo sobre livros em podcasts jornalísticos: uma análise do 451 MHz

Mayara Fernandes¹
Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF
Cláudia de Albuquerque Thomé²
Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF
Susana Azevedo Reis³
Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

RESUMO

O podcast tem se consolidado como um dos principais meios digitais no Brasil e se tornou um espaço de discussão sobre literatura e temas sociais. Este trabalho investiga como o programa 451 MHz integra literatura e jornalismo, buscando compreender a produção de conteúdo sobre livros em podcasts jornalísticos. A pesquisa adota a Análise Crítica da Narrativa, proposta por Motta (2013) e adaptada por Viana (2022), aplicada em quatro episódios com foco na temática “Escrita Literária”. A partir da investigação, é possível observar que a literatura não é tratada como objeto isolado, mas como ponto de partida para questões sociais e políticas. O condutor dos episódios é a informação, que cumpre a função jornalística de discutir obras literárias e seus contextos sociais.

PALAVRAS-CHAVE

Podcast jornalístico; Literatura; 451 MHz.

INTRODUÇÃO

O podcast *451 MHz*, criado em 2018 pela revista *Quatro Cinco Um* e produzido pela *Rádio Novelo*, se consolidou como espaço de difusão literária. A partir da análise desenvolvida durante o trabalho, é proposto compreender de que maneira o *451 MHz* integra literatura e jornalismo para tratar de livros e temas sociais?

Nesse processo, pode-se destacar o jornalismo cultural, que une literatura, arte e sociedade e abre espaço para debates que vão além da divulgação de livros. No *451 MHz*, isso ocorre quando o episódio discute obras, autores e temas sociais, aproximando a literatura das discussões atuais por meio de entrevistas, críticas e reportagens.

¹Graduanda em Jornalismo na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora. E-mail: mayara.fernandes@estudante.ufjf.br.

²Professora da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora e do Programa de Pós-graduação em Comunicação. E-mail: claudia.thome@ufjf.br.

³Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora. E-mail: susana.reis@estudante.ufjf.br.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A discussão sobre podcasts envolve seu surgimento como remediação do rádio (Primo, 2005; Kischinhevsky, 2016) e como um formato que permite uma convergência midiática (Jenkins, 2008). A ascensão do formato no Brasil, especialmente após a pandemia da Covid-19, reforçou o podcast como espaço informativo e cultural. Autores como Bonini (2020) e Silva (2024) destacam seu caráter multimodal e interativo, enquanto McLuhan (1964) e Castells (2007) ajudam a compreender como os meios de comunicação moldam e são moldados pela sociedade.

Além disso, a noção de *podosfera* (Santos, 2020 apud Rellstab, 2022) evidencia que a formação de comunidades digitais de escuta e debate permite que os podcasts circulem em diferentes plataformas, ampliando o alcance e impacto cultural. A oralidade, resgatada a partir da estrutura radiofônica, ganha novas dimensões com os podcasts, que permitem uma escuta de acordo com as necessidades do ouvinte e mais interativa.

A pesquisa busca compreender como o podcast expande a experiência do leitor-ouvinte, estabelecendo um espaço de escuta crítica e sendo uma ponte entre literatura e sociedade. Assim, esses podcasts produzem um conteúdo sobre livros, autores e a literatura em si, se configurando como conteúdos do jornalismo cultural. Segundo Daniel Piza (2013), no campo da comunicação, para entender como a literatura, o cinema, a música e outras expressões culturais alteram as formas de percepção do mundo, foi necessária uma expressão que abrangesse todos esses elementos: o jornalismo cultural. Assim, para o autor

o fundamental no jornalista cultural é que saiba ao mesmo tempo convidar e provocar o leitor, notando ainda que essas duas ações não raro se tornam a mesma: o leitor que se sente provocado por uma opinião diferente (no conteúdo ou mesmo na formulação) está também sendo convidado a conhecer um repertório novo, a ganhar informação e reflexão sobre um assunto que tendia a encarar de outra forma (Piza, 2013, posição 76 e 77).

Assim, para nós, ao articular obras, autores e debates sociais, o *451 MHz* não apenas divulga a produção literária contemporânea, mas também promove questionamentos coletivos sobre temas atuais da sociedade.

METODOLOGIA

A pesquisa utiliza a Análise Crítica da Narrativa (Motta, 2013), adaptada ao podcast por Viana (2022). Foram analisados quatro episódios do *451 MHz*, selecionados dentro do eixo “Escrita Literária”, a partir de um recorte de 28 episódios lançados entre maio de 2024 e maio de 2025. Os episódios escolhidos foram: *Escrever para contar* (Tatiana Salem Levy e Paula Sacchetta), *Simplesmente escritor* (Jeferson Tenório), *O poeta no divã* (Carlito Azevedo) e *A boba da corte* (Tati Bernardi). A seleção priorizou programas que abordam obras literárias, relacionadas a questões sociais e políticas, como identidade, memória e desigualdade. A análise se desenvolveu a partir dos três planos narrativos: expressão (recursos sonoros e linguagem), estória (conteúdo narrado) e metanarrativa (reflexão sobre a prática jornalística e literária).

RESULTADOS E CONTRIBUIÇÕES

Os episódios analisados apontam que o *451 MHz* utiliza técnicas jornalísticas, como as entrevistas, curadoria, contextualização e análise crítica, para abordar literatura de forma leve e com o intuito de informar. Além de apresentar obras e autores, o programa articula a discussão literária com questões sociais, como diversidade, identidade cultural e transformações contemporâneas. A pesquisa evidencia que o podcast expande a experiência do leitor-ouvinte, estabelecendo um espaço de escuta crítica da literatura na sociedade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo mostra que o podcast jornalístico *451 MHz* contribui para ampliar a circulação de ideias literárias no ambiente digital. Sua proposta combina jornalismo cultural e crítica literária em um formato que utiliza as entrevistas para fortalecer a divulgação de obras e o debate de temas sociais. Dessa forma, o podcast se constrói como meio de informação e promoção da literatura contemporânea.

Referências

BONINI, Tiziano. A “segunda era” do podcasting: reenquadrando o podcasting como um novo meio digital massivo. Tradução: Marcelo Kischinhevsky. **Radiofonias — Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG, v. 11, n. 01, p. 13-32, jan./abr. 2020.

CASTELLS, M. A sociedade em rede: do conhecimento à política. In: CASTELLS, M.; CARDOSO, G. (Org.). **A sociedade em rede: do conhecimento à ação política**. Lisboa: INCM, 2007.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

KISCHINHEVSKY, M. **Rádio e mídias sociais**: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.

MOTTA, L. G. **Análise crítica da narrativa**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2013.

PIZA, D. **Jornalismo cultural**. São Paulo: Contexto, 2013. Ebook. 160 posições

PRIMO, A. **Para além da emissão sonora: as interações no podcasting**. Intexto, Porto Alegre, 2005.

RELLSTAB, C. O podcast no Brasil: uma análise sobre o formato e suas abordagens na academia. In: MALULY, L. V. B. et al. (Org.). **Alterjor: volume 1**. São Paulo: ECA-USP, 2022. p. 25-56.

SILVA, E. Jornalismo interpretativo em podcasts: uma análise dos programas “Café da Manhã” e “Estadão Notícias”. 2024. **Dissertação** (Mestrado em Comunicação e Indústria Criativa) – Universidade Federal do Pampa, São Borja, 2024. Disponível em: <https://repositorio.unipampa.edu.br/server/api/core/bitstreams/7a4d7789-5889-4895-9e71-473f8ac49f09/content>. Acesso em: 22 jun. 2025.

VIANA, Luana. Desafios metodológicos em pesquisas de rádio e mídia sonora: uma proposta de análise crítica da narrativa em podcasts. **Novos Olhares**, [S.L.], v. 12, n. 2, p. 26-37, 23 nov. 2023. Universidade de São Paulo. Agência de Bibliotecas e Coleções Digitais. <http://dx.doi.org/10.11606/issn.2238-7714.no.2023.216180>. Disponível em: <https://revistas.usp.br/novosolhares/article/view/216180/203014>. Acesso em: 20 jun. 2025.

Deserto de notícias: uma proposta de abordagem a partir das regiões geográficas intermediárias e imediatas

César Franco dos Santos Martins¹
Universidade do Estado do Rio de Janeiro - UERJ

RESUMO

A pesquisa em desenvolvimento tem como principal questionamento o uso do conceito de deserto de notícias no território brasileiro. Dentre as problemáticas, aponta-se: a unidade territorial de análise (ser município, no caso brasileiro) e a forma predominantemente quantitativa que o conceito é usado no Brasil. Como proposta de aplicação sugere-se uma abordagem a partir das regiões geográficas intermediárias e imediatas. O estudo apresenta como direcionamento as regiões imediatas de Juiz de Fora e Manhuaçu, ambas integram a região intermediária de Juiz de Fora.

PALAVRAS-CHAVE

deserto de notícias; mídia local; direito à comunicação; geografias da comunicação.

INTRODUÇÃO

O conceito de deserto de notícias surge no contexto estadunidense em um cenário em que há um avanço dos grandes grupos de mídia sobre os pequenos jornais do interior. Fundos de investimentos começaram a comprar grupos e gerenciar os jornais, surgindo, assim, um novo tipo de “dono de jornal” (Abernathy, 2016). No Brasil, começou a ser explorado em 2017 pelo Atlas da Notícias, projeto que faz o levantamento de veículos de comunicação nos municípios.

A ausência de veículo local é a essência do que se define como deserto de notícias, mas consideramos, sobretudo na realidade brasileira, que envolve questões que não se limitam a esse fato. A “importação” de um conceito pode ocasionar reducionismo e apresentar falhas em seu uso. Apontamos que, no Brasil, uma possibilidade de avanço no conceito é considerá-lo a partir das regiões geográficas intermediárias e imediatas².

FUNDAMENTAÇÃO

¹ Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), doutorando no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). E-mail: cezarfrmartins1997@gmail.com.

² Nova divisão regional elaborada pelo IBGE, em 2017, que substitui as mesorregiões e microrregiões, respectivamente.

A abordagem de deserto de notícia de forma quantitativa é mencionada por Reis (2022) quando aponta a diferença entre a apropriação do conceito pelo Atlas da Notícia com a da elaborada nos Estados Unidos. Por identificar uma associação política significativa nas mídias do interior maranhense, a pesquisadora coloca que “o conceito central de deserto de notícias vai além da presença ou não de veículos jornalísticos, pois se preocupa com a independência e a qualidade das notícias” (Reis, 2022, p. 223). Nos estudos de mídia regional e local, Deolindo (2019) ressalta a importância de considerar a origem, a demografia e, também, a função das cidades na rede urbana.

Ao verificar como as firmas jornalísticas se distribuem pelo território fluminense, Deolindo (2019) usa como uma das principais bases a pesquisa Regiões de Influência das Cidades (Regic), do IBGE, e considera os fluxos noticiosos e as articulações entre as cidades. A presença de veículos de mídia é um dos fatores do Regic para definição das centralidades das cidades.

Reis (2022, p. 225) considera a rede urbana e o papel que as cidades médias desempenham nos serviços de mídia. “Enquanto muito se problematiza a necessidade de promover iniciativas jornalísticas nas cidades pequenas - o que não contestamos -, ampliamos o debate para as cidades médias”. A pesquisadora apresenta a possibilidade de alinhamento entre a cobertura local à regional e denomina de “Jornalismo de Influência Regional” a atividade jornalística que pode se fazer presente em cidades médias.

PROPOSTA

Partimos da hipótese de que a abordagem de deserto de notícia utilizando-se município como unidade territorial, de forma isolada, mostra-se limitada para o desenvolvimento do conceito³. A pesquisa apresenta como proposta a inserção das regiões intermediárias e imediatas. Para isso, utiliza-se de uma abordagem teórico-metodológica na perspectiva da Geografias da Comunicação, tendo como contribuição os estudos sobre território de Santos e Silveira (2006); o Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (PNUD; IPEA; FJP, 2010); a pesquisa Regic (2020); e os estudos do IBGE (2016; 2017) sobre arranjos populacionais e divisões regionais.

³ Nos Estados Unidos, onde se originou o conceito, usa-se condados, que são em média maiores que os municípios brasileiros e geralmente agrupam vários perímetros urbanos, ou seja, tem várias cidades no mesmo recorte. Acreditamos que utilizar municípios como a unidade territorial de análise, altera o sentido original do conceito.

O Brasil tem 133 regiões intermediárias e 510 regiões imediatas. O intuito dessa divisão é considerar as cidades como pontos de partida para organizar o território e a maneira como se relacionam com os fluxos de serviços, informações e consumo (IBGE, 2017). As imediatas são áreas que procuram centros urbanos próximos para que atendam às necessidades mais diretas (emprego, saúde, educação etc.). Já as intermediárias organizam as regiões imediatas no território e oferecem serviços mais complexos (serviços médicos especializados e universidades, por exemplo). Se o Brasil apresenta uma divisão regional que considera os fluxos de bens e serviços das cidades, então, por que não ter essa divisão como base na abordagem de deserto de notícias?

DIRECIONAMENTO

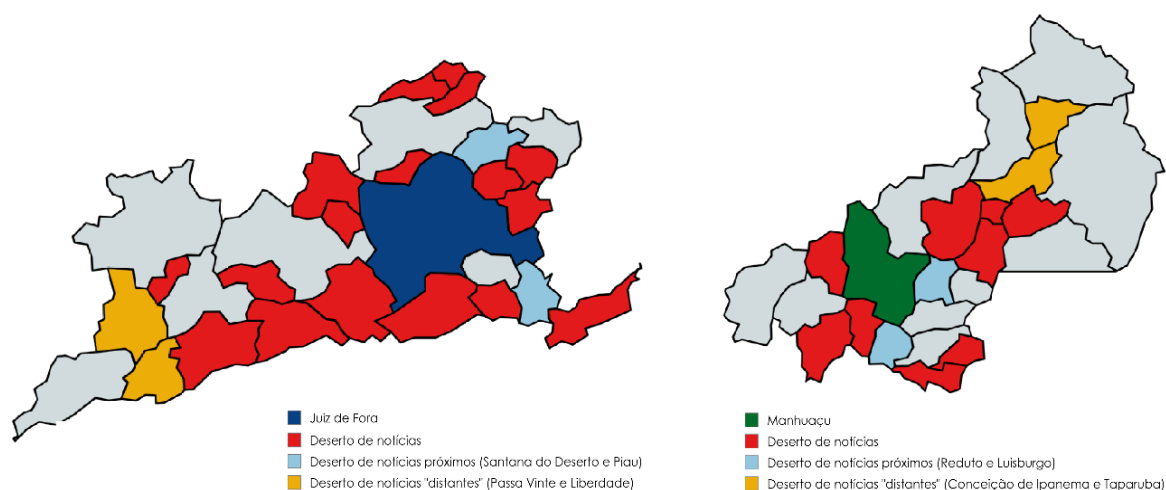
Temos como recorte a região geográfica intermediária de Juiz de Fora, que tem 146 municípios distribuídos em dez regiões geográficas imediatas. Selecionou-se duas: a de Juiz de Fora e a de Manhuaçu. Essa escolha se deu a partir de um contraponto, levantando a possibilidade de distinção entre as assistências oferecidas por regiões imediatas de diferentes portes. Nesta etapa, utilizou-se como principais bases metodológicas o Regic (2020) e o IDHM (2010): Juiz de Fora é a cidade mais capaz de oferecer bens e serviços para cidadãos dos municípios do entorno⁴; já Manhuaçu é a que apresenta menos características de influência⁵.

A partir desse contraste, selecionou-se oito municípios caracterizados como deserto de notícias – quatro em cada região, tendo também como métrica o IDHM. O intuito foi selecionar dois que fazem divisa com a cidade que cumpre o papel de região imediata; e outros dois que se localizam mais distantes. Assim, é possível verificar o impacto de estar mais próximo ou não geograficamente da cidade referência – além da diferença de estar numa região imediata onde a cidade referência tem mais influência do que outra que cumpre o mesmo papel.

⁴ Juiz de Fora é classificada como “Capital Regional B” pelo Regic, sendo “cidade referência” para 146 municípios – para 117 com serviços mais complexos (função de intermediária) e para 29 municípios com necessidades mais diretas (função de imediata).

⁵ Das dez cidades que cumprem o papel de organizar a região imediata, Manhuaçu é a segunda menos populosa, com 91.886 habitantes (IBGE, 2022) – ou seja, não é considerada cidade média pelo IBGE; é a que possui o menor IDHM entre as dez cidades; e é a segunda que possui mais municípios (24) na região imediata – ficando atrás justamente de Juiz de Fora, que diferentemente de Manhuaçu apresenta um “raio” de influência mais significativo, de acordo com o Regic (2020).

Figura 1 – Regiões Imediatas de Juiz de Fora e de Manhuaçu



Fonte: Elaborado com dados do Atlas da Notícia (2025)

Como etapa seguinte a exposta nesta seção, coloca-se: o levantamento de veículos das duas cidades que cumprem função de região imediata; e a identificação de possíveis páginas e rádios nos oito municípios selecionados. Trata-se de mais uma etapa essencial antes da pesquisa de campo.

Referências

- ABERNATHY, P. M. **The Rise of a New Media Baron and the Emerging Threat of News media Deserts.** The University of North Carolina Press: Center for Innovation and Sustainability in Local Media, 2016.
- DEOLINDO, J. S. Contribuições da teoria das localidades centrais para o estudo da mídia no espaço. In: MOREIRA, Sonia Virgínia; BALDESSAR, Maria José; OTA, Daniela; BRANDALISE, Roberta. **10 anos: Geografias da Comunicação no Brasil.** São Paulo: Intercom. 2019, p.145-163.
- IBGE. **Arranjos populacionais e concentrações urbanas do Brasil.** 2. ed. Rio de Janeiro: IBGE, 2016.
- _____. **Divisão regional do Brasil em regiões geográficas imediatas e regiões geográficas intermediárias:** 2017. Rio de Janeiro: IBGE, 2017.
- _____. **Regiões de Influência das Cidades:** 2018. Rio de Janeiro: IBGE, 2020.
- PNUD; IPEA; FJP. **Ranking do IDHM.** Brasília: Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil, 2010.
- REIS, T. A. **A cidade de notícias:** um estudo do jornalismo de influência regional de Imperatriz no Maranhão. 2022. 257 f. (Doutorado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2022.
- SANTOS, M; SILVEIRA, M. L. **O Brasil:** Território e sociedade no início do século XXI. Rio de Janeiro: Editora Record, 2006.

MESA 2

**Identidade, representação,
memória e narrativas**

Racismo religioso e branquitude: controvérsias e performances antirracistas dos influenciadores digitais de terreiro

Ana Luísa Schuchter Rofino¹
Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

RESUMO

O artigo tem como objetivo investigar as dinâmicas comunicacionais antirracistas da branquitude (Bento, 2002) de terreiro na cultura digital. Compreendendo o racismo religioso (Nascimento, 2016; Nogueira, 2020) como uma política colonial que investe nas narrativas como uma das principais formas de exercício de seu poder, analisaremos as controvérsias e as performances (Goffman, 2009) presentes na zona fronteira do discurso (Sodré, 2023) dos conteúdos digitais de @gutpvieira, @leodeoxossi e @marii_e_ana no *Instagram*. A produção se fundamenta nos campos dos Estudos Culturais, Relações Étnico-Raciais e Cultura Digital e aplica-se a Análise do Discurso (Fairclough, 2001) como metodologia.

PALAVRAS-CHAVE

Antirracismo; Racismo Religioso; Branquitude; Influenciadores de axé; Instagram.

INTRODUÇÃO

O debate sobre racismo estrutural e antirracismo tem ganhado visibilidade nas plataformas de mídias sociais no Brasil, impulsionado pelas lutas históricas do Movimento Negro. Nesse contexto, o racismo religioso se manifesta como uma política do carregamento colonial, que investe na linguagem como forma de poder e resulta em violência, físicas e simbólicas, contra as Comunidades Tradicionais de Terreiro (CTTro). Segundo Miranda e Rufino (2019) os múltiplos ataques sofridos pelo povo de axé são encarrilhados por uma engenharia de dominação/subordinação que tem a raça, o racismo e o colonialismo como base.

Neste território de debates e proposição de ações antirracistas que tem o ambiente digital como espaço e ferramenta tática, a branquitude de terreiro vêm ganhando notoriedade e alcance a partir de uma série de produções discursivas dos influenciadores de axé na plataforma do Instagram. Nos perfis deles, encontram-se, *primeiro*, convocações

¹ Jornalista (UFJF) e Doutoranda no PPGCOM/UFJF sob orientação do Prof. Dr. Wedencley Alves. Escreve, pesquisa e realiza e produz projetos sobre relações étnico-raciais, culturas digitais e racismo religioso. Bolsista CAPES. E-mail: analuisa.schuchter@gmail.com.

para fábrica de médiuns e meta terreiro, cursos online sobre Exu e Pombagira, imersões de desenvolvimento mediúnico virtual e; menções sobre Ken Marabô, Barbie Padilha, Ogum estilo The Rock. Em *segundo*, identificam-se publicações sobre: como ser um filho de santo antirracista, a importância do letramento racial nos terreiros, porque valorizar a cultura afroindígena das macumbas, como ser um branco no terreiro aliado, por exemplo.

Para além da presença nas plataformas, segundo o Censo do IBGE de 2010, pretos e pardos constituem 54% dos evangélicos no país, sendo que dos 167.363 praticantes declarados do candomblé, 30,2% são brancos, 29,1% são pretos e 39,3%, pardos. Do ponto de vista acadêmico, os estudos sobre o embranquecimento dos Candomblés e Umbandas, em específico, fazem parte de um movimento em expansão nas ciências sociais brasileiras.

Nesse sentido, parece ser relevante explorar a complexidade do antirracismo e das performances digitais de influenciadores digitais brancos das Umbandas, Candomblés e Quimbandas, por exemplo, sobretudo quando esses vínculos obedecem às lógicas de produção narrativa dentro de uma estrutura social, cultural e tecnológica baseadas em hierarquias raciais e em heranças coloniais (Marques e Carrera, 2022).

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A pesquisa se baseia nos estudos sobre racismo religioso (Nascimento, 2016; Nogueira, 2020), branquitude (Bento, 2002; Cardoso, 2008; Schucman, 2010), e supremacia branca (hooks, 2022). A noção de zona fronteira do discurso (Sodré, 2023) é central para analisar os discursos fluidos e ambíguos que podem carregar valores discriminatórios. O conceito de performance (Goffman, 2009) e ruptura performática (Polivanov e Carrera, 2019) ajudam a compreender como os sujeitos constroem suas identidades no ambiente digital. O olhar opositor (hooks, 2019) e a encruzilhada (Martins, 1997) são operadores conceituais que permitem a subversão da condição imposta e a construção de técnicas de resistência.

METODOLOGIA

A pesquisa adota a Análise Crítica do Discurso (ACD) de Norman Fairclough (2001) para investigar as performances dos influenciadores brancos de axé. A ACD permite um olhar que recusa e desafia processos de mediação da identidade negra

religiosa, compreendendo o discurso como uma prática social em que as relações de poder estão em constante disputa. A metodologia se debruça sobre os discursos antirracistas, buscando identificar como as plataformas digitais podem naturalizar produções linguísticas e semióticas discriminatórias, mesmo que camufladas por jogos narrativos. A análise focará nas funções da linguagem (identitária, relacional e ideacional) para entender como as identidades sociais e as relações são estabelecidas nos conteúdos. O corpus da pesquisa são publicações selecionadas dos perfis de @gutpvieira, @leodeoxossi e @marii_e_ana no Instagram, que juntos reúnem mais de 1 milhão de seguidores.

ANÁLISE E PRINCIPAIS RESULTADOS

A pesquisa investiga e tenciona que o antirracismo digital da branquitude de terreiro é imerso em contradições. Ou seja, embora abordem temas de raça, ao esvaziarem saberes ancestrais e promovem práticas de apropriação cultura, acabam reinscrevendo ideologias de dominação. Assim, argumentamos que essas narrativas digitais produzidas por eles, ao invés de fortalecerem as lutas políticas das CTTro, reforçam a lógica racista das plataformas e mantém os territórios de aquilombamento preto em um horizonte de aniquilação. Logo, os conteúdos digitais parecem soterrar a epistemologia negra sagrada para alimentar um projeto cultural que folcloriza e universaliza as religiões de matriz africana há séculos no contexto brasileiro.

Referências

- BENTO, M. Branqueamento e branquitude no Brasil. In: CARONE, I.; BENTO, M. (Orgs.). **Psicologia social do racismo: estudos sobre branquitude e branqueamento no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2016.
- CARRERA, F.; MARQUES, C. "Racism is not getting worse, it's getting filmed": considerações sobre viralização, comoção pública e branquitude no ambiente digital. **Revista Eco-Pós**, v. 25, n. 2, p. 91-120, 2022.
- COLLINS, Patricia Hill. **Pensamento feminista negro: conhecimento, consciência e a política do empoderamento**. São Paulo: Boitempo editorial, 2019.
- D'ANDRÉA, Carlos Frederico de Brito. **Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos**. Salvador: EDUFBA, 2020.
- FAIRCLOUGH, N. **Teoria Social do Discurso**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.
- GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 2009.

hooks, bell. **Olhares negros: raça e representação**. Tradução de Stephanie Borges. São Paulo: Elefante, 2019.

hooks, bell. **Escrever além da raça, teoria e prática**. São Paulo: Editora Elefante, 2022.

KARHAWI, I. Notas teóricas sobre influenciadores digitais e Big Brother Brasil: visibilidade, autenticidade e motivações. **E-Compós**, v. 24, 2021.

MARQUES Catharina; CARRERA Fernanda. C. As “Racism is not getting worse, it’s getting filmed”: considerações sobre viralização, comoção pública e branquitude no ambiente digital. **Revista Eco-Pós**, v. 25, n. 2, p. 91-120, 2022. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/27897. Acesso em: 20 dez. 2024.

MARTINS, Leda Maria. **Afrografias da memória: O Reinado do Rosário no Jatobá**. São Paulo: Perspectiva; Belo Horizonte: Mazza Edições, 1997.

NOGUEIRA, S. **Intolerância religiosa**. São Paulo: Editora Jandaíra, 2020.

POLIVANOV, B. B.; SILVA CARRERA, F. A. Rupturas performáticas em sites de redes sociais: um olhar sobre fissuras no processo de apresentação de si a partir de e para além de Goffman. **Intexto**, Porto Alegre, n. 44, p. 74-98, 2019.

RUFINO, Luiz; SIMAS, Luiz Antonio. **Flecha no Tempo**. Rio de Janeiro: Editora Mórula, 2019.

SCHUCMAN, L. Sim, nós somos racistas: estudo psicossocial da branquitude paulistana. **Psicologia & Sociedade**, vol. 26, n. 1, p. 83-94, 2014.

SODRÉ, Muniz A. **O fascismo da cor: uma radiografia do racismo nacional**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2023.

Narrativas midiáticas e construção de identidade: análise audiovisual da FlaPress

Noanne Barbosa Menezes¹
Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

RESUMO

Este estudo analisa conteúdos produzidos pela FlaPress, extraídos do canal da FlaTV no YouTube, visando compreender como a produção audiovisual do clube constrói sentidos e emoções percebidos pelos torcedores, reforçando identidade institucional e engajamento. A pesquisa utiliza a Análise da Materialidade Audiovisual (AMA), proposta por Coutinho (2016), para examinar elementos visuais, sonoros e narrativos, evidenciando que a FlaPress articula imagens, trilha sonora e narrativa para consolidar vínculos afetivos e interação com a audiência.

PALAVRAS-CHAVE

Narrativa Midiática; Comunicação Esportiva; AMA; FlaPress.

INTRODUÇÃO

A comunicação esportiva, especialmente em plataformas digitais, tem se consolidado como um espaço de produção de sentidos e narrativas que ultrapassam o mero caráter informativo, conforme Martins. “A produção de conteúdo digital permite (re)organizar a relação entre marcas, clubes e torcedores, sobretudo no contexto da midiaticização e das expectativas da audiência contemporânea” (Martins, 2019, p. 22).

Esse aspecto se aplica também à FlaPress, que, ao estruturar seus conteúdos em formato audiovisual com características jornalísticas, cria uma ponte entre o torcedor e o clube. Mais do que transmitir informações factuais, os vídeos funcionam como dispositivos de pertencimento e legitimação simbólica da instituição. Nesse sentido, a FlaPress pode ser compreendida como uma ferramenta de mediação entre clube e torcida, em que a linguagem jornalística é apropriada para construir significados, consolidar narrativas e manter a proximidade com a comunidade rubro-negra.

¹ Graduada em Jornalismo (UFJF). E-mail: noanne1@gmail.com.

METODOLOGIA

A pesquisa adota a Análise da Materialidade Audiovisual (AMA), como evidencia Coutinho (2016) que permite observar como os elementos técnicos (edição, sonorização, enquadramento), expressivos (escolhas estéticas, linguagem) e narrativos (discurso, construção de sentidos) se articulam na produção.

Foram selecionados dois vídeos disponíveis no YouTube, publicados no canal oficial do Flamengo, com os títulos: “FlaPress no ar: Novidades sobre o estádio, muito futebol e esportes olímpicos” e “Tudo sobre o Mundial no FlaPress desta semana!”. A escolha desses recortes foi dada por conta de dois fatores: o primeiro vídeo apresenta novidades na construção do estádio do time, onde havia um imbróglia nas negociações, O segundo recorte foi selecionado pela importância do evento do Mundial de Clubes tanto para os torcedores quanto para a mídia nacional, na qual se fazia a cobertura completa de todos os jogos de times brasileiros participantes.

ANÁLISE E RESULTADOS

TABELA 1 - Análise técnica dos vídeos da FlaPress

ELEMENTO TÉCNICO	OBSERVAÇÕES	CONTRIBUIÇÕES PARA A NARRATIVA E ENGAJAMENTO
Edição	Corte rápido entre estúdio, entrevistas e imagens de arquivo	Mantém ritmo dinâmico e atenção do torcedor
Cenário e iluminação	Elementos visuais que reforçam a identidade do clube; iluminação uniforme	Cria identidade visual e reforça pertencimento
Gráficos e legendas	Infográficos, estatísticas, marca do clube	Facilita compreensão e reforça autoridade do conteúdo

Áudio	Música-tema, narração clara, efeitos sonoros em momentos estratégicos	Facilita compreensão e reforça autoridade do conteúdo
-------	---	---

TABELA 2 - Análise expressiva

ELEMENTO EXPRESSIVO	OBSERVAÇÕES	CONTRIBUIÇÕES PARA A NARRATIVA E ENGAJAMENTO
Linguagem corporal	A apresentadora gesticula e demonstra entusiasmo	Transmite emoção, aproxima o torcedor do conteúdo
Vestimenta	Camisas do clube ou cores institucionais	Reforça identidade visual e senso de pertencimento
Expressões e humor	Uso leve de humor e comentários informais	Cria proximidade e torna o conteúdo mais acessível
Música e efeitos	Trilha motivacional em momentos de destaque	Amplifica emoções do torcedor de acordo com a importância da notícia

TABELA 3 - Análise de narrativas

ELEMENTO NARRATIVO	OBSERVAÇÕES	CONTRIBUIÇÕES PARA A NARRATIVA E ENGAJAMENTO
Estrutura	Abertura, resumo de notícias, entrevistas e fechamento	Cria expectativa e mantém o fluxo narrativo

Linha editorial	Conteúdos centrados em notícias do clube, curiosidades, análises e resultados	Define identidade do canal e mantém consistência de informação
Relação com torcedor	Uso de 2º pessoa, perguntas com mais incentivo a interação com o torcedor	Fortalece vínculo emocional e a participação do público
Valorização do clube	Ênfase em conquistas, história e na identidade rubro-negra	Reforça sentimento de pertencimento e orgulho

A AMA dos vídeos da FlaPress revela que os recursos técnicos, como edição ágil, gráficos e trilha sonora, são essenciais para atrair atenção e facilitar a compreensão do conteúdo, corroborando a ideia de McLuhan (1964) sobre o impacto do meio na recepção da mensagem. No aspecto expressivo, a postura dos apresentadores, o humor e as cores institucionais fortalecem a relação emocional com o torcedor, alinhando-se às observações de Dayrell (2003) sobre construção de pertencimento e França (2014) sobre o papel da mediação cultural na comunicação esportiva. A linha editorial consistente, centrada em notícias, análises e curiosidades, organiza o conteúdo e reforça a credibilidade do canal, confirmando que a narrativa digital esportiva precisa equilibrar informação e entretenimento, conforme apontam Martins (2018) e Jenkins (2009).

CONCLUSÃO

O estudo dos vídeos da FlaPress evidencia que o canal atua como mediador entre clube e torcedor, articulando elementos técnicos, expressivos e narrativos para construir significado e engajamento. Os recursos de edição, áudio, gráficos e linguagem corporal fortalecem a identidade visual e o vínculo emocional, em consonância com McLuhan (1964) e Dayrell (2003). A manutenção de uma linha editorial consistente, aliada a estratégias de comunicação voltadas para informar e entreter, garante clareza e credibilidade, ressaltando a importância da mediação cultural no jornalismo esportivo digital (França, 2014; Martins, 2018; Jenkins, 2009).

Portanto, a FlaPress não apenas transmite informações, mas também constrói experiências e senso de pertencimento, evidenciando a relevância da Análise da Materialidade Audiovisual como método para analisar conteúdos audiovisuais esportivos.

Referências

COUTINHO, Iluska. O telejornalismo narrado nas pesquisas: proposta de Análise da Materialidade Audiovisual (AMA). In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 39., 2016, São Paulo. Anais... São Paulo: Intercom, 2016. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-3118-1.pdf>. Acesso em: 28 set. 2025.

DAYRELL, Juarez. O jovem como sujeito social. Revista Brasileira de Educação, Rio de Janeiro, n. 24, p. 40–52, 2003. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbedu/a/zsHS7SvbPxKYmvcX9gwSDty/?lang=pt> Acesso em: 28 set. 2025.

FLAMENGO. Aquecimento do Flamengo – Fla Press. YouTube, 2025. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ASTKIXFM4mE> Acesso em: 27 set. 2025.

FLAMENGO. Tudo sobre o Mundial no FlaPress desta semana!. YouTube, 2025. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=R9gl0bGH3RI27> Acesso em: 27 set. 2025.

FRANÇA, V. Crítica e Metacrítica: contribuição e responsabilidade das Teorias da Comunicação. Matrizes, São Paulo, v. 8, n. 2, p. 101-116, 2014. DOI: <https://revistas.usp.br/matrizes/article/viewFile/90449/93223> Acesso em: 28 set. 2025.

HELAL, Ronaldo. A construção de narrativas no futebol e a mídia. Maxwell/PUC-Rio, 2011. p. 35-40. Disponível em: <https://revistaalceu-acervo.com.puc-rio.br/media/alceu-n7-Helal.pdf>. Acesso em: 27 set. 2025.

JENKINS, Henry. Cultura da convergência. São Paulo: Aleph, 2009. p. 27. Disponível em: <https://cienciaslinguagem.eca.usp.br/L3JenkinsConvergencia.pdf> Acesso em: 28 set. 2025.

MARTINS, Leonardo Machado. A transmissão esportiva no YouTube e a lógica do infotainment. ProQuest Dissertations Publishing, 2018. p. 47. Disponível em: <https://www.proquest.com/openview/9c8ba02269f83706815decb975a03077/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2026366&diss=y> Acesso em: 28 set. 2025.

MCLUHAN, Marshall. Marshall é a mensagem: uma reflexão sobre a teoria Mcluhiana. Revista Alterjor, São Paulo, v. 23, n. 1, p. 1-15, 2024. Disponível em: <https://revistas.usp.br/alterjor/article/view/232169/211486> Acesso em: 28 set. 2025.

O “Caipira Midiático” e a representação da identidade mineira na TV brasileira a partir de Nerso da Capitinga

Sophia da Silva Bispo¹
Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

RESUMO

O trabalho analisa a trajetória do termo “caipira” e, a partir de revisão bibliográfica (Schwab e Pompeu, 2022; Nascimento, 2016), propõe sua denominação como “caipira midiático”. Embora marcado por um passado atrelado a interesses civilizatórios, esse personagem, ao ocupar novos espaços, utiliza o humor para mascarar origens preconceituosas e racistas, convertendo-se em entretenimento (Nascimento, 2016). Criada por Pedro Bismarck, o personagem Nerso da Capitinga, presente na Escolinha do Professor Raimundo (1990–1995), ao se regionalizar em Minas e adotar traços específicos da cultura mineira, reforça estereótipos e contribui para a marginalização da identidade interiorana.

PALAVRAS-CHAVE

Caipira midiático; identidade nacional; comunicação; estereótipos.

INTRODUÇÃO

A imagem do “caipira” consolidou-se como uma das mais emblemáticas e estereotipadas da cultura nacional. Desde os primeiros registros até a difusão nos meios de comunicação, esse personagem passou por diversas ressignificações, quase sempre associadas a visões preconceituosas que ligam o interior à ignorância e à inferioridade social. Neste artigo, a partir da análise do personagem Nerso da Capitinga, criada por Pedro Bismarck e popularizada no programa Escolinha do Professor Raimundo (1990–1995), busca-se compreender o processo de transformação dessa figura em um “caipira midiático”.

A investigação também discute como o humor atua como ferramenta para mascarar um fundo ideológico de preconceito e marginalização social, revelando a dualidade do processo de estereotipização: de um lado, reduz a complexidade da cultura mineira a alguns traços caricatos; de outro, garante entretenimento ao grande público.

¹Graduanda do curso de jornalismo da Faculdade de Comunicação na UFJF e Integrante do Grupo de Pesquisa Comunicação, Cidade e Memória. sophia.bispo@estudante.com.br

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Historicamente, o “caipira nacional” surgiu a partir de múltiplas influências culturais, ganhando destaque no imaginário nacional. Schwab e Pompeu (2022) apontam que as primeiras menções a esse “ser” datam do início do século XIX, período em que sua caracterização se vinculava a um ideal civilizatório, colocando o personagem em oposição ao progresso urbano e social.

Entretanto, no século XVIII, já se percebia preconceito semelhante. Luiz Antônio de Souza Botelho Mourão, governador da capitania de São Paulo, em carta ao Conde de Oeiras em 1766, descrevia os habitantes locais como marcados por “preguiça que excede toda a explicação” (*apud* Candido, 1971, p. 41). Posterior a isso, Saint-Hilaire (1976) reforça essa visão ao caracterizar os habitantes da província de São Paulo como desprovidos de intelecto:

Esses homens, embrutecidos pela ignorância, pela preguiça, pela falta de convivência com seus semelhantes e, talvez, por excessos venéreos primários, não pensam: vegetam como árvores, como as ervas do campo (Saint-Hilaire, 1976, p. 95).

Paralelo ao avanço do capitalismo e às mudanças no contexto nacional, em 1914 surge o Jeca Tatu, criado por Monteiro Lobato em um artigo do jornal “O Estado de São Paulo”. Na ocasião, o autor descreveu a população rural como “funestos parasitas da terra”, e posteriormente, afirmou que estes seriam os “cablocos [...] inadaptáveis à civilização” (Lobato, 1997). Nesse momento, observa-se a presença de discursos atravessados por racismo e eugenia, que se somam para construir a base histórica onde se finca o atual caipira midiático.

Posterior ao Jeca Tatu de Mazzaropi e ao Chico Bento de Maurício de Sousa, o personagem Nerso da Capitinga, criada por Pedro Bismarck, inova ao se regionalizar em Minas Gerais, combinando traços culturais específicos e humor. Todavia, como consequência, ele constrói um estereótipo fundamentado socio-históricamente (Nascimento, 2016) que entretém e mascara seu fundo ideológico.

METODOLOGIA

Como metodologia, o artigo adota uma abordagem baseada em revisão bibliográfica e análise audiovisual (Coutinho, 2012; Coutinho, 2016). A pesquisa mobiliza artigos sobre a figura do caipira (Schwab e Pompeu, 2022), em diálogo com autores, como

Saint-Hilaire (1976) e Monteiro Lobato (1914). Além disso, utiliza-se o trabalho “Humor, Ideologia e Discurso: A Circulação dos Estereótipos do Caipira em Piadas na Internet” de Emanuel Nascimento (2016) para discutir a relação entre estereótipos e humor.

A partir desse referencial, a pesquisa analisa o personagem Nerso da Capitinga como expoente do caipira midiático, identificando como suas características perpetuam estereótipos da cultura interiorana mineira no contexto televisivo brasileiro.

PRINCIPAIS RESULTADOS

Ao atuar em um programa de humor, Nerso da Capitinga acaba por mascarar e “suavizar” as origens históricas do caipira. Ao usar roupa de flanela, adotar postura retraída e empregar uma linguagem rápida e sem dicção, o personagem difunde ao público, de forma implícita, ideologias racistas e preconceituosas, sustentadas em piadas que exploram traços específicos da vivência rural (Gênios da Comédia, 2024). Esse processo reduz a experiência do campo a uma única perspectiva e, ao mesmo tempo, reforça estereótipos que servem a interesses comerciais, perpetuam desigualdades sociais e apagam as urgências de populações marginalizadas que vivem em zonas rurais.

O personagem Jeca Tatu, criada pelo diretor e ator Amácio Mazzaropi, atualiza a versão de Monteiro Lobato, diferenciando-se pela inteligência e sagacidade, mas ainda reforça a ideia de que os habitantes do campo seriam preguiçosos e grosseiros. Já Chico Bento, criação de Mauricio de Sousa, apresenta o caipira ao público infantil como ingênuo e com sotaque carregado, mas que também valoriza a preservação da natureza. Por fim, Nerso da Capitinga, personagem de Pedro Bismarck, aposta em um humor exagerado e caracterizações caricatas, como fala corrida e enrolada, mau humor eventual e trejeitos que remetem à imagem estereotipada do homem rural.

CONCLUSÃO

O estudo evidencia que a construção do caipira midiático é resultado de um processo histórico que atravessa diferentes meios e contextos culturais. Embora os personagens Jeca Tatu, Chico Bento e Nerso da Capitinga revelem nuances distintas, todas contribuem para a manutenção de estereótipos que reduzem a vida rural a um conjunto limitado de traços caricatos, sobretudo a última para o contexto mineiro.

Dessa forma, a pesquisa atualiza o debate sobre o tema ao transportá-lo para o ambiente midiático, articulando uma abordagem interdisciplinar que envolve

comunicação, estudos culturais, sociologia e história. Ao analisar esse fundo histórico, o trabalho contribui para a compreensão dos processos simbólicos que moldam as representações sociais e culturais no Brasil.

Referências

CANDIDO, Antonio. **Os parceiros do rio bonito**. São Paulo: Duas Cidades, 1971.

COUTINHO, Iluska. **O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível**. Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo – SP: USP/Intercom, 2016. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-3118-1.pdf>.

COUTINHO, Iluska. **Leitura e análise da imagem**. In: JORGE BARROS. Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Atlas, 2012, p.330-344.

GÊNIOS DA COMÉDIA. **Nerso da Capitinga, Escolinha do Professor Raimundo, melhores momentos**. YouTube. Disponível em: <https://youtu.be/pwY5D091650?si=ha1xLm3FLNswl1IU>. Acesso em: 30 maio 2025.

LOBATO, Monteiro. **Urupês**. São Paulo: Brasiliense, 1997.

NASCIMENTO, Emanuel Angelo. **Humor, ideologia e discurso: a circulação dos estereótipos do caipira em piadas na internet**. Texto Livre, Belo Horizonte-MG, v. 9, n. 1, p. 28–47, 2016. DOI: 10.17851/1983-3652.9.1.28-47. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/textolivre/article/view/16712>

SAINT-HILAIRE, Augusto de. **Viagem à província de São Paulo**. Belo Horizonte: Itatiaia, 1976.

SCHWAB, Matheus; POMPEU, Bruno. In: *EPECOM – Encontro de Pesquisadores em Comunicação e Cultura*, Sorocaba, 2022. **O ideal civilizatório e o orgulho caipira: um estudo sobre as representações do caipira na literatura e na mídia**. Disponível em: <https://epecom.uniso.br/wp-content/uploads/2023/01/Matheus-Schwab-Bruno-Pompeu.pdf>. Acesso em: 23 maio 2025

TICARACATICAST. **Pedro Bismarck – Ticaracaticast / Ep 423**. YouTube. Disponível em: <https://youtu.be/yVLPzIKozIE?si=KIPt4oMqpEGEpqs->. 2024. Acesso em: 30 maio 2025.

Central do Brasil: uma análise fílmica

Maria Clara de Souza Rocha¹
Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF
Milena Rodrigues Gomes de Oliveira²
Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

RESUMO

O presente texto busca identificar os elementos da forma fílmica em Central do Brasil, analisando como os recursos técnicos direcionam o olhar do espectador, esclarecem significados e moldam sua resposta emocional. A fundamentação teórica baseia-se no livro A Arte do Cinema: Uma Introdução, de David Bordwell, Kristin Thompson e Janet Staiger, que oferece conceitos para compreender a narrativa. O estudo parte da relevância do longa na retomada do cinema brasileiro após o governo Collor, marcado pela ausência de incentivos e baixa produção.

PALAVRAS-CHAVE

Análise fílmica; Central do Brasil; mise-en-scène; forma fílmica.

DISCUSSÃO

O filme Central do Brasil retrata a aventura de dois personagens: Dora e Josué que, após uma tragédia, embarcam em uma jornada de autoconhecimento. Dito isso, serão analisados, a partir da mise-en-scène (cenário, figurino, iluminação e enquadramento, e a encenação), os princípios da forma fílmica: função, similaridade, repetição, desenvolvimento, unidade e não unidade presentes no filme.

Nas primeiras cenas do longa, analisando aspectos de iluminação, é utilizada a cor amarela, transmitindo calor e abafamento, além das sombras, presentes na maior parte do filme. Na cena em que Josué encontra o suposto pai, o homem aparece em contraluz, com a silhueta encoberta, aumentando a expectativa e o suspense até a revelação do rosto. Além da luz amarela, a iluminação azulada revela a ansiedade, tristeza e medo de Josué ao passar a noite sozinho no metrô, após a morte da mãe.

¹ Estudante de Graduação do curso de Rádio, TV e Internet da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Bolsista do Programa de Educação Tutorial. E-mail: mariaclara.desouza@estudante.ufjf.br.

² Estudante de Graduação do curso de Rádio, TV e Internet da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Membro do Observatório da Qualidade no Audiovisual. Voluntária do projeto "Publicidade e redes sociais: promovendo competências midiáticas" E-mail: milena.gomes@estudante.ufjf.br.

Já como parte do enquadramento, a simetria se faz presente quando Dora chega em casa e grita para sua amiga Irene pela janela. O plano em questão equilibra as janelas vazias e as janelas em que as personagens estão. Também é notória simetria no momento em que Dora e Josué chegam à suposta casa de seu pai. O menino, do lado de fora da cerca, encontra outro personagem dentro dela. Ambos se encaram e andam paralelamente, como se fossem reflexo um do outro. Em outra cena, os protagonistas estão sentados no meio fio e movem a cabeça para o mesmo lado, ilustrando que ambos estariam entrando em sintonia.

Com isso, entende-se a simetria como forma de expressar o desenvolvimento da relação entre os personagens, a partir do enquadramento. No início, os protagonistas são mostrados mais distantes da câmera e, conseqüentemente, um do outro. Ao longo da história, passam a aparecer mais próximos, tanto tecnicamente quanto afetivamente.

Ainda sobre o enquadramento, nota-se o aspecto da similaridade na primeira cena do filme, que apresenta diversas pessoas ditando mensagens para serem transcritas por Dora. Analogamente, o final do filme retorna à cena, mas em um contexto diferente: a personagem, antes indiferente com seu trabalho, demonstra certo interesse em escrever as histórias de seus clientes. Com isso, percebemos outro elemento da forma fílmica: o desenvolvimento do personagem.

Tal elemento também está presente na cena em que Dora desmaia enquanto procura Josué, ocorre uma mudança significativa em seu comportamento, mais empático, comparativamente com o início do filme, em que ela se mostrava indiferente com seu trabalho e não tinha uma boa relação com o menino. Conseqüentemente, Dora começa a colocar as cartas no correio, o que antes não fazia. Também se mostra mais paciente e compreensiva ao ler a carta de Jesus para Ana e incluir o nome de Josué para protegê-lo.

Em relação ao figurino, este evidencia o contraste de personalidade entre Irene e Dora, visto que a primeira utiliza roupas coloridas e estampadas, além de acessórios e maquiagem. Já a segunda utiliza roupas desgastadas e de cores neutras, sempre a mesma bolsa e nenhuma maquiagem, refletindo o interior amargo da personagem “machucada pelo tempo”.

O figurino também expõe intenções do personagem, como na cena em que Dora entrega Josué para uma suposta casa de adoção, sendo recebidos por uma mulher bem-vestida, aparentemente responsável e cuidadosa. Em contraste, ao retornar para buscar o menino, a mesma mulher surge desleixada, com roupas largas e sujas. As cenas se

assemelham pela ação da mulher em olhar no olho mágico ao escutar batidas na porta e abri-la, mas se diferenciam pelo semblante e pelo figurino da personagem. A cena também evidencia o recurso da repetição na forma fílmica.

Discorrendo sobre o cenário, este ajuda a expressar os sentimentos dos personagens. A escolha de planos abertos, como os da imensidão do Sertão, contrasta com os protagonistas, fazendo-os parecer pequenos e isolados. No metrô, o diretor opta por mostrar um ambiente repleto de figurantes, evidenciando o grande fluxo e reforçando a sensação de indiferença com o próximo. O cenário também confere veracidade à narrativa: durante o resgate de Josué, o banheiro da casa totalmente insalubre comprova que realmente se tratava de um local de tráfico.

Entre os elementos da *mise-en-scène*, tem-se também a interpretação dos protagonistas Dora e Josué, interpretados por Fernanda Montenegro e Vinícius de Oliveira. Dora é retratada de forma realista e complexa, alternando frieza e vulnerabilidade. Apesar de um perfil carrasco, ela se revela uma pessoa compreensível em determinados momentos, se sensibilizando com a ingenuidade e desejo de Josué em conhecer o pai. Fernanda Montenegro consegue transmitir tal complexidade com gestos contidos e tom irônico. Em contraste, temos Josué, um personagem de personalidade forte, expressada pela sua forma de falar, expressões faciais exageradas e um olhar triste, resultando em uma atuação individualizada, trazendo mais realismo para o personagem e certa estilização do mesmo.

Em relação ao aspecto da função, é notório como ela se torna evidente em várias cenas, assim como no final do filme. Na cena, que se passa em Bom Jesus do Norte, é tirada uma foto em uma barraca, tornando-se a única lembrança de Dora e Josué. Outro exemplo marcante é a carta destinada ao pai de Josué, que exerce papel central no desenvolvimento da história, sendo razão da jornada dos protagonistas. Outra cena crucial que evidencia o aspecto da função ocorre quando Dora deixa Josué na suposta casa de adoção e Irene alerta a amiga sobre o envolvimento do local com o tráfico de crianças, o que leva Dora a resgatar o menino no dia seguinte. Partindo disso, a história se desenvolve, tendo Irene como personagem essencial na dinâmica de função do enredo.

O personagem “Seu Pedrão” também exerce papel importante no desenrolar do enredo. Inicialmente, sua presença parece irrelevante, mas ganha destaque após conversar com Dora. Ela decide levar Josué para sua casa e entregá-lo para adoção, o que provoca uma discussão com Irene, desencadeando os principais eventos da trama.

Sendo assim, através de uma análise dos elementos do cenário, figurino, iluminação e enquadramento e encenação, chegou-se a conclusões sobre função, simetria, similaridade, repetição, desenvolvimento e a presença da unidade no decorrer da narrativa.

Em conclusão, nota-se unidade ao longo do filme, que se faz presente em duas cenas que se destacam. Na primeira, após entregar Josué à casa de adoção, Dora empurra um carrinho com uma caixa pesada, que depois revela-se uma televisão comprada com o dinheiro obtido ao vender o menino. A segunda surge ao final, quando é revelado que o pai de Josué fabricava peões, explicando o apego do menino ao brinquedo no início da trama. O peão aparece, inicialmente, sem função narrativa. Porém, ganha importância ao se tornar, implicitamente, a causa do acidente que leva à morte da mãe de Josué, o que exemplifica o aspecto da função, citado anteriormente.

Referências

BORDWELL, David; THOMPSON, Kristin; STAIGER, Janet. **A arte do cinema**: uma introdução. Campinas; São Paulo: Editora da Unicamp, EDUSP, 2013.

Entre tendências e narrativas: transformações editoriais e estéticas na revista *Elle Brasil*

Ana Julia Bellini Ribeiro¹
Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

RESUMO

O presente trabalho analisa as especificidades do jornalismo de revista e sua relação histórica com a moda no Brasil, com ênfase nas transformações editoriais a partir da década de 1990. O estudo investiga como publicações como a *Elle* se consolidaram no mercado nacional, destacando o papel da segmentação, da fotografia de moda e da construção de pertencimento no vínculo com as leitoras. A pesquisa se apoia em autores como Scalzo (2021), Mira (2001), Buitoni (1986) e Bonadio (2010) para compreender tanto a relevância cultural das revistas quanto os desafios enfrentados diante da digitalização e da ascensão das redes sociais.

PALAVRAS-CHAVE

Revistas de moda; Tendências de consumo; Estrutura jornalística; *Elle Brasil*.

INTRODUÇÃO

O jornalismo de revista ocupa um lugar singular no ecossistema midiático. Diferente do jornal diário e da televisão, a revista não se limita a transmitir informação imediata, mas constrói aprofundamento, identidade e pertencimento (Scalzo, 2021). Entre os temas recorrentes nesse segmento, a moda consolidou-se como um dos mais significativos, não apenas por sua dimensão estética, mas como fenômeno cultural, social e econômico. Portanto, a ideia central é entender quais são as especificidades desse gênero tão único.

Revista é também um encontro entre um editor e um leitor, um contato que se estabelece por um fio invisível que une um grupo de pessoas e, nesse sentido, ajuda a compor a personalidade, isto é, estabelecendo identificações, dando sensações de pertencer a um determinado grupo. (Scalzo, 2021, p.12)

Este artigo visa compreender a trajetória do jornalismo de moda no Brasil, desde a imprensa feminina até sua consolidação nas revistas segmentadas, especialmente a

¹ Graduanda de Jornalismo na Universidade Federal de Juiz de Fora. anajuliabelliniribeiro@gmail.com.

partir da década de 1990. Busca-se analisar as particularidades editoriais e as mudanças recentes diante da digitalização e do surgimento das redes sociais, discutindo os impactos para o mercado.

O estudo se baseia em pesquisa bibliográfica e documental. Foram analisadas obras de referência sobre jornalismo de revista (Scalzo, 2021; Mira, 2001; Buitoni, 1986) e sobre moda (Barnard, 2003; Rainho, 2012). Propõe-se a análise de quatro edições da revista *Elle*, com o objetivo de observar possíveis transformações em sua abordagem estética e editorial ao longo do tempo. Considerando o período de pausa que a publicação atravessou para um processo de reestruturação, serão examinadas duas capas anteriores a essa interrupção e duas pertencentes à fase da nova *Elle* reformulada.

ANÁLISE

Scalzo (2021) entende a revista como veículo que combina credibilidade, negócio e entretenimento, estabelecendo laços íntimos com o leitor. Mira (2001) reforça esse vínculo nas revistas femininas, que funcionavam como “companheiras e conselheiras”, criando um espaço de diálogo com suas leitoras. Buitoni (1986) destaca que a imprensa feminina nasceu sob o signo da literatura e logo foi acompanhada pela moda, marcando o início da segmentação jornalística no Brasil.

Todas essas definições de revista convergem quando buscamos compreender, em profundidade, as peculiaridades desse jornalismo segmentado. A periodicidade diferenciada das revistas possibilita aprofundamento temático, distanciando-se da factualidade dos jornais e da agilidade da televisão. Além disso, a capa e o plano editorial funcionam como elementos-chave de identidade e atração, orientando o vínculo de confiança com o leitor (Scalzo, 2021).

O desenvolvimento da moda como pauta jornalística, especialmente no jornalismo de revista partir da década de 1990, deu origem a um ecossistema midiático que envolve diferentes agentes: editoras, jornalistas especializados, fotógrafos, estilistas e, mais recentemente, influenciadores digitais, que atuam na construção de narrativas visuais e textuais sobre moda. No entanto, esse mercado vem enfrentando transformações significativas, impulsionadas pela digitalização dos meios, pela fragmentação do público e pela reconfiguração das formas de consumo de conteúdo.

As revistas impressas precisam, hoje, competir com a velocidade e a abrangência das redes sociais, que alteraram o ritmo da produção e do consumo de informação de

moda. Com isso, surgem novas exigências quanto à relevância, linguagem, estética e posicionamento editorial. Entender como essas publicações lidam com tais mudanças é essencial para avaliar a sustentabilidade e a renovação do jornalismo de moda contemporâneo. Pode-se começar a refletir sobre o funcionamento do mercado de revistas de moda: quais desafios enfrentou, como opera atualmente e quais são seus principais pontos fortes e fracos.

Todas essas revistas passaram por transformações importantes ao longo do tempo, sobretudo diante do avanço da internet, que exigiu mudanças nos formatos de produção e divulgação. Embora ainda ocupem espaço relevante, revistas femininas generalistas vêm perdendo circulação, enquanto nichos mais segmentados, voltados a temas como bem-estar e espiritualidade, ganham força. Esse processo revela como o jornalismo de moda precisou se adaptar ao novo cenário midiático, incorporando a lógica da cibercultura e das redes sociais para não se tornar obsoleto.

Assim, elas foram forçadas a repensar não apenas o negócio e a rentabilidade com anúncios, mas sua própria natureza editorial, ampliando o escopo temático e adotando estratégias convergentes que integram print e digital. Esse reposicionamento acompanha o comportamento do público e reflete a cultura da convergência descrita por Jenkins (2009), em que produtores e consumidores moldam conjuntamente os processos comunicacionais.

Um exemplo disso é a *Elle Brasil*, que, com uma postura visionária e atenta às transformações do cenário midiático, encerrou sua versão impressa em 2018. Após um período de reformulação, a revista retomou suas atividades em 2020, apresentando uma proposta editorial renovada, caracterizada por edições especiais, formatos colecionáveis e um investimento expressivo em sua presença digital. Portanto, serão analisadas quatro edições da revista: as publicadas em junho e outubro de 2007, bem como os volumes 17 e 19, correspondentes aos anos de 2024 e 2025, respectivamente. Conforme apresentado a seguir:

Figura 1: Capas das revistas a serem analisadas



Fonte: Elle Brasil.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As revistas de moda desempenharam papel central na consolidação da moda como pauta jornalística no Brasil, articulando estética, pertencimento e consumo. No entanto, a digitalização do mercado e o protagonismo das redes sociais colocaram em xeque sua relevância e modelo de negócio. O desafio contemporâneo é equilibrar tradição e inovação, resgatando a capacidade de criar comunidade em um cenário midiático fragmentado. O futuro do jornalismo de moda parece depender de sua habilidade de adaptar linguagem e estética à lógica digital, sem perder sua função de mediação cultural.

Referências

- ALVES, Larissa Molina. **Moda e midiatização: as revistas de moda nas redes digitais**. XV Encontro de Estudos Multidisciplinares em cultura.
- ANDRILL, Thiago Seixas. **Revistas de moda: análise comparativa das linhas editoriais de Vogue e Elle Brasil**. 2016. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2016.
- BARNARD, Malcolm. **Moda e indumentária**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.
- BUENO, Thaísa; BARROS, Jordana Fonseca; ALVES, Marcelli. Revista de moda: um estudo sobre os desafios e caminhos do jornalismo segmentado a partir da perspectiva dos editores. **Revista Dobras**, v. 39, p. 182-197, set./dez. 2023.
- BUITONI, Dulcilia Schroeder. **Imprensa feminina**. São Paulo: Ática, 1986.
- HINERASKY, Daniela A. **Jornalismo de moda no Brasil: da especialização à moda dos blogs**. Anais do VI Colóquio de Moda, 2010, Anhembi Morumbi, São Paulo – SP.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

MANGABEIRA, Luanna Karen dos Santos. **A representação da velhice na imprensa feminina: uma análise da revista Claudia**. 2024. Monografia (Graduação em Jornalismo) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2024.

MIRA, Maria Celeste. **O leitor e a banca de revistas: a segmentação da cultura no século XX**. São Paulo: Olho d'Água, 2001.

MIRANDA, Isabella Sousa; BELMINO, Silvia. Trajetória no jornalismo de moda no Brasil: das revistas aos editoriais. In: **ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA**, 12., 2019, Fortaleza. Anais [...]. Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, 2019.

PINTO, Guilherme da Silva. **Um estudo de caso sobre a evolução da revista Vogue brasileira**. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Universidade de Ribeirão Preto, Ribeirão Preto, 2021.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. São Paulo: Contexto, 2021.

VERAS, Mauren. **Jornalismo e moda: os projetos gráfico e editorial da revista Vogue Kids (2011-2012)**. Porto Alegre: UFRGS, 2012.

MESA 3

**Inteligência artificial,
mídias digitais e plataformização**

Representações urbanas por inteligência artificial generativa: desafios de diversidade e estereótipos no Sul Global

Flávio Lins¹

Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

Ricardo Ferreira Freitas²

Universidade do Estado do Rio de Janeiro - UERJ

RESUMO

Este artigo analisa criticamente a produção de imagens urbanas geradas por plataformas de Inteligência Artificial Generativa (IAG), que vêm criando uma vasta quantidade de representações visuais das cidades. Treinadas com bancos de imagens que apresentam baixa diversidade, etiquetamento impreciso e vieses culturais, geopolíticos e sociais, notadamente do Sul Global, geram imagens genéricas e clichês visuais que ocultam a diversidade e reproduzem estereótipos. Por meio da Análise Crítica do Discurso Visual aplicada a imagens de Paris e Rio de Janeiro, destaca-se a ocorrência de desigualdades algorítmicas, ressaltando a importância do debate sobre abordagens inclusivas na comunicação digital.

PALAVRAS-CHAVE

Inteligência Artificial Generativa; Cidade; Imagem; Diversidade; Estereótipo.

RESUMO EXPANDIDO

A popularização de plataformas de inteligência artificial generativa vem impulsionando a produção massiva de imagens digitais. As cidades, como obra máxima do homem (Lefebvre, 2001), são grande parte dessas representações, que podem revelar e esconder contradições.

As máquinas entendem como cidades aquilo que foram treinadas para reconhecer como tal, resultado de algoritmos de visão computacional e da grande quantidade de imagens usadas em seu treinamento, cujo etiquetamento pode ter sido feito por humanos ou por máquinas, que tem suas falhas destacadas por Silva (2022, p111-114), assim como a baixa diversidade dos *datasets* e a falta de transparência na formação do acervo e sua

¹ Flávio Lins. Professor da Faculdade de Comunicação da UFJF. Pós-doutorando Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Doutor e Mestre em comunicação. flavio.lins@uff.br.

² Ricardo Ferreira Freitas. Professor Titular da Faculdade de Comunicação Social da UERJ. Pesquisador PQ2 do CNPQ e Cientista do Nosso Estado da Faperj. rf0360@gmail.com.

curadoria. Em um banco de imagens como o *Shutterstock*, por exemplo, encontramos 16.036.806 arquivos de diversos tipos identificados com a tag “cidade” (consulta feita em 11/09/2025), usados para treinar IAs como o DALL-E da OpenAI.

Nesse contexto, surgem imagens genéricas que atribuem semelhanças à natureza, arquitetura, figuras humanas e cotidiano, mesmo para lugares distantes e distintos, com representações homogêneas, construídas tomando por base bancos de dados marcados por vieses culturais e geopolíticos (Noble, 2018). Repletas de clichês visuais, podem consolidar e reconfigurar estereótipos, problema que se agrava quando solicitamos a produção de imagens voltadas ao Sul Global, diante da limitação dos dados, atraso tecnológico e concentração de estruturas digitais em países no Norte Global (Couldry; Mejias, 2019), considerando como Sul Global países da África, Ásia e América do Sul que compartilham desafios comuns.

Diante desse cenário, esse artigo analisa de forma crítica esses processos de produção e circulação de imagens sintéticas, através de um estudo de caso comparativo entre Paris e Rio de Janeiro, cidades entre as mais fotografadas do mundo, com ampla representação digital, a partir de imagens geradas por três plataformas diversas de IAG, observando como os estereótipos e as generalizações visuais se manifestam em representações urbanas, com ênfase no Sul Global, nos valendo da Análise Crítica do Discurso Visual. Objetivamos identificar padrões recorrentes de homogeneização e invisibilização da diversidade, contribuindo para o debate sobre as implicações culturais, sociais e políticas da inteligência artificial na comunicação contemporânea. A metodologia envolve produção de imagens por prompt de texto e análise iconográfica de aspectos culturais, sociais e geopolíticos.

Os resultados preliminares indicam recorrências de clichês visuais, especialmente nas representações do Sul Global, em que a diversidade é reduzida a imagens genéricas e estereotipadas. No caso do Rio de Janeiro, por exemplo, as palmeiras, comuns em países tropicais, estão sempre presentes. Já em Paris, há o predomínio da monumentalidade, em detrimento do foco turístico. No Rio, predominam características genéricas; em Paris, há mais detalhamento e ausência de desigualdade social. Assim, a diversidade humana e urbana é pasteurizada e, ao ser replicada em um mundo digital, gera visões distorcidas, com potencial para moldar imaginários coletivos, que podem impactar em percepções sociais e decisões institucionais, por exemplo, ultrapassando as dimensões simbólicas, afetando a esfera material do cotidiano (Castells, 2016), aproximando humano e

maquínico de forma dramática (Haraway, 2000). As imagens de cidades por IAG, de acordo com nosso levantamento, mostram cenários idealizados, evitando ruídos urbanos e problemas sociais, reforçando clichês turísticos em vez do cotidiano, o que pode levar gestores das cidades a privilegiarem esses lugares como produto turístico, negligenciando problemas sociais reais. Favelas, periferias e grupos sociais diversos raramente são representados.

Ao problematizar as implicações sociais e políticas dessas imagens, o artigo contribui para o debate internacional sobre os riscos da reprodução algorítmica de desigualdades e sobre a urgência do desenvolvimento de abordagens críticas e inclusivas no campo da comunicação digital, além de observar a nossa relação com os estereótipos. Atuamos para reforçar ou desconstruir?

A invisibilização ou distorção de corpos, espaços e comportamentos, através de operações algorítmicas, numa internet cujo conteúdo é cada vez mais gerado por não humanos, como bots, IAs e contas automatizadas, impõe um desafio. Todavia, as IAGs trazem à tona, a partir de amplas bases de dados, ideários em diálogo com o pensamento de grande parte da população, evocando a necessidade de observação e relevância desses processos. Ainda que existam iniciativas no sentido de fortalecer identidades e culturas, como os coletivos que atuam produzindo imagens alternativas, no plano digital, o desequilíbrio entre Sul e Norte Global é um desafio, embora Santaella (2022) também veja como oportunidade. Boaventura de Sousa Santos (2016) ressalta que “as epistemologias do Sul são uma proposta de expansão da imaginação política para lá da exaustão intelectual e política do Norte Global, traduzida na incapacidade de enfrentar os desafios deste século”, e ainda destaca a importância de “repensar o mundo a partir de saberes e práticas do Sul Global”, onde podem ser desenhados novos mapas a partir do que foi excluído pelo colonialismo cultural, descredibilizando o conhecimento não eurocêntrico.

Referências

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. 17 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2016.

COULDRY, Nick; MEJIAS, Ulises A. **The Costs of Connection**: how data is colonizing human life and appropriating it for capitalism. Stanford: Stanford University Press, 2019.

HARAWAY, Donna. Manifesto ciborgue. In: HARAWAY, Donna. KUNZRU, Hari. SILVA, Tomaz Tadeu da. (Org.). **A Antropologia do ciborgue**: as vertigens do pós-humano. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

LEFEBVRE, Henri. **O Direito à Cidade**. Tradução Rubens Eduardo Frias. São Paulo: Centauro, 2001.

NOBLE, Safiya Umoja. **Algorithms oppression**: how search engines reinforce racism. Nova York: New York University Press, 2018.

SANTAELLA, Lucia. Inteligência Artificial e cultura: oportunidades e desafios para o Sul Global. **Inteligência artificial e cultura**: perspectivas para a diversidade cultural na era digital. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, p. 69-96, 2022.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **As Epistemologias do Sul num mundo fora do mapa**. 2016. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/soc/a/Y3Fh6D3ywMCFym4wMFVdzsq/?lang=pt#>. Acesso em: 15 set. 2025.

SILVA, Tarcisio. **Racismo Algorítmico**: inteligência artificial e discriminação nas redes digitais. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2022.

Exploração e exposição infantil nas plataformas digitais: considerações a partir de casos brasileiros e impactos sociais

Alice Torres¹

Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

Heitor Carneiro²

Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

Maria Fernanda Azevedo³

Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

Roberta Simas⁴

Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

Sophia Mariano⁵

Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

Yuri Dias⁶

Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

Maurício João Vieira Filho⁷

Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

RESUMO

Em um contexto digital que nos impele a produzir conteúdos audiovisuais a todo instante, as plataformas digitais têm sido espaços em que crianças cada vez mais cedo estão se inserindo sem a devida atenção aos impactos no processo formativo, social e pessoal. Neste trabalho, o objetivo é evidenciar as questões de exploração e exposição infantil nas plataformas digitais, discutindo casos brasileiros e os impactos sociais para crianças. Notamos consequências psicológicas e físicas na vida das crianças e a necessidade de regulamentos eficazes, no que diz respeito à punição dos pais e das plataformas digitais que agem conforme esse tipo de exploração e exposição.⁸

PALAVRAS-CHAVE

Infância; Plataformas digitais; Exploração e exposição infantil.

¹Estudante de graduação em Jornalismo na Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). E-mail: aliceclumial.torres@estudante.ufjf.br

²Estudante de graduação em Jornalismo na Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). E-mail: heitor.carneiro@estudante.ufjf.br

³Estudante de graduação em Jornalismo na Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). E-mail: mariafernanda.azevedo@estudante.ufjf.br

⁴Estudante de graduação em Jornalismo na Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). E-mail: roberta.simas@estudante.ufjf.br

⁵Estudante de graduação em Jornalismo na Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). E-mail: sophia.mariano@estudante.ufjf.br

⁶Estudante de graduação em Jornalismo na Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). E-mail: yuridias.toledo@estudante.ufjf.br

⁷Doutor em Comunicação pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), onde atua como professor substituto. E-mail: mauriciovieiraf@gmail.com

⁸Parte deste trabalho foi desenvolvido na disciplina Comunicação e Expressão Escrita I.

INTRODUÇÃO

No passado, quando se perguntava a uma criança o que ela queria ser quando crescesse, a resposta evidenciava sonhos. Hoje, elas querem ser *youtubers*. Ganhos de dinheiro, estabilidade financeira, fama e trabalhar em casa são sinônimos dessa atividade. Entretanto, todo esse *glamour* camufla paradigmas associados a criação de conteúdos durante a infância.

Esse tema repercutiu em agosto de 2025, quando um vídeo do *youtuber* Felca alcançou cerca de 50 milhões de visualizações com o tema “adultização”, denunciando casos de crianças e adolescentes brasileiros sexualizados nas plataformas digitais e o modo como esse esquema criminoso funciona (Adultização, 2025). É válido, desde já, compreender que plataformas digitais, como *Instagram* e *TikTok*, oferecem serviços online que regulam a vida em sociedade e conseguem “reorganizar as relações interpessoais, o consumo de bens culturais, as discussões políticas, as práticas urbanas, entre outros setores da sociedade contemporânea” (D'Andréa, 2020, p. 7).

Trata-se de serviços infraestruturais organizados como modelos de negócios que envolvem nosso cotidiano, estrategicamente, e estão fundamentados em interesses comerciais, algoritmos e coleta de dados. Crianças estão cada vez mais expostas às plataformas digitais sem a devida atenção aos impactos no desenvolvimento formativo, social e pessoal. Neste trabalho, objetivamos evidenciar as questões de exploração e exposição infantil nas plataformas digitais, discutindo casos brasileiros e os impactos sociais para crianças.

IMPACTOS NAS INFÂNCIAS

A pesquisa *TIC Kids Online Brasil 2024* revela que 93% dos brasileiros entre 9 e 17 anos usam internet, e 83% deles têm perfis ativos em redes sociais digitais, mesmo com restrições de idade das plataformas. Essa presença digital os expõe a riscos psicológicos e sociais, afetando o desenvolvimento. Rodrigues (2025) aponta que a psicologia infantil já associa ansiedade, estresse e distorção moral a esse fenômeno. A exposição infantil na internet, um ambiente não seguro, aumenta a vulnerabilidade a *cyberbullying* e predadores.

A exposição digital contínua fomenta a “infância performática” que altera a experiência de ser criança. Pertence (2025) observa que influenciadores mirins vendem

a vida e a experiência infantil como produto. Isso substitui a espontaneidade por uma existência calculada e performática, impactando a formação de identidade e autoestima, transformando as vidas das crianças que “se tornam representações sociais de uma infância idealizada” (Pertence, 2025, p. 36).

A superexposição compromete a privacidade futura de jovens, pois a *pegada digital* (*digital footprint*), muitas vezes, criada sem consentimento ou compreensão, marca a reputação adulta. Essa impossibilidade de apagar rastros digitais viola o direito da criança de construir sua própria narrativa (Mandelli, 2020).

Por fim, o trabalho infantil na internet, como o de influenciadores mirins, altera a estrutura familiar e transforma o lazer em rotina exaustiva. Isso pode gerar abusos patrimoniais e intrafamiliares e substituir experiências reais por interações virtuais, prejudicando o desenvolvimento infantil e causando “sobrecarga mental que afeta a construção social futura” (Neves et al., 2024, p. 3).

CASOS NO BRASIL

Um caso é Virgínia Fonseca, influenciadora digital com mais de 50 milhões de seguidores no *Instagram* e apresentadora do SBT, que expõe seus três filhos — Maria Alice, de 4 anos; Maria Flor, de 2 anos; José Leonardo, de 10 meses — e nos *stories* diariamente. Apesar de críticas sobre os impactos negativos, a influenciadora afirmou, em entrevista ao *Portal HugoGloss*, que pretende mostrá-los até que completem 18 anos e que, enquanto forem menores, a decisão é dela: “Eles vão ter que me seguir [...] enquanto tiverem menos de 18 anos, eu mando e vai ser assim”. Ela justifica que esse estilo de vida foi o que a trouxe até onde está hoje, e que considera hipocrisia evitar mostrar os filhos se ela se beneficiou do formato.

Algumas situações envolvendo a influenciadora evidenciaram a busca por engajamento. Durante a internação de José Leonardo, ela gravou vídeos que geraram polêmica sobre até que ponto o sofrimento da criança deve virar conteúdo. Ela também divulgou o uso de colágeno por suas filhas, o que é contraindicado para menores de 19 anos. Há também outros fatores que podem configurar tanto exposição comercial quanto emocional, como perfis existentes das crianças desde antes do nascimento e a marca *Maria's Baby* para vender produtos infantis com a imagem das filhas.

Em contrapartida, a cantora Sandy, que iniciou carreira com seis anos, teve a infância exposta, moldando sua visão sobre privacidade, fazendo dela defensora da

preservação e do direito de escolha das crianças. Desde o nascimento do filho Theo, Sandy e o ex-marido Lucas Lima optaram por não mostrar o rosto dele nas plataformas digitais, buscando preservar a identidade e dar a ele a escolha futura de viver ou não sob os holofotes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A monetização da imagem infantil transforma a criança em um produto e a exploração se torna evidente. Os pais, que inicialmente eram guardiões, tornam-se empresários, transformando a infância em um negócio. Essa exploração comercial viola direitos da criança, especialmente o direito de ser criança, livre de pressões e expectativas adultas. Proteger a infância em um mundo cada vez mais conectado é um desafio que exige a atenção e o comprometimento de toda a sociedade, incluindo regulamentações das plataformas.

Referências

- ADULTIZAÇÃO.** Realização de Felca. [S. l.]: Youtube, 2025. 1 vídeo (49 min.), son., color. Disponível em: <https://youtu.be/FpsCzFGL1LE?si=RxmoSzHyusNxY3NF>. Acesso em: 2 set. 2025.
- HUGO GLOSS ENTREVISTA VIRGÍNIA FONSECA.** Realização de Hugo Gloss. [S. l.] Youtube, 2025. 1 vídeo (33 min.), son., color. Disponível em: <https://youtu.be/7lw0pvaJR40?si=PazCnPpnbuPI5WWw>. Acesso em: 30 jul. 2025.
- D'ANDREA, C. **Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos.** Salvador: Edufba/Lab 404, 2020.
- MANDELLI, M. **Caso “Bel para meninas” e a exposição infantil nas redes.** 2020. Disponível em: <https://educamidia.org.br/caso-bel-para-meninas-e-a-exposicao-infantil-nas-redes/>. Acesso em: 30 jul. 2025.
- NEVES, A. S.; RIBAS, M. E. C.; MIRANDA, M. A.; DIAS, M. B. **Abandono afetivo mediante a monetização dos filhos.** 2024. Trabalho de conclusão de curso (Curso Técnico em Serviços Jurídicos) - Etec Professor Francisco dos Santos, São Simão, 2024.
- PERTENCE, P. C. **Canais infantis de youtube e o livre desenvolvimento da personalidade das crianças: possibilidades regulatórias para uma proteção efetiva.** 2025. 114 f. Dissertação (Mestrado Acadêmico em Direito Constitucional) Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa, Brasília, 2025.
- RODRIGUES, I. **Crianças como influenciadores: riscos e exposição midiática.** 2025 Disponível em: <https://agemt.pucsp.br/noticias/criancas-como-influenciadores-riscos-e-exposicao-midiatica>. Acesso em: 30 jul. 2025.

Entre o natural e artificial: comunicação humano-máquina e singularidade tecnológica

Thuany Menezes¹

Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

Eli Borges Júnior²

Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

RESUMO

Este projeto de pesquisa de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) investiga como tecnologias de inteligência artificial — a exemplo das plataformas You, Only Virtual e Mind Bank AI — simulam presença humana e subjetividade, criando o que chamamos de “presença codificada”. A pesquisa busca descrever e analisar as arquiteturas comunicativas desses sistemas, discutindo seus limites entre humano e não humano e suas implicações para a comunicação humano-máquina. Metodologicamente, articula revisão bibliográfica em teoria da comunicação, filosofia e estudos em IA, com estudo de caso das plataformas citadas. Ao relacionar essas tecnologias ao conceito de singularidade tecnológica, pretende contribuir para o debate sobre os impactos culturais, comunicacionais e existenciais da IA na configuração do pós-humano.

PALAVRAS-CHAVE

inteligência artificial; singularidade tecnológica; pós-humano; comunicação; presença codificada.

RESUMO EXPANDIDO

No contexto das transformações comunicacionais do século XXI, observamos o surgimento de tecnologias que extrapolam a mediação entre sujeitos vivos e inauguram novas formas de presença, memória e vínculo. Empresas como You, Only Virtual e Mind Bank AI desenvolvem plataformas capazes de simular interações humanas, utilizando inteligência artificial para replicar traços de personalidade, estilo de linguagem e padrões comportamentais de indivíduos vivos ou falecidos. A partir de dados massivos, essas arquiteturas informativas criam avatares interativos que se apresentam como extensões da subjetividade, configurando o que aqui chamamos de “presença codificada”.

Esse fenômeno nos leva a refletir sobre um problema fundamental: como as tecnologias digitais contemporâneas, ao buscarem simular a presença e a subjetividade

¹ Estudante do Curso de Jornalismo (FACOM-UFJF). E-mail: thuany.menezes@estudante.ufjf.br.

² Orientador do trabalho. Professor dos Cursos de Jornalismo e RTVI (FACOM-UFJF). E-mail: eli.borges@ufjf.br.

humanas, reconfigurariam nossas formas de interação humano-máquina rumo à singularidade tecnológica? É nesse contexto que este projeto de pesquisa de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Jornalismo se insere, buscando analisar plataformas de inteligência artificial que simulam presença e subjetividade humanas, oferecendo uma perspectiva crítica sobre suas implicações comunicacionais, culturais e existenciais.

O objetivo geral deste trabalho é descrever e analisar tecnologias de inteligência artificial que proponham oferecer uma sensação de presença e de autonomia por parte de agentes conversacionais na comunicação com humanos. Os objetivos específicos incluem: (1) analisar as arquiteturas informativas das plataformas You, Only Virtual e Mind Bank AI; a partir disso, (2) discutir avanços e perspectivas da comunicação humano-máquina, bem como seus limites entre humano e não humano; (3) refletir sobre como essas plataformas de IA se inserem no percurso rumo à singularidade tecnológica.

A justificativa da pesquisa reside, sobretudo, na emergência de agentes de IA que, na busca pela simulação de presença de pessoas já falecidas, sugerem oferecer ampliações de capacidades humanas que até então eram reservadas aos corpos unicamente vivos. Referimo-nos aqui à consciência, que permitiria a um determinado ente pensar a partir de si mesmo e, com isso, reagir de forma autônoma e imprevisível na comunicação com outros humanos. Como observa Marshall McLuhan (1964), toda tecnologia comunicativa é uma extensão do corpo humano; mas com o surgimento da inteligência artificial, passamos a lidar com tecnologias que não apenas ampliam os sentidos, mas encenam subjetividades inteiras. Nesse processo, a comunicação deixaria de ser ação e atributo restritos aos seres vivos e tornar-se-ia algo possível entre entes vivos e não vivos (ou corporalmente ausentes, mas algoritmicamente presentes). O eu se transformaria em dados e os vínculos afetivos em um fluxo performático e binariamente codificado entre sujeito humano e máquina.

Essa discussão poderia nos conduzir à seguinte questão: as ações e os comportamentos desses agentes conversacionais seriam capazes de sugerir algum tipo de subjetividade maquínica, ou seja, de uma capacidade própria de pensar sobre si mesmo? Ao refletirmos sobre a história das formas de conhecimento humano, essa capacidade é justamente o elemento fundamental para que um determinado ente seja considerado um sujeito singular no mundo. Um indivíduo é único porque pensa sobre si mesmo; é esse “espírito”, essa “consciência” ou essa “mente” que constitui sua essência –

sua unidade – no mundo, ou seja, aquilo que a tradição ocidental chamaria, como forma geral, pelo termo “alma”.

Do ponto de vista filosófico, é possível observar o deslocamento do conceito de alma, tradicionalmente associado à interioridade espiritual, para uma perspectiva funcional e datificada. Conforme analisa Luca Vanzago (2011), o percurso moderno da noção de alma aponta para sua progressiva redução a estruturas cognitivas ou padrões computáveis. Assim, poderíamos pensar na alma como algo replicável, na presença como algo possível a partir de formas não corporificadas e na experiência *post mortem* não como ruptura, mas como manutenção de um vínculo afetivo datificado. Ao assumir o papel simbólico de gestores da memória e substitutos da ausência, esses sistemas sugerem se apresentar como dispositivos técnicos de consolo, transcendência e continuidade.

Do ponto de vista metodológico, este trabalho será organizado a partir de (1) uma revisão bibliográfica articulando autores da teoria da comunicação, da filosofia e dos estudos em inteligência artificial, e por (2) um estudo de caso das plataformas You, Only Virtual e Mind Bank AI. O foco analítico recairá sobre suas arquiteturas comunicativas, observando como seus modelos de interação humano-máquina seriam capazes de construir “pessoas datificadas” e, com isso, a sensação de presença de suas individualidades com base em estruturas algorítmicas que imitam o vínculo e performam o afeto.

Essas plataformas podem ser entendidas como parte do percurso rumo à chamada singularidade tecnológica, conceito popularizado por Ray Kurzweil (2005; 2023). Segundo o autor, a singularidade é o ponto no qual a inteligência artificial ultrapassará a inteligência biológica, promovendo uma fusão entre homem e máquina. Em sua teoria das “seis épocas”, Kurzweil identifica um momento em que a cognição humana será integrada à infraestrutura técnica, permitindo a digitalização da mente e a expansão da consciência por meios computacionais. Ao simular presença humana, continuidade e subjetividade, as plataformas de IA analisadas neste trabalho podem ser vistas como manifestações iniciais do que o autor aponta como uma quinta época, caracterizada pela fusão homem-máquina — e como prenúncio de uma sexta época, na qual o universo se tornaria autoconsciente por meio da inteligência artificial.

Entre os resultados esperados, destaca-se a compreensão, por meio da análise das plataformas, de como a promessa de eternidade digital se sustenta em um desejo

contemporâneo de transcendência, configurando-se e operando sob o signo da técnica. Assim, este trabalho busca contribuir para o debate sobre a singularidade tecnológica não apenas como avanço técnico, mas como fenômeno comunicacional, cultural e existencial que reconfigura os contornos do humano em direção ao pós-humano.

Referências

KURZWEIL, Ray. **The singularity is near: when humans transcend biology**. New York: Viking, 2005.

McLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Tradução de Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 1964.

VANZAGO, Luca. **Breve historia del alma**. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2011.

Big techs e os riscos da mediação algorítmica

Maria Angélica Gerônimo Costa¹
Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

RESUMO

Esta pesquisa parte de uma revisão bibliográfica que analisa de que maneira as constantes alterações nos algoritmos das *Big Techs*, voltadas para o aumento da interação e tendo como objetivo final o lucro, influenciaram em democracias ao redor do mundo. Em especial, destaca-se o uso dessas ferramentas por indivíduos que compreenderam como os códigos poderiam ser explorados para gerar instabilidade, aliado à passividade das empresas em solucionar o problema.

PALAVRAS-CHAVE

Algoritmos; big techs; democracia; engajamento; mídias sociais.

INTRODUÇÃO

Na virada do século XX para o XXI, o mundo passou por transformações significativas, entre as quais se destaca a expansão da internet, que modificou profundamente as formas de comunicação e as estruturas sociais e econômicas. Galvão (2018) aponta que, com a chamada Terceira Revolução Industrial, no final do século XX, a internet assumiu papel central na busca por novas tecnologias, possibilitando a criação de cadeias inter-relacionais, redesenhando as interações econômicas, políticas e sociais e ampliando exponencialmente o tráfego de informações. Além disso, transformou a maneira como os indivíduos consomem informação, que deixou de ser unidirecional e passou a seguir a dinâmica de “todos para todos”, como descrevem Lemos e Lévy (2010).

Foi nesse contexto de grandes mudanças que surgiram as plataformas de mídias sociais como Friendster, LinkedIn, Orkut, Facebook, entre outras. Não demorou muito para que se buscassem formas de torná-las lucrativas, e percebeu-se que os anúncios eram a maneira mais eficaz. Entretanto, esses só se tornavam viáveis com um grande número de usuários e elevado engajamento. Movidas pela lógica do capital, as empresas de tecnologia aperfeiçoaram sistemas de inteligência artificial para ampliar interações e,

¹ Estudante do Bacharelado em Jornalismo da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF).
maria.angelica@estudante.ufjf.br.

assim, a rentabilidade. Para isso, os algoritmos foram sucessivamente reconfigurados, priorizando cliques, curtidas e compartilhamentos.

Nesse cenário, Fischer (2021) aponta que, ao estimular a interação, os algoritmos favoreceram filtros-bolha e câmaras de eco, reforçando crenças já estabelecidas e limitando o contato com visões divergentes. Tal dinâmica enfraqueceu o debate público e, sob o pretexto da liberdade de expressão irrestrita, abriu espaço para discursos de ódio, com impactos diretos sobre sociedades e instituições democráticas. A experiência humana passou então a ser comercializada na lógica do capitalismo de vigilância (Zuboff, 2019), em que ações cotidianas são registradas e convertidas em dados explorados comercialmente. A coleta massiva de informações pessoais tornou-se o centro do funcionamento dessas plataformas. São nessas questões que este resumo expandido busca tocar, sendo um recorte de uma pesquisa em andamento na fase de conclusão de curso.

ALGORITMOS MOLDANDO CRISES E EXTREMISMOS

As máquinas automatizadas das empresas buscaram moldar comportamentos em prol do lucro, impulsionando conteúdos emocionais e morais. Emoções como a raiva tornaram-se valiosas fontes de engajamento, manipuladas para fins políticos e econômicos. Empoli (2019) ressalta que dominar os códigos digitais passou a ser essencial para manipular esses sistemas.

Com o tempo, indivíduos mal-intencionados aprenderam a explorar tais mecanismos, impactando diversos âmbitos sociais, como a saúde. Em 2015, o Brasil enfrentou uma onda de casos de microcefalia em recém-nascidos, depois associada ao Zika em gestantes expostas a áreas epidêmicas. Além da crise sanitária, médicos precisaram lidar com a proliferação de fake news que espalharam desinformação sobre causas e tratamentos. Muitas mães, em busca de ajuda, foram expostas a vídeos conspiratórios que relacionavam o surto a vacinas, larvicidas, medicamentos vencidos, mercúrio em agulhas e outras falsas explicações que contradiziam o que era afirmado por especialistas da área da saúde.

Fischer (2021), em investigação com Jonas Kaiser e Adrian Rauchfleisch, mapeou a rede de recomendação do YouTube e constatou que a plataforma não apenas sugeria conteúdos pseudocientíficos, mas também os promovia. O problema ia além da saúde: o YouTube operava de forma a facilitar a radicalização. Mesmo iniciando com vídeos

moderados, usuários eram levados a canais cada vez mais extremos. Kaiser e Rauchfleisch observaram que, com o tempo, a rede se tornava mais densa e fechada, conectando desde a direita tradicional até conspiracionistas e grupos radicais.

O que acontecia no YouTube também era comum em outras plataformas, e esse movimento ganhou destaque em 2016, nas eleições presidenciais dos Estados Unidos. Esse pleito foi marcado por *fake news*, teorias da conspiração e uso indevido de dados de eleitores, como no caso do Facebook e da Cambridge Analytica, que impulsionaram discursos extremistas e culminaram na vitória de Donald Trump. Situação semelhante ocorreu no Brasil em 2018, em meio a forte polarização política, resultando na eleição de um candidato de extrema direita cujo discurso atacava minorias.

Os efeitos da mediação algorítmica, contudo, não se limitaram às vitórias eleitorais de candidatos extremistas ou ao caos na saúde. Foram também responsáveis por graves violações, como mortes em Myanmar (Fischer, 2021) e ataques à democracia, a exemplo da invasão do Capitólio, nos Estados Unidos, em 2021, e da destruição das sedes dos Três Poderes, em Brasília, em 2023. Em ambos os casos, apoiadores de candidatos derrotados, organizados por meio das mídias sociais, não reconheceram os resultados das urnas e promoveram ações violentas contra instituições e patrimônios públicos.

É inegável que os fatos anteriormente expostos estão diretamente relacionados à forma como a informação passou a ser consumida a partir dos anos 2000. Consolidou-se um modelo comunicacional em que a realidade é vivida e compartilhada nos perfis pessoais, coexistindo com o jornalismo tradicional. Para Empoli (2019), as Big Techs do Vale do Silício impulsionaram transformações na política global, estimulando atos extremistas, afetando movimentos sociais, lutas por direitos humanos e o funcionamento das democracias. Políticos populistas, por sua vez, compreenderam os códigos das plataformas e, assim como elas, basearam sua atuação em métricas de engajamento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando o grande impacto das plataformas digitais na sociedade, este trabalho trouxe uma revisão bibliográfica sobre os danos causados pelas inteligências artificiais utilizadas por essas empresas. O texto integra o primeiro capítulo de um Trabalho de Conclusão de Curso em andamento e que será apresentado ao final do semestre vigente na Universidade Federal de Juiz de Fora. A próxima etapa consistirá em uma análise de conteúdo das reportagens “A mão invisível das Big Techs”, publicadas pelo

Núcleo Jornalismo. O objetivo é aprofundar a reflexão crítica sobre os riscos que a atuação dessas corporações representa para a sociedade e para a democracia.

Referências

FISHER, Max. **A Máquina do Caos**: Como as redes sociais reprogramaram nossa mente e nosso mundo. São Paulo: Todavia, 2023.

EMPOLI, Giuliano. **Os engenheiros do caos**: como as fake news, às teorias da conspiração e os algoritmos estão sendo utilizados para disseminar ódio, medo e influenciar eleições. 3. ed. São Paulo: Vestígio, 2019.

GALVÃO, Lorryne. **Ciber-RI**: a projeção internacional de poder sob a perspectiva do Software Power. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Relações Internacionais) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2019. Disponível em: https://repositorio.ufu.br/handle/123456789/26869?locale=pt_BR. Acesso: 17 jun. 2025.

LE MOS, André; LÉVY, Pierre. **O futuro da internet**: em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2010.

ZUBOFF, Shoshana. **Capitalismo de Vigilância**: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. Nova York: Perseus Books, 2019.

Inteligência artificial e imagem pública: mapeamento de avatares, *digital twins* e influenciadores virtuais na América Latina

Gustavo Ximenes Domingues¹

Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF

Eli Borges Junior²

Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF

RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo identificar, descrever e analisar exemplos de uso de inteligência artificial em avatares, *digital twins* e influenciadores virtuais nas relações entre organizações e públicos. Apresenta, como recorte de pesquisa, casos representativos da América Latina. Nesse sentido, foi construído um mapeamento com foco em empresas selecionadas segundo o índice de reputação corporativa Merco. A investigação, convertida em uma iniciativa internacional, foi conduzida em parceria com a Universidad La Sabana (Colômbia). O mapeamento destacou os casos mais relevantes em 12 países da América Latina, revelando que o tamanho e o faturamento das organizações não estão necessariamente vinculados à presença desses tipos de representantes como estratégia de construção de imagem pública nas redes sociais digitais.

PALAVRAS-CHAVE

Inteligência artificial; imagem pública; avatares; organizações.

AVATARES, *DIGITAL TWINS* E INFLUENCIADORES VIRTUAIS

O primeiro passo é nos debruçarmos sobre três conceitos importantes que compõem esta pesquisa. Começando pelo conceito de “avatares”, eles podem ser definidos como imagens ou figuras estáticas, nesse caso obrigatoriamente com traços humanos. Quando vinculados a empresas, eles se classificam como *brand avatar* (Foster, 2022) ou avatar de marca. Dessa forma, os avatares de marca têm o objetivo de gerar identificações afetivas para/com o público por meio do posicionamento da marca no mercado.

¹ Estudante do Bacharelado em Jornalismo da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). gustavdomingues02@gmail.com.

² Orientador do projeto de pesquisa de iniciação científica BIC/UFJF. Professor da Faculdade de Comunicação Social da UFJF. eli.borges@ufjf.br.

Os *digital twins* possuem, analogamente, uma função semelhante, mas com certas particularidades. A primeira delas se encontra em seus próprios termos: na língua portuguesa, podem ser traduzidos como “gêmeos digitais”, figuras digitais que se assemelham a pessoas ou coisas do mundo material. Um dos exemplos mais conhecidos é Satiko, gêmea digital da apresentadora e influenciadora virtual brasileira Sabrina Sato. Além de ser baseado em alguma figura humana existente no mundo orgânico, o *digital twin* pode apresentar pequenas diferenças, como cabelos em outras cores ou trajas condizentes com as ocasiões em que estiver “presente”. Dessa forma, possui uma espécie de “mutabilidade voluntária”, o que se assemelha às reflexões de Foster (2022), ao se referir aos avatares como criadores de enredos oportunos à marca. Um *digital twin* seria, nesse sentido, uma espécie de extensão imagética de seu criador-base.

Os influenciadores virtuais, por fim, são figuras animadas e interativas com públicos específicos. Eles possuem funções mais bem elaboradas e sofisticadas, em que atuam elementos específicos de IA, como aprendizado profundo (*deep learning*) e processamento de linguagem natural. Como assevera C. L. Wang (2021), influenciadores virtuais são tecnologias comandadas por IA, programadas para responderem perguntas seguindo um *script*, embora contem com um relativo grau de autonomia quando comparados a entes humanos. O exemplo mais conhecido é a Lu do Magalu, personagem com características antropomórficas criada pela rede varejista Magalu em 2003.

O MAPEAMENTO ESTRATÉGICO

Explorados os conceitos fundamentais que norteiam a pesquisa, a metodologia partiu, em seguida, para a criação de um primeiro mapeamento de casos gerais de avatares, *digital twins* e/ou influenciadores virtuais³. Posteriormente, o foco foi investigar o envolvimento de avatares, *digital twins* e/ou influenciadores virtuais como estratégia de construção de reputação e formação de imagem no âmbito de organizações brasileiras. Para isso, foram definidas categorias como “nome”, “área de atuação”, “número de seguidores” nas redes sociais, “propósitos de comunicação”, entre outros critérios. Tais categorias foram importantes para definir padrões e distinções dos casos a serem analisados.

³ Este primeiro mapeamento está disponível para consulta no link a seguir: <<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1GvR1oNKNigf5yUDr5aaAabUDz0y4LZpwbAqOTiG7ggQ/edit?usp=sharing>>. Acesso em: 20 set. 2025.

No escopo dos resultados encontrados, observaram-se figuras interativas de diferentes formas, vinculadas a organizações sobretudo de natureza privada. Para citar alguns, além da Lu do Magalu, foram mapeados Nat, da empresa de cosméticos Natura, CB, da varejista Casas Bahia, Rennata, da rede de vestuário Renner, Moça, da multinacional Nestlé, dentre outros casos. Este primeiro mapeamento foi sendo atualizado no decorrer do tempo, à medida que surgiam novos casos relevantes de figuras digitais.

O projeto despertaria o interesse de dois pesquisadores colombianos, que passaram, então, a integrar o projeto a fim de expandir a busca por casos. Trata-se da professora Ledy Armirola Garcés e seu aluno de mestrado Edelman Henríquez Pons, vinculados à Universidad La Sabana, prestigiosa instituição acadêmica colombiana. Por conta disso, o mapeamento foi ampliado para dimensões internacionais, passando a considerar mais 11 países da América Latina, a saber: Argentina, Chile, Uruguai, Peru, Equador, Colômbia, México, República Dominicana, Costa Rica, El Salvador e Panamá⁴. Para organizar a investigação, cada frente de pesquisa (UFJF e La Sabana) se responsabilizou por seis países. Para o novo mapeamento, algumas categorias de análise foram adicionadas às anteriores, como a “missão, visão e valores” das corporações. Cada país teve dez corporações analisadas, com exceção de Brasil e Argentina, dos quais exploramos 20 exemplos. No total, foram mapeadas 140 organizações, com base nos critérios de reputação de 2024 do site Merco (anualmente atualizado).

⁴ O mapeamento de organizações latino-americanas encontra-se disponível para consulta no link a seguir: <<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1uo1Z6gUB0vRQrggrWV0cOeOrTomujklt/edit?usp=sharing&ouid=117091649963255471970&rtpof=true&sd=true>>. Acesso em: 20 set. 2025.

Tabela 1 - Exemplos do mapeamento de casos em corporações da América Latina.

Nome e organização	País	Número de seguidores	Companhia nacional?	Tipo de figura
Lu (Magalu)	Brasil	Instagram (7.9M) Facebook (12M) X (1.9M) YouTube (2.9M)	Sim	Influenciador Virtual
Nat (Natura)	Brasil	Não é um influenciador	Sim	Avatar
Moça (Nestlé)	Brasil	Não é um influenciador	Não (Suíça)	Avatar

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao fim do processo de mapeamento das organizações, as duas frentes de pesquisa se juntaram com o objetivo de discutir os resultados. Para ambas as partes, as conclusões foram semelhantes. De forma geral, dois países possuem mais casos que envolvem presença de IA em avatares, *digital twins* e/ou influenciadores virtuais, os quais são Brasil e Argentina. Isso pode estar relacionado a questões econômicas, visto que os dois países possuem os maiores Produtos Internos Brutos da América Latina, junto com o México, como atesta o Instituto Brasileiro de Gás e Petróleo (IBP, 2025).

Outra questão importante a observar foi a escolha do site Merco Empresas como critério para o mapeamento das corporações por país. Em suma, o *ranking* leva muito mais em conta o tamanho e a robustez das empresas do que a influência dessas no mundo digital (isso foi sugerido quando as Casas Bahia não apareceram no recorte do Brasil, sendo que o CB é um dos influenciadores virtuais mais atuantes no cenário nacional, desde sua reformulação em 2020). Considerando a questão por esse prisma, o destaque

do mapeamento foi, e continua sendo, Lu do Magalu, que alia pioneirismo, grande influência nas redes sociais e interatividade com o público da marca.

Por fim, destaca-se que a investigação segue para uma nova fase junto à Universidad La Sabana. Seu próximo enquadramento buscará se debruçar, especificamente, sobre um elemento bastante presente no discurso das empresas que se destacaram no mapeamento: as estratégias para humanizar as marcas. O objetivo desta segunda fase será, justamente, estudar em que medida os avatares – a partir da construção de imagens e discursos nas redes sociais digitais – promoveriam, na empiria desses fluxos comunicativos, tais esforços de humanização.

Referências

AUDREZET, A.; KOLES, B. **Virtual Influencer as a Brand Avatar in Interactive Marketing**. In: WANG, C. L. **The Palgrave Handbook of Interactive Marketing**. 1º edição. Palgrave Macmillan, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-14961-0_16.

BODEN, M. **Artificial Intelligence: A Very Short Introduction**. 1º edição. Oxford: Oxford University Press, 2018.

BORGES JUNIOR, E. **A inteligência artificial seria mesmo artificial? Uma releitura do conceito de inteligência a partir das noções de extensão e de conectividade**. Palavra Clave, vol. 27, n. 1, 2024, e271111. <https://doi.org/10.5294/pacla.2024.27.1.11>

BORGES JUNIOR, E. **Modo de existência algorítmico: da verdade como imagem à imagem como verdade**. 1º edição. São Paulo: Paulus, 2023.

DI FELICE, M. **Depois do natural e do artificial: as hiperinteligências, os LLMs e as qualidades conectivas da episteme do terceiro milênio**. São Leopoldo: Cadernos IHU ideias, 2023.

IBP. PIB NOMINAL DOS PAÍSES DA AMÉRICA LATINA. **Instituto Brasileiro de Gás e Petróleo, 2025**. Disponível em: <https://encurtador.com.br/EgvvJ>. Acesso em: 27 de set. de 2025.

FOSTER, J. K., McLelland, M. A., & Wallace, L. K. **Brand avatars: Impact of social interaction on consumer-brand relationships**. Oxford: Journal of Research in Interactive Marketing, 2018.

MERCO INFO. **Merco Brasil, 2025**. Ranking de Merco empresas. Disponível em: <https://www.merco.info/br/>. Acesso em: 15 de jun. de 2025.

WANG, C. L.. **New Frontiers and Future Directions in Interactive Marketing**: Inaugural Editorial. Oxford: Journal of Research in Interactive Marketing, 2021. <https://doi.org/10.1108/JRIM-03-2021-270>.

Narrativas na hiperconexão: a relação entre o ambiente físico e digital

Olivia Furiati Calixto¹

Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

Iury Andrade Roberti²

Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

Mariana de Toledo Lopes³

Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

Carlos Pernisa Júnior⁴

Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

RESUMO

O estudo analisa a crescente fusão entre os ambientes físico e digital, partindo do conceito de *Onlife*, de Luciano Floridi. O trabalho explora como essa hibridização redefine a experiência humana, criando um espaço *phygital* onde as fronteiras entre online e offline se tornam indistintas. A presente pesquisa aborda a imersão, a hibridização conforme Lúcia Santaella, e introduz as histórias pervasivas, que utilizam a Internet das Coisas (IoT) para criar narrativas que se desdobram nos espaços físico e digital.

PALAVRAS-CHAVE

Comunicação, *Onlife*, *Phygital*, Narrativas, Imersão

INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, com o advento e a popularização das novas tecnologias e mídias digitais, a relação dos sujeitos com o próprio espaço, bem como com o ambiente onde vivem e interagem com o mundo, passou por transformações significativas. Assim como as grandes revoluções e transformações históricas que moldaram a civilização, a era digital mudou a forma de vivência humana. Pesquisas recentes têm se debruçado sobre a hibridização entre os meios físico e digital, buscando compreender como ocorre o processo de junção desses ambientes, bem como a interação dos seres humanos neles.

¹ Graduanda do curso de Rádio, TV e Internet da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Bolsista de Iniciação Científica do Grupo “Laboratório de Mídia Digital”. E-mail: olivia.furiati@estudante.ufjf.br.

² Graduando do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), Bolsista de Iniciação Científica do Grupo “Laboratório de Mídia Digital”. E-mail: iury.roberti@estudante.ufjf.br.

³ Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora. Integrante do Grupo “Laboratório de Mídia Digital” (CNPq). E-mail: marianatlopes@gmail.com.

⁴ Doutor em Comunicação e Cultura (ECO/UFRJ). Professor da Faculdade de Comunicação (UFJF). Líder do Grupo de Pesquisa “Laboratório de Mídia Digital” (CNPq). E-mail: carlos.pernisa@ufjf.br.

Se antes as relações aconteciam na sua maioria em espaço físico, o que as tornavam limitadas, as mídias emergentes as tornaram muito mais dinâmicas, fluidas e descentralizadas, ao permitirem que elas passassem a acontecer também no ambiente digital.

Neste artigo, buscamos traçar um estudo bibliográfico sobre a hiperconexão e como ela modifica a vivência do ser humano em seus ambientes. A partir do conceito de *onlife* (Floridi, 2015) procuramos compreender como o ser humano transita com fluidez entre os ambientes físico e digital e como utiliza o espaço *phygital* para contar suas histórias. Por fim, trazemos o relato dos experimentos produzidos pelo grupo de pesquisa do qual fazemos parte, realizados no primeiro semestre de 2025, que visam propor um modelo narrativo que leva em conta a proposta de novas ambiências narrativas.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A junção do ambiente físico com o digital, que se tornou cada vez mais transparente e integrada, é conceituada pelo termo *phygital* (Moravcikova; Kliestikova, 2017). Essa denominação é derivada da fusão das palavras "*physical*" (físico) e "*digital*". O *phygital* representa uma integração que visa otimizar a experiência do usuário, tornando-a mais fluida, imersiva e personalizada.

Os meios através dos quais as ambiências são projetadas e transmitidas desempenham um papel crucial na profundidade da imersão do público. Santaella (2021) argumenta que a hibridização não é um mero acessório, mas a própria condição de existência para as interações na era digital. Isso implica que a fusão de diferentes mídias e plataformas é fundamental para que os meios se complementem e criem um ambiente que mergulhe o interator na narrativa.

A partir da imersão, o caminho se abre para explorar o conceito de histórias pervasivas. Essas são narrativas que se desdobram em ambientes conectados por meio da Internet das Coisas (IoT). A IoT, ou Internet of Things, refere-se à rede de objetos físicos incorporados com sensores, software e outras tecnologias que permitem a conexão e troca de dados com outros dispositivos e sistemas pela internet. As histórias pervasivas transcendem as fronteiras dos meios tradicionais, permeando o espaço físico e digital por meio da tecnologia. Elas são experiências narrativas que se adaptam e evoluem, utilizando os dados e as interações do ambiente e do usuário para moldar o enredo.

A crescente integração das tecnologias de informação e comunicação (TICs) na vida social provoca uma alteração profunda na experiência humana ao modificar as bases de nossos relacionamentos. Segundo Floridi (2015), esse processo abala os referenciais estabelecidos por meio de transformações significativas, como o embaralhamento das fronteiras entre o real e o virtual.

No primeiro semestre de 2025, a partir do roteiro desenvolvido pelos estudantes do curso de Rádio, TV e Internet, o Laboratório de Mídia Digital/LMD realizou a simulação de uma história pervasiva, pensada para ambientes conectados a partir de IoT. O experimento consiste em um áudio executado pela Alexa⁵. A história conta a saga de Jorge, um homem que acorda confuso, em um ambiente escuro, recebendo instruções de uma voz robótica. Ao ser perguntado sobre suas memórias, Jorge se dá conta de que sabe das agendas e informações importantes da vida de outras pessoas, mas não se lembra de fatos da sua própria vida. Durante o experimento, podemos observar o aumento da imersão do público ao ver reverberar no ambiente físico as ações disparadas pelo personagem no ambiente digital. A imersão, aqui, não é só por meio da narrativa, é também sensorial.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo partiu da constatação da crescente indistinção entre os ambientes físico e digital, um fenômeno consolidado na experiência contemporânea que Luciano Floridi (2015) denominou como *Onlife*. Ao longo de nossa análise, buscamos desdobrar as implicações dessa fusão, demonstrando que ela não apenas reconfigura as interações sociais, mas também estabelece o ambiente *phygital*.

A presente pesquisa busca se fundamentar nos conceitos de Janet Murray (2003) sobre imersão e na tese de Lúcia Santaella (2021) sobre a hibridização como condição existencial da cultura digital. O conceito de histórias pervasivas emergiu como a materialização prática de todo o arcabouço teórico discutido. A experimentação realizada no LMD, com a narrativa de "Jorge", demonstrou um alto grau de engajamento e imersão, que corrobora a tese de que a reverberação de ações do digital no físico potencializa a sensação de presença e participação.

Por fim, este trabalho, embora de caráter exploratório e baseado em um protótipo em ambiente controlado, aponta para um campo fértil e urgente para os estudos da

⁵ Assistente virtual da Amazon. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Amazon_Alexa. Acesso em 27 de set. de 2025.

Comunicação, explorando narrativas que são moldadas em tempo real pelas ações e dados do próprio usuário. Compreender e teorizar sobre essas novas ambiências narrativas é compreender as novas formas de sentir, interagir e significar o mundo na era *Onlife*.

Referências

ALMEIDA, Pedro Henrique Ventura Rodrigues. **Modelo de representação e orquestrador baseado em nuvem para a contação pervasiva de histórias**. 2021. Dissertação (Mestrado em Ciências da Computação) - Faculdade de Ciências da Computação, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2021.

FLORIDI, Luciano. **The onlife manifesto: being human in a hyperconnected era**. Springer International Publishing, 2015.

MCLUHAN, Marshall. **Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem**. São Paulo: Cultrix, 1967.

MORAVCIKOVA, Dominika; KLIESTIKOVA, Jana. **Brand Building with Using Phygital Marketing Communication**. Journal of Economics, Business and Management, Vol. 5, No. 3, March 2017 Disponível em: <https://bit.ly/2pcQgJ3>.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise Crítica da Narrativa**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2013.

MURRAY, Janet Horowitz. **Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço**. Tradução de Elissa Khoury Daher e Marcelo Fernandez Cuzziol. São Paulo: Itaú Cultural/Unesp, 2003.

SANTAELLA, Lúcia. **Humanos Hiper-Híbridos: linguagens e cultura na segunda era da internet**. Ed. Paulus, 2021.

MESA 4

**Comunicação, meio ambiente e
sustentabilidade**

O tema “meio ambiente” no jornalismo internacional

Stephanie Chiote Bordone Santos¹
Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

RESUMO

O jornalismo ambiental surgiu como especialização diante da crescente relevância das questões ecológicas. Embora aborde temas como desmatamento e sustentabilidade, sua cobertura ainda é superficial, geralmente restrita a desastres ou fatos repercutidos no exterior. Este trabalho é um recorte da autora de sua pesquisa relacionada ao enquadramento da série de reportagens “*Au cœur de l'Amazonie*”, do jornal francês *Le Monde* sobre a Rodovia Transamazônica e a política ambiental brasileira, publicado entre 21 e 26 de agosto de 2022. Dessa forma, este artigo tem como objetivo compreender como o meio ambiente é abordado no jornalismo internacional, apoiando-se dos estudos de Villar (1997) e Hansen (2018).

PALAVRAS-CHAVE

Meio ambiente; Jornalismo internacional; Jornalismo ambiental.

INTRODUÇÃO

Jornais internacionais partilham informações que, quando reforçadas, constroem ideias gerais sobre diversos temas. Esses veículos, muitas vezes reconhecidos por sua abrangência e prestígio podem ter impacto em percepções, dentro de uma escala mundial, em relação a diferentes questões políticas, econômicas e culturais. Castells (2006) ressalta que a informação é um recurso fundamental no poder em rede:

Além disso, a comunicação em rede transcende fronteiras, a sociedade em rede é global, é baseada em redes globais. Então, a sua lógica chega a países de todo o planeta e difunde-se através do poder integrado nas redes globais de capital, bens, serviços, comunicação, informação, ciência e tecnologia. Aquilo a que chamamos globalização é outra maneira de nos referirmos à sociedade em rede, ainda que de forma mais descritiva e menos analítica do que o conceito de sociedade em rede implica (Castells, 2006, p. 18).

Dessa maneira, os jornais internacionais atuam como nodos centrais nesse sistema, tendo parte desse poder, conectando diferentes regiões do mundo e promovendo um fluxo constante de conteúdo. Por meio de reportagens, opiniões

¹ Bacharel em Jornalismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora. E-mail: stephaniechiote@gmail.com

editoriais ou até análises aprofundadas, esses veículos conseguem influir decisões políticas e até mesmo, com reforços constantes, percepções culturais.

O JORNALISMO AMBIENTAL NO MUNDO

Pela natural necessidade humana de se criar “rótulos” para definir o que é conhecido, o jornalismo que aborda o meio ambiente foi convencionalmente denominado “jornalismo ambiental”.

[...] os jornalistas terão que mudar o seu próprio estilo de vida no processo de aprendizado do jornalismo ambiental. O jornalismo ambiental é uma especialização do jornalismo, com todas as regras gerais da profissão. A reportagem de meio ambiente tem que ser “vendida” como qualquer outra matéria. Deve ser novidade e de interesse público. A linguagem tem que ser simples (Villar, 1997, p. 01).

Esta especialização pode abordar todos os aspectos relacionados à natureza e às interações humanas com ela, embora possua um foco mais forte na preservação do meio ambiente. Esse destaque se dá, incontestavelmente, devido à fragilidade ao qual o mesmo se encontra atualmente, em grande parte devido às ações humanas. Desmatamento, poluição, exploração de recursos naturais, caça predatória, aumento das indústrias agropecuárias aniquiladoras, etc., muito é o que se pode falar sobre como os seres humanos estão “destruindo” ou, ao menos, depredando, o planeta.

Assim, temas relacionados à conservação, como a ecologia e a sustentabilidade, são as tendências de pauta na imprensa. O que ocorre, no entanto, é que a imprensa não costuma tratar com profundidade os problemas ambientais, apenas repercutindo assuntos que tomam maiores proporções, assuntos que são, em maioria, acontecimentos isolados. Ou seja, o jornalismo ambiental ainda não adquiriu um perfil educativo. Para Villar,

A imprensa brasileira dificilmente trata dos problemas ambientais com profundidade na pauta das discussões públicas. As exceções são fruto de um esforço pessoal e isolado. O meio ambiente é manchete e ganha espaço e tempo na cobertura diária quando acontecem desastres, ou quando os assuntos repercutem no exterior, como a morte de um ecologista famoso, as queimadas e os desmatamentos na Amazônia e na Mata Atlântica. A pauta ambiental ainda vem das agências internacionais (Villar, 1997, p. 01).

Isso porque, segundo Villar (1997), os grandes grupos de comunicação sabem que não podem ignorar a questão ambiental, até por uma questão mercadológica, o que os obriga a trazer esses assuntos. Algo que é feito, contudo, de forma irrisória.

[...] No entanto, mantêm o jornalismo ambiental com um status marginal. E o jornalista que se especializa é rapidamente tachado de ecochato ou ecologista, minando a credibilidade do profissional. Principalmente quando começa a discutir com profundidade as questões ecológicas e denunciar grandes empresas poluidoras (Villar, 1997, p. 01).

Em 1972, houve uma maior visibilidade das questões ambientais na imprensa internacional, com a Conferência da ONU sobre Meio Ambiente, realizada em Estocolmo, na Suécia. Na década de 1980, com a descoberta do buraco na camada de ozônio e as teorias sobre o impacto humano no aquecimento global, a temática ambiental começou a ganhar relevância jornalística em países em desenvolvimento, consolidando-se após a Rio-92, também uma Conferência da ONU sobre Meio Ambiente.

Os debates promovidos pelas conferências climáticas subsequentes, como a Rio+10 e a Rio+20, fortaleceram o jornalismo ambiental, impulsionado pelas questões recentes do cenário ecológico. Esse contexto ressaltou a região amazônica como uma das principais áreas de atenção global.

Hansen (2018) buscou, juntamente, compreender porque determinadas questões ambientais conseguem se destacar como problemas e recebem atenção pública e política, enquanto outras, de natureza semelhante, permanecem à margem. O autor ressalta que “as notícias sobre meio ambiente, desastres ambientais e questões ou problemas ambientais não surgem espontaneamente, mas são ‘produzidas’, ‘construídas’ ou ‘fabricadas’” (HANSEN, 2018, p. 84).

Grupos ambientais, governos e grandes indústrias, desta maneira, conseguem impulsionar determinadas pautas ou desviar a atenção da mídia de temas específicos, delineando assim o debate público. Estas pautas, para Hansen (2018), são cíclicas.

(A cobertura da mídia ambiental) iniciou-se em meados da década de 1960, atingindo um pico no início da década de 1970, seguido de um declínio da década de 1970 para o início da década de 1980, aumentando novamente na segunda metade da década de 1980, chegando ao topo no início de 1990 [...], diminuindo no final da década de 1990 e ressurgindo na década de 2000 (Hansen, 2018, p. 41).

O jornalismo ambiental, dessa forma, apesar de sua importância crescente diante da crise ecológica global, ainda enfrenta limites estruturais e simbólicos dentro da própria prática jornalística. Muitas vezes relegado a um papel marginal, ele é tratado de forma superficial, atrelado a acontecimentos de grande repercussão ou a pressões externas, em vez de assumir uma função educativa e formadora de consciência crítica. Essa fragilidade mostra como as questões ambientais ainda não ocupam o espaço central que a urgência da pauta exige.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As análises de Villar (1997) e Hansen (2018) evidenciam que a cobertura ambiental não é espontânea, mas resultado de processos de construção social da notícia, onde interesses econômicos, políticos e mercadológicos influenciam o enquadramento das informações. Dessa forma, mesmo quando o meio ambiente ganha espaço, isso ocorre de maneira condicionada, marcada por ciclos de visibilidade que revelam mais sobre as dinâmicas de poder do que sobre a gravidade dos problemas ambientais em si.

Conclui-se, portanto, que o jornalismo ambiental precisa avançar além da lógica de cobertura episódica, assumindo um papel mais profundo e constante na formação de debates públicos. Para isso, será necessário romper com estigmas e valorizar a especialização profissional, criando condições para que a comunicação contribua efetivamente para a construção de uma sociedade mais consciente, crítica e comprometida com a sustentabilidade.

Referências

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**: do conhecimento à ação política. Conferência Promovida pelo Presidente da República, 4 e 5 de Março de 2005, Centro Cultural de Belém: Imprensa Nacional - Casa da Moeda, 2006.

HANSEN, Anders **Environment, Media and Communication**. 2. ed. New York: Routledge, 2018.

HOLANDA, J. S. P. de; KÄÄPÄ, P.; COSTA, L. M. Jornalismo ambiental: características e interfaces de um campo em construção. **Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 45, p. e2022109, 2022. Disponível em: <https://revistas.intercom.org.br/index.php/revistaintercom/article/view/3858>. Acesso em: 03 mar. 2025

VILLAR, Roberto. **Jornalismo Ambiental**: evolução e perspectivas. *Evolução e Perspectivas*. 1997. Disponível em: <https://www.agirazul.com.br/artigos/jorental.htm>. Acesso em: 02 set. 2024.

Quando a imagem fala pela natureza: análise dos modos de representação documental na série *Our Planet*

Mateus Hipólito Barbosa¹
Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

RESUMO

O documentário tem se consolidado como uma das principais linguagens para tratar da crise climática, articulando ciência e narrativa. Este estudo analisa a série *Our Planet* sob a ótica dos modos de representação do documentário de Bill Nichols (2005), relacionando-os à comunicação ambiental. A pesquisa, de caráter qualitativo, adota a análise de conteúdo (Bardin, 2011) e a análise fílmica como metodologias, observando como elementos expositivos são mobilizados na construção da mensagem ambiental. Os resultados apontam que a série alia rigor informativo e apelo estético, promovendo consciência ambiental, ainda que mantenha lacunas quanto ao aprofundamento político-econômico da crise.

PALAVRAS-CHAVE

Série documental; Narrativa ambiental; Modos de representação.

INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, a emergência climática tornou-se um dos maiores desafios globais, demandando não apenas respostas políticas, mas também uma comunicação eficaz que promova a sensibilização e o engajamento da sociedade. A série *Our Planet* ou *Nosso Planeta* (Netflix, 2019), insere-se nesse contexto ao articular imagens da natureza com informações científicas, construindo um discurso que busca, simultaneamente, informar e mobilizar o público em torno da preservação ambiental. Sua análise, contudo, exige compreender os recursos formais e discursivos utilizados para dar sentido ao mundo natural e à crise climática.

Para isso, este estudo, que apresenta alguns dos resultados de uma pesquisa de trabalho de conclusão de curso², recorre à teoria dos modos de representação do documentário de Bill Nichols (2005), que identifica diferentes estratégias narrativas e estilísticas empregadas pelos documentários, tais como expositiva, poética e observativa.

¹ Recém graduado no Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF, e-mail: mateus.hipolito@estudante.ufjf.br.

² BARBOSA, Mateus Hipólito. Jornalismo Ambiental, Infotainment e Documentário: uma análise da série “Nosso Planeta” da Netflix. 2025. Orientador: Dr. João Paulo Malerba. 60 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Jornalismo) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2025.

Ao examinar como esses modos se articulam na série, busca-se entender de que forma a produção constrói sua autoridade discursiva, promove a experiência estética e estimula a identificação emocional do espectador.

Assim, o trabalho propõe analisar as conexões entre o campo do Jornalismo Ambiental e a linguagem documental, destacando tanto os potenciais quanto as limitações da série em contribuir para uma consciência crítica sobre a crise ambiental contemporânea.

REVISÃO DE LITERATURA

A comunicação ambiental ocupa, historicamente, um espaço de tensões entre a necessidade de informar com rigor científico e a busca por formatos capazes de engajar os mais diversos tipos de público. Segundo Wilson da Costa Bueno (2007), o Jornalismo Ambiental ainda carece de um campo consolidado, marcado por limitações estruturais que dificultam a transmissão de mensagens claras e críticas. Peter Nelson (1994), por sua vez, enfatiza a necessidade de estratégias narrativas que tornem o tema mais próximo da vida cotidiana, evitando a tecnicidade excessiva que distancia o público.

Nesse sentido, os documentários se apresentam como ferramentas de mediação entre ciência e sociedade, pois, ao traduzirem dados técnicos em imagens, sons e narrativas, promovem uma experiência estética que favorece a sensibilização. Bill Nichols (2005) identifica seis modos de representação documental, sendo os mais relevantes para esta análise o modo expositivo, que privilegia a narração e a lógica argumentativa; o modo poético, que ressalta ritmo, atmosfera e conexões visuais; e o modo observativo, que enfatiza a imersão no cotidiano dos sujeitos filmados.

A partir dessa perspectiva, obras como *Our Planet* podem ser compreendidas como híbridos narrativos que combinam diferentes modos de representação para construir credibilidade e impacto emocional. Esse recurso não apenas amplia o alcance das mensagens ambientais, mas também conecta o espectador a experiências de vulnerabilidade e urgência, úteis para gerar uma maior compreensão da crise climática.

METODOLOGIA

A pesquisa é qualitativa, combinando análise de conteúdo (Bardin, 2011) e análise fílmica (Nichols, 2005). Foram examinados dois episódios: “Um só planeta” (episódio 1),

que introduz a diversidade e interconexão dos ecossistemas, e “Mares costeiros” (episódio 4), que explora a conservação marinha. O processo incluiu pré-análise da série, exploração temática e categorização dos modos de representação, seguidos da interpretação crítica.

Essa metodologia possibilita compreender não apenas o conteúdo informativo, mas também os recursos narrativos e audiovisuais empregados na produção. Dessa forma, torna-se possível discutir de que maneira o documentário se configura como uma ferramenta de conscientização ambiental, equilibrando a objetividade científica com a imersão emocional e estética.

RESULTADOS

A análise dos episódios evidenciou como a série *Nosso Planeta* constrói sua narrativa a partir da combinação de diferentes modos de representação documental propostos por Bill Nichols (2005).

O modo expositivo é predominante na série, marcado pela narração de Sir David Attenborough, que conduz o espectador por dados científicos e informações históricas. Esse recurso confere autoridade ao discurso, aproximando o documentário de uma lógica jornalística que privilegia a clareza e a argumentação racional. Um exemplo está no episódio inicial, quando são apresentados dados sobre a perda de 60% da vida selvagem desde a década de 1960, ou sobre o ritmo acelerado do degelo nas regiões polares. Esses trechos estabelecem um caráter informativo essencial para a compreensão da crise climática.

Em paralelo, o documentário recorre ao modo poético, sobretudo no uso de imagens visualmente impactantes e trilhas sonoras, que enfatizam a beleza e a fragilidade dos ecossistemas. As cenas aéreas da costa peruana repleta de aves marinhas ou dos recifes de corais na Polinésia Francesa exemplificam essa abordagem. O tom lírico e a composição estética reforçam a dimensão humanizada da narrativa, aproximando o espectador da fauna e flora, mas também o alertando diante da destruição ambiental.

Já o modo observativo aparece nas sequências em que os animais são acompanhados sem intervenção explícita, permitindo ao público presenciar comportamentos naturais em seu contexto. As imagens de flamingos construindo ninhos em meio às águas salgadas da África ou de lontras marinhas caçando ouriços entre as

florestas de kelp são exemplos claros dessa estratégia. A câmera atua de forma discreta, quase invisível, como se fosse um observador silencioso da vida selvagem.

A interação entre esses três modos garante à série um equilíbrio entre informação científica, emoção estética e observação empírica. No entanto, a análise também evidenciou algumas limitações. Embora a série aborde de forma contundente os impactos da ação humana, como a pesca predatória ou o aquecimento global, evita aprofundar a discussão sobre os responsáveis políticos e econômicos por tais processos, reforçando uma narrativa que tende a diluir responsabilidades. Nesse sentido, é possível relacionar tais escolhas narrativas às síndromes do Jornalismo Ambiental (Bueno, 2007), como a síndrome do muro alto e a “lattelização” das fontes³.

Assim, os resultados indicam que *Our Planet* se destaca como um documentário ambiental de grande alcance, capaz de mobilizar espectadores por meio de estratégias híbridas de representação, mas que ainda encontra barreiras quando se trata de avançar para uma crítica mais radical e politizada da crise climática.

Referências

ANTONELLI, Diego. **Jornalismo, direitos humanos e meio ambiente**. Curitiba: Contentus, 2020. 111 p.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011, 229 p.

BUENO, Wilson. Jornalismo ambiental: explorando além do conceito. **Biblioteca Digital de periódicos da Universidade Federal do Paraná**, 2007. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/made/article/view/11897/8391>. Acesso em: 20 set. 2024.

DEJAVITE, Fábila. A. **Infotainment: informação + entretenimento no jornalismo**. São Paulo: Paulinas, 2006. 124 p.

NELSON, Peter. **10 dicas práticas para reportagens sobre o meio ambiente**. Ed. International Center for Journalists/ World Wildlife Fund; 1994. 50 p.

Nichols, Bill. **Introdução ao Documentário**. Campinas: Papirus, 2005. 265 p.

NOSSO Planeta. Produção: Alastair Fothergill, Keith Scholey e Colin Butfield. Reino Unido: Silverback Film, 2019. 8 episódios (402 min). (Série documental).

³ A primeira diz respeito à tentativa de despolitizar o debate ambiental, separando a vertente técnica de outras dimensões, como a econômica, política e sociocultural, já a segunda se refere ao fato de que o Jornalismo Ambiental tem dado preferência, ou até se limitado, a usar fontes com formação acadêmica e conhecimento especializado.

Comunicação, Amazônia e urgência climática: a razão crítica no jornalismo independente do Sumaúma

Rebeca Sofia Papalini Pires¹
Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

RESUMO

A crise climática revela o esgotamento de um modelo que trata a natureza como recurso e silencia povos originários. Esta pesquisa analisa como o portal Sumaúma tensiona a lógica da razão instrumental e constrói narrativas na razão crítica, em contraste com a Folha de S.Paulo. Fundamenta-se em Adorno, Horkheimer, Marcuse, Benjamin, Ailton Krenak e Eugênio Bucci. A metodologia é análise de conteúdo e discurso de seis reportagens e os resultados indicam que o Sumaúma privilegia vozes indígenas, enquanto a Folha, dados técnicos, evidenciando que o jornalismo independente pode ser emancipatório.

PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo ambiental; Teoria crítica; Amazônia; Razão instrumental; Comunicação independente.

INTRODUÇÃO

A emergência climática coloca a Amazônia no centro de uma disputa ambiental, política e comunicacional. Enquanto veículos tradicionais tendem a tratá-la como recurso ou problema de gestão, o portal Sumaúma, criado por Eliane Brum, dá voz a povos indígenas e comunidades amazônicas. Esta pesquisa analisa como o Sumaúma constrói narrativas críticas em contraste com a Folha de S.Paulo e rompe com a racionalidade instrumental dominante.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A Escola de Frankfurt aponta que a modernidade, ao privilegiar a razão instrumental, transforma o mundo em objeto de cálculo e exploração (Adorno & Horkheimer). Herbert Marcuse, em *O Homem Unidimensional* e *Eros e Civilização*, defende que a emancipação requer novas sensibilidades e imaginação social. Walter Benjamin valoriza experiência e memória como resistência ao mito do progresso. Ailton Krenak, em

¹Rebeca Sofia Papalini Pires (Universidade Federal de Juiz de Fora), graduação em jornalismo (UFJF), estudante (UFJF), sofiapapalini3@gmail.com

Futuro Ancestral, denuncia o “Trem do Progresso” e convoca a escuta da Terra e dos saberes ancestrais. Na comunicação, Eugênio Bucci questiona a neutralidade jornalística, lembrando que toda cobertura envolve escolhas éticas e políticas. Essas visões permitem compreender o Sumaúma como prática de razão crítica, ao recusar a objetividade que reduz a Amazônia a números e ao valorizar vozes originárias.

METODOLOGIA

O estudo qualitativo usou análise de conteúdo e discurso em seis reportagens: três do Sumaúma (“O desmatamento mata”, “Mariposa e eu não queremos sobreviver”, “O que acontece quando os brancos aprendem a fazer mundo com todos os outros”) e três da Folha de S.Paulo (“Desmatamento reduz 74% das chuvas e aumenta em 16% a temperatura na Amazônia”, “A luta de indígenas da Amazônia para sobreviver a incêndios recorde”, “Mulheres indígenas pedem a Biden apoio para manter a cultura ancestral e a floresta em pé”). As categorias de análise foram fontes principais, enquadramento da Amazônia e elementos de razão instrumental e crítica, apoiadas em fichamentos e planilha comparativa.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Observou-se que o Sumaúma privilegia narradores indígenas (Wajã Xipai, lideranças Tikuna, Kambeba), apresentando a floresta como sujeito vivo e espaço de coabitação. A Folha destaca cientistas, autoridades e dados, tratando-a como território estratégico e sistema mensurável. Na Folha, predomina a quantificação (hectares, temperaturas, aportes financeiros), a diplomacia climática e políticas de controle; no Sumaúma, a razão instrumental aparece apenas como crítica ao agronegócio, colonialismo e ciência desvinculada da vida. Em termos de razão crítica, o Sumaúma rompe a suposta neutralidade ao centralizar vozes indígenas e experiências sensoriais, transformando a floresta em personagem. A Folha, embora denuncie crimes ambientais e defenda preservação, mantém tom técnico. Os achados confirmam o potencial emancipatório do jornalismo independente, que integra cultura, espiritualidade e política na compreensão da Amazônia.

CONCLUSÃO

O Sumaúma demonstra que o jornalismo pode ir além da objetividade normativa, praticando escuta sensível e reconhecendo a Amazônia como sujeito histórico. Em diálogo com a teoria crítica, evidencia que superar a razão instrumental exige incorporar saberes locais e dar voz aos povos originários para enfrentar a urgência climática.

Referências

BUCCI, Eugênio. **A imprensa e o dever da liberdade**. São Paulo: Editora Contexto, 2009.

KRENAK, Ailton. **Futuro ancestral**. São Paulo: Companhia das Letras, 2022.

LÖWY, Michael. **Aviso de incêndio**: uma leitura das teses “Sobre o conceito de história” de Walter Benjamin. São Paulo: Boitempo, 2005.

MARCUSE, Herbert. **O homem unidimensional**. Tradução de Giasone Rebuá. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978.

MARCUSE, Herbert. **Eros e civilização**: uma interpretação filosófica do pensamento de Freud. 8. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2009.

BENJAMIN, Walter. Teses sobre o conceito de história. In: BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política**: ensaios sobre literatura e história da cultura. São Paulo: Brasiliense, 2012. p. 222-232.

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. Indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas. In: ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1985. p. 113-156.

BRUM, Eliane; SUMAÚMA. **O desmatamento mata**. Sumaúma, 2024. Recurso on-line. Disponível em: <https://sumauma.com/o-desmatamento-mata/>. Acesso em: 12 set. 2025.

BRUM, Eliane; SUMAÚMA. **Mariposa e eu não queremos sobreviver**. Sumaúma, 2024. Recurso on-line. Disponível em: <https://sumauma.com/mariposa-e-eu-nao-queremos-sobreviver/>. Acesso em: 12 set. 2025.

BRUM, Eliane; SUMAÚMA. **O que acontece quando os brancos aprendem a fazer mundo com todos os outros**. Sumaúma, 2025. Recurso on-line. Disponível em: <https://sumauma.com/o-que-acontece-quando-os-brancos-aprendem-a-fazer-mundo-com-todos-os-outros/>. Acesso em: 12 set. 2025.

FOLHA DE S.PAULO. **Desmatamento reduz 74% das chuvas e aumenta em 16% a temperatura na Amazônia em época de seca**. Folha de S.Paulo, São Paulo, 12 set. 2025. Recurso on-line. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ambiente/2025/09/desmatamento-reduz-74-das-chuvas-e-aumenta-em-16-a-temperatura-na-amazonia-em-epoca-de-seca.shtml>. Acesso em: 12 set. 2025.

FOLHA DE S.PAULO. **A luta de indígenas da Amazônia para sobreviver a incêndios recorde**. Folha de S.Paulo, São Paulo, 10 out. 2024. Recurso on-line. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2024/10/a-luta-de-indigenas-da-amazonia-para-sobreviver-a-incendios-recorde.shtml>. Acesso em: 12 set. 2025.

FOLHA DE S.PAULO. **Mulheres indígenas pedem a Biden apoio para manter a cultura ancestral e a floresta em pé**. Folha de S.Paulo, São Paulo, 18 nov. 2024. Recurso on-line. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ambiente/2024/11/mulheres-indigenas-pedem-a-biden-apoio-para-manter-a-cultura-ancestral-e-a-floresta-em-pe.shtml>. Acesso em: 12 set. 2025

Sob o peso do logos: a queda das vozes da floresta

André Santos Pereira Pires²

Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

Ana Luisa de Almeida Nascimento³

Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

Sophia da Silva Bispo⁴

Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

Ana Flávia Quintanilha Nepomuceno⁵

Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

RESUMO

A pesquisa tem como objetivo, por meio de revisão bibliográfica e experimentação prática, analisar as consequências da imposição do logos eurocêntrico durante a colonização de povos originários no continente americano. O trabalho utiliza como referências sobre a construção do pensamento europeu (Descartes, 2018; Di Felice, 2009) e a filosofia de pensamento indígena (Krenak, 2019; Kopenawa; Albert, 2015). Conclui-se, através do estudo da comunidade *kaingang*, a orquestração de movimentos de resistência desses grupos como resposta à submissão de suas cosmovisões às lógicas dos colonizadores europeus.

PALAVRAS-CHAVE

Tecnologias comunicativas; colonização; racionalidade; *kaingang*; oralidade.

INTRODUÇÃO

A invenção da prensa tipográfica, na Alemanha do século XV, foi um dos principais motores para o desenvolvimento de uma lógica organizacional hegemônica na atualidade ocidental. Baseado na cópia e individualização da leitura, esse paradigma fomentou o surgimento de vários movimentos intelectuais e artísticos na Europa que determinavam um modo de pensar pautado no questionamento da realidade, valorização da razão e pensamento analítico (Descartes, 2018).

Paralelamente a esse processo, diversos povos originários das Américas arquitetaram formas autênticas de comunicação: pautadas na oralidade e na memória

² Graduando em jornalismo pela Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora. e-mail: pires.andre@estudante.ufjf.br

³ Graduanda em jornalismo pela Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora. e-mail: almeida.ananascimento@estudante.ufjf.br

⁴ Graduanda em jornalismo pela Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora. e-mail: sophia.bispo@estudante.ufjf.br

⁵ Graduanda em jornalismo pela Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora. e-mail: ana,nepomuceno@estudante.ufjf.br

ancestral, sua premissa era estabelecer vínculos com a natureza e a espiritualidade. O filósofo indígena Ailton Krenak (2019) argumenta que “a linguagem originária não separa o sujeito do mundo”. Ignorando essa sensibilidade simbólica, vista como selvagem e atrasada pelos europeus, a colonização impôs violentamente lógicas comunicativas fundamentadas na sistematização do conhecimento.

Neste sentido, o presente trabalho propõe uma análise crítica acerca do advento da prensa de Gutenberg - compreendida aqui como fator elementar para a atual percepção da realidade ocidental -, sob as lentes do eurocentrismo, que marginaliza outras formas de saber e existência como aquelas dos povos *Kaingang*.

Alocada ao sul do Brasil, a comunidade *Kaingang* organiza seus povoados através da relação triádica entre in (casa) - prur (espaço limpo) - nén (floresta) (Magno de Aquino, 2024). Os relatos mitológicos típicos da comunidade buscam atribuir um caráter transcendental às transformações humanas na natureza, cultuadas enquanto não sejam predatórias à essência do meio ambiente. Esses relatos são protagonizados por seres animais e selvagens, respaldados por traços de racionalidade para espelhar os *Kaingang* com verossimilhança.

O racismo ideológico dos colonizadores europeus, entretanto, redireciona a temática dessas histórias, que vêm se distanciando das explicações dos vínculos dos *Kaingang* com o ambiente. Esses relatos, então, se tornam vislumbres da estranheza e dos confrontos que sucederam esse choque cultural. Nesse processo, a própria organização triádica (in - prur - nén) da aldeia é sutilmente deixada de lado, favorecendo um modelo organizacional de imagem-semelhança das civilizações modernas da Europa. Assim como essas, os povoados *Kaingang* se tornam repletos de praças, igrejas e postos de saúde.

Apesar dos valores eurocêtricos influenciarem reorganizações em suas comunidades, diversas estratégias de resistência frente a esses estímulos permitem a preservação do imaginário dos *Kaingang*. Enquanto as grandes cidades europeias se caracterizam pelo cotidiano individualista e impessoal, os *Kaingang* mantêm seus vínculos originários de convivência, prestigiando a essência originária em seus ritos e crenças.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para fundamentar o pensamento racional, utilizamos o livro “Meditações”, de René Descartes (2018), aliado a estudos de Marilena Chauí (1994) e Massimo di Felice (2009).

Após isso, como forma de compreender o pensamento dos povos originários, foram utilizados trabalhos de intelectuais indígenas, Davi Kopenawa e Bruce Albert (2015) e Ailton Krenak (2019).

METODOLOGIA

Como abordagem metodológica, fizemos uma revisão bibliográfica de artigos e livros que tratam a construção do logos racional eurocêntrico e as perspectivas indígenas como forma de compreensão do mundo. Após uma análise comparativa, vislumbramos a oposição entre as duas visões de mundo. Além disso, realizou-se uma simulação prática de imersão, em sala de aula, que simulou o violento processo de dominação do mundo indígena pelo logos eurocêntrico.

EXPERIMENTAÇÃO PRÁTICA

A pesquisa se valeu da elaboração de um artigo sobre o tema para a disciplina de Estética e Comunicação. Para além da etapa escrita, traduzimos o projeto para um seminário estético.

Direcionamos os discentes para uma sala isolada acusticamente, os vendamos e pedimos que se acomodassem em um tatame repleto de folhas e galhos. Junto a um áudio que simulava sons ambientes, narramos uma passagem que incentivava cada um a sentir a realidade como os povos originários: a partir da imersão em si e da conexão espiritual com a natureza. Acendemos incensos e instruímos os participantes que tocassem potes com folhas e terra.

Para representar a transição coercitiva dessa perspectiva para a imposta pela colonização, repentinamente, os estímulos - antes introspectivos e discretos- foram substituídos por buzinas, sons de carro e máquinas. Por fim, explicamos o conceito da dinâmica e compartilhamos a memória dos povos *Kaingang*, ressaltando como seus atos de resistência frente à ordenação eurocêntrica nos inspiraram para a confecção do trabalho.

PRINCIPAIS RESULTADOS

Os povos indígenas sempre viveram em uma relação mutualística com a natureza, pautada no respeito e afeto. Em outro plano, a colonização essencialmente carrega um

modelo analítico de pensamento: que separava razão e emoção, sujeito e objeto. Essa dicotomia resultou em um choque violento entre essas cosmovisões.

O conhecimento deixou de ser algo construído coletivamente, passando a ser validado por instituições como escolas, igrejas e tribunais. Assim, a desvalorização dos saberes tradicionais pelo discurso civilizatório serviu para a destruição de culturas inteiras, principalmente as dos povos originários da América.

CONTRIBUIÇÕES DA PESQUISA

O presente trabalho busca evidenciar como o processo de colonização foi violento em diferentes níveis, sendo a comunicação um deles, além de demonstrar a relação conflituosa entre o racionalismo e as cosmologias indígenas. Ademais, propõe um novo experimento prático como instrumento pedagógico e abordagem de pesquisa no Ensino Superior.

CONCLUSÃO

O processo de colonização da América foi extremamente violento com os povos originários, tanto em imposições físicas quanto em dominação cultural e ideológica, gerando impactos irreversíveis ao seu modo de vida e à forma como a população ocidental compreende a realidade. Diante disto, é importante refletir sobre o poder da comunicação para a disseminação de pensamentos hegemônicos e que servem a um ideal epistemicida.

Referências

CHAUÍ, Marilena. **Introdução à história da filosofia** - Dos pré-socráticos a Aristóteles. São Paulo: COMPANHIA DAS LETRAS, 1994.

DESCARTES, René. **Meditações**. 1. ed. São Paulo: Edipro, 2018.

DI FELICE, Massimo. **Paisagens pós-urbanas**: o fim da experiência urbana e as formas comunicativas do habitar. São Paulo: Annablume, 2009

KOPENAWA, Davi; ALBERT, Bruce. **A queda do céu**. Tradução de Beatriz Perrone-Moisés. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

KRENAK, Ailton. **Ideias para adiar o fim do mundo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

MAGNO DE AQUINO, Alexandre. **Movimentos kaingang na paisagem**: casas, aldeias, aglomerados político-cerimoniais interaldeões e suas consequências para as relações com o exterior. Porto Alegre, 2024.

“Mineração por elas”: múltiplos cenários entre a websérie da Vale e a vivência das mulheres impactadas

Karla Edwirges Souza Oliveira¹
Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

RESUMO

O artigo analisa os cinco primeiros episódios da websérie “Mineração Por Elas”. Investiga a narrativa construída pela Vale, considerando seu histórico de crimes ambientais em Minas Gerais, como Mariana (2015) e Brumadinho (2019). Paralelamente, o estudo apresenta o panorama das mulheres afetadas por essas atividades de mineração, a partir de notícias recentes, artigos acadêmicos, relatos de moradoras e de organizações de resistência. Ao integrar essas perspectivas, o trabalho busca evidenciar os múltiplos cenários vivenciados por mulheres no contexto da mineração.

PALAVRAS-CHAVE

Mineração; Mulheres; Minas Gerais; Vale; Narrativa.

INTRODUÇÃO

A mineração em Minas Gerais é responsável por impactos ambientais e sociais significativos, afetando diariamente comunidades e territórios. Paralelamente, iniciativas corporativas, como a websérie “Mineração Por Elas”, buscam enaltecer o protagonismo feminino dentro da indústria, apresentando histórias de colaboradoras em diferentes funções e locais no Brasil e no mundo. Este artigo propõe analisar essas narrativas e investigar, em paralelo, a realidade das mulheres que vivem sob os efeitos contínuos da mineração, evidenciando múltiplos cenários de impactos e resistências.

A análise se apoia em estudos sobre gênero, trabalho e mineração. Conforme Federici (2021, p. 68):

“[...] embora isso não resulte em um salário para nós mesmas, produzimos o produto mais precioso que existe no mercado capitalista: a força de trabalho. O trabalho doméstico é muito mais do que limpar a casa. É servir aos assalariados física, emocional e sexualmente, preparando-os para o trabalho dia após dia. [...] por trás de toda fábrica, de toda escola, de todo escritório, de toda mina, há o trabalho oculto de milhões de mulheres que consomem sua vida e sua força em prol da produção da força de trabalho que move essas fábricas, escolas, escritórios ou minas”.

¹ Graduanda em Rádio, TV e Internet (Universidade Federal de Juiz de Fora). e-mail: karla.souza@estudante.ufjf.br

No contexto da mineração, a reflexão de Federici evidencia como o trabalho feminino, muitas vezes invisível, sustenta as atividades produtivas. Além disso, os impactos ambientais e à saúde causados pela mineração aumentam a demanda sobre as mulheres das comunidades, que assumem funções de cuidadoras e passam a lidar com os efeitos diretos dessas condições nos familiares, ampliando sua carga de trabalho doméstico e comunitário.

Dados sobre os impactos da mineração sobre mulheres em territórios brasileiros evidenciam a gravidade da situação. De acordo com o Mapa da Violência Contra as Mulheres (2012), os sete principais estados mineradores (Pará, Minas Gerais, Bahia, Goiás, Maranhão, Piauí e São Paulo) concentram 31,2% dos casos de violência contra mulheres no país. Em 2016, uma matéria divulgada pelo portal “Brasil de Fato” apontou que, segundo dados da Polícia Civil de Parauapebas, no Pará, aproximadamente 80% dos casos de violência contra mulheres eram cometidos por funcionários da Vale, refletindo o alto grau de estresse e as condições de trabalho na mineradora (Brasil de Fato, 2016).

Já a socióloga Iara Reis, em entrevista para o Movimento pela Soberania Popular na Mineração (MAM, 2023), ressaltou que, durante visitas a territórios minerários, compreendeu que os homens tendem a valorizar o lucro e a produção, enquanto as mulheres relatam criticamente os impactos ambientais e sociais, incluindo poluição, adoecimento infantil, aumento de prostituição, assédio e violência doméstica. Reis observa que, após as reuniões formais, as mulheres se aproximavam para relatar essas condições em particular, evidenciando a sobrecarga de cuidados e os efeitos negativos da mineração sobre suas vidas.

METODOLOGIA

O estudo combina análise de conteúdo da websérie “Mineração Por Elas” (cinco primeiros episódios da primeira temporada, com 3 a 5 minutos cada) com levantamento de dados secundários em notícias, artigos acadêmicos, relatórios de organizações de resistência e audiências públicas da Assembleia Legislativa de Minas Gerais. A abordagem é qualitativa, buscando integrar narrativas corporativas e experiências sociais de mulheres afetadas pelas atividades de mineração.

ANÁLISE E RESULTADOS

A websérie da Vale apresenta o setor de mineração como inclusivo e promotor de oportunidades para mulheres, destacando diversidade de funções e hierarquias. No entanto, a análise do material de notícias e relatórios revela que, em paralelo, mulheres residentes em áreas mineradas enfrentam impactos contínuos: degradação ambiental, sobrecarga de trabalho doméstico, assédio, violência, precarização habitacional e migrações forçadas (ALMG, 2025; Brasil de Fato, 2016; Movimento pela Soberania Popular na Mineração, 2023).

Mulheres negras, em particular, experienciam impactos específicos devido à interseção entre gênero, raça e vulnerabilidade socioambiental, incluindo maior exposição a barragens em risco, deslocamentos forçados e acúmulo de tarefas de cuidado não remuneradas (Brito, 2025). A narrativa corporativa, ao enaltecer o protagonismo feminino na empresa, ignora essas desigualdades estruturais, criando uma contradição entre valorização interna e prejuízos externos.

Referências

ALMG – Assembleia Legislativa de Minas Gerais. **Mulheres negras alertam para violações específicas causadas pela mineração.** Belo Horizonte, 23 set. 2025. Disponível em: <https://www.almg.gov.br/comunicacao/noticias/arquivos/Mulheres-negras-alertam-para-violacoes-especificas-causadas-pela-mineracao/>. Acesso em: 28 set. 2025.

BERTOLLO, Kathiúça. **Mulheres e mineração:** o cenário das violências e das lutas na região do Quadrilátero Ferrífero de Minas Gerais. Serviço Social em Perspectiva, Belo Horizonte, v. 7, n. 1, 2023.

BRASIL DE FATO. **Sete principais estados mineradores têm 31,2% dos casos de violência contra a mulher.** Brasília, 8 jul. 2016. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2016/07/08/sete-principais-estados-mineradores-tem-312-dos-casos-de-violencia-contr-a-mulher/>. Acesso em: 28 set. 2025.

FEDERICI, Silvia. O patriarcado do salário. Trad. de Heci Regina Candiani. São Paulo: Boitempo, 2021.

MOVIMENTO PELA SOBERANIA POPULAR NA MINERAÇÃO. **Mulheres são as mais impactadas pela mineração.** Brasília, 15 set. 2023. Disponível em: <https://www.mamnacional.org.br/2023/09/15/artigo-mulheres-sao-as-mais-impactadas-pela-mineracao/>. Acesso em: 28 set. 2025.

VALE. **Mineração Por Elas.** 1ª temporada, YouTube. [s.l.], 2023. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ezej2LTRwQU&list=PL01fjHilPgX8xiyKFdN0Vg8q1Nh6RR4dm&index=4>. Acesso em: 28 set. 2025.

MESA 5
Comunicação e política

A comunicação sindical da Apes: um estudo de caso sobre as ferramentas, linguagens e estratégias comunicacionais utilizadas pelo sindicato

Paulo Henrique Costa Totti¹
Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

RESUMO

Este estudo analisa a comunicação sindical da Associação de Professores do Ensino Superior de Juiz de Fora (APES), com foco em como suas estratégias buscam gerar engajamento. A pesquisa, de natureza qualitativa e descritiva, adota o estudo de caso (Yin, 2010) e articula observação participante, entrevista e análise de conteúdos digitais e impressos. A fundamentação teórica abrange autores como Giannotti (2014), Ribeiro e Fossá (2009), Corrêa e Pessoni (2021), além dos conceitos de hegemonia, mediatização e engajamento, com base em Coutinho (1989) e Bastos (2022). Os resultados indicam que a articulação entre práticas analógicas e digitais é fundamental para ampliar o engajamento e fortalecer a disputa por hegemonia, contribuindo para compreender os desafios contemporâneos da comunicação sindical.

PALAVRAS-CHAVE

Comunicação Sindical; Movimento Sindical; Engajamento; Apes.

INTRODUÇÃO

A comunicação sindical ocupa um papel central nas disputas por hegemonia e na construção do engajamento das categorias de trabalhadores. Com o avanço das tecnologias digitais, surgiram novos formatos, possibilidades e obstáculos para os sindicatos, no que diz respeito à mobilização e, conseqüentemente, à relação com suas respectivas bases. Desse modo, o aprofundamento na forma como o sindicato utiliza suas ferramentas de comunicação, tanto digitais quanto analógicas, permite avaliar sua capacidade de engajar e dialogar com os trabalhadores. Este trabalho tem como objeto de estudo a comunicação da Associação dos Professores de Ensino Superior de Juiz de Fora (APES), buscando compreender de que maneira o sindicato utiliza meios/mídias, linguagens e estratégias comunicacionais em seu objetivo de engajar. O objetivo geral é analisar como as mídias e linguagens empregadas pela entidade são articuladas para fortalecer a participação da categoria e a visibilidade de suas pautas.

¹Graduando em Jornalismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). E-mail: phtotti2002@hotmail.com

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Inicialmente, é feita uma linha do tempo sobre a comunicação sindical no Brasil, discutindo desde a imprensa negra no país, passando pelas fases da imprensa sindical no Brasil, até chegar na atualidade, com a presença da imprensa sindical na internet, com base nas elaborações teóricas de autores como Giannotti (2014), Ribeiro e Fossá (2009) e Corrêa e Pessoni (2021). Além disso, os conceitos de hegemonia, mediação e engajamento são explorados, com base, centralmente, em Coutinho (1989) e Bastos (2022). A perspectiva da mediação contribui para compreender como a presença midiática impacta o movimento sindical. O conceito de hegemonia auxilia na reflexão sobre a comunicação sindical como aparelho privado de hegemonia, construindo elementos de contra-mediação. Soma-se a isso o fato de que, na contemporaneidade, a noção de imperialismo de plataforma (Jin, 2013) e a lógica dos algoritmos (Tarleton Gillespie, 2018) nas redes sociais evidenciam também as limitações impostas pelo ambiente digital à comunicação sindical.

METODOLOGIA

O trabalho propõe um estudo de caso (Yin, 2010) de natureza básica, com abordagem qualitativa e descritiva sobre a comunicação da Apes, buscando compreender de que maneira o sindicato utiliza meios/mídias, linguagens e estratégias comunicacionais em seu objetivo de engajar. O estudo é feito a partir da análise das formas de comunicação analógicas e digitais do sindicato, com base em uma perspectiva de totalidade das estratégias comunicacionais do sindicato; da minha experiência como estagiário de comunicação da Apes durante dois anos; da entrevista com o jornalista do sindicato, Daniel Goulart; e do contato com os profissionais da Apes.

ANÁLISE E PRINCIPAIS RESULTADOS

A análise evidenciou que, fundamentalmente, a estratégia de comunicação da Apes consiste na integração de meios e linguagens de comunicação digitais e analógicos, com a finalidade de fazer com que professores e professoras consigam receber as informações a respeito dos temas que interessam à categoria docente, pois, segundo Goulart (2025), o grande desafio atual da comunicação do sindicato é fazer com que a informação, de fato, seja entregue à categoria docente, com eficiência.

Ademais, com base na descrição da dinâmica de produção de posts para o Instagram do sindicato, a partir da minha experiência como estagiário do setor de comunicação da Apes, é possível observar a presença de diferentes etapas nessa atividade, evidenciando a centralidade da comunicação dentro do sindicato, quer dizer, esse processo revela a institucionalização da comunicação na entidade, haja vista que as práticas comunicacionais passam a integrar o dia a dia do sindicato de forma planejada e recorrente, não sendo um trabalho pontual. Ainda nesse sentido, a seção de comunicação do site institucional concentra o maior número de subseções, o que reforça o caráter central da comunicação na atuação sindical. Desse modo, o trabalho de comunicação da Apes atua na constituição da estratégia de diálogo entre o sindicato, a base e a sociedade, sendo um processo fundamental na construção de engajamento no movimento sindical.

CONCLUSÃO

A pesquisa tem como objetivo compreender como a Apes faz o uso de meios, mídias e linguagens na construção de estratégias de comunicação voltadas para o engajamento de sua base. Por meio de um estudo de caso, foi possível observar que a comunicação da Apes fundamenta-se a partir da articulação entre estratégias analógicas e digitais, sendo possível observar o esforço da entidade em adaptar suas práticas comunicacionais aos desafios da comunicação na contemporaneidade, sem abrir mão de elementos importantes e tradicionais da comunicação sindical.

A hipótese da pesquisa de que o engajamento sindical depende da articulação de estratégias analógicas e digitais demonstrou-se coerente com os achados no estudo. A comunicação da Apes mostrou que o engajamento não nasce apenas da visibilidade, participação e interação no ambiente digital, mas também da estruturação de uma estratégia comunicacional ampla, que leva em consideração os meios, as linguagens e os contextos nos quais o público-alvo está inserido, fazendo com que o sindicato utilize, da melhor forma possível, todos os meios de comunicação possíveis, como diz Giannotti (2014).

Por fim, pode-se, pois, perceber que compreender as estratégias comunicacionais de um sindicato como a Apes é uma maneira de entender, fundamentalmente, as disputas por hegemonia em curso na sociedade, em que a comunicação desempenha um papel extremamente importante. Desse modo, este trabalho buscou evidenciar os caminhos possíveis, que também já estão sendo traçados pela Apes, para que o movimento sindical

siga se adaptando à comunicação na pós-modernidade e fortalecendo a relação com os docentes da UFJF, do IF Sudeste MG e com a população, de forma geral.

Referências

BASTOS, Pablo Nabarrete et al. Hegemonia e engajamento em contexto de midiatização e plataformização. **Liinc Em Revista**, v. 18, n. 2, p. e6066-e6066, 2022.

CORRÊA, Sérgio; PESSONI, Arquimedes. Comunicação sindical em tempos de reforma trabalhista. **Comunicação & Informação**, v. 24, 2021.

COUTINHO, Carlos Nelson. Entrevista. **Teoria e Debate**, n. 51, jul. 2002.

COUTINHO, Carlos Nelson. Gramsci: um estudo sobre seu pensamento político. 1989.

GIANNOTTI, Vito. **Comunicação dos trabalhadores e hegemonia**. NPC, Núcleo Piratininga de Comunicação, 2014.

GILLESPIE, Tarleton. A relevância dos algoritmos. *Parágrafo*. São Paulo, Brasil, v. 6, n.1, p. 95 - 121, jan./abr. 2018.

RIBEIRO, Daiane Bertasso; FOSSÁ, Maria Ivete Trevisan. Comunicação sindical na Internet: reflexões sobre visibilidade, interação e participação. In: **CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL**, 10., 2009, Blumenau. *Anais...* Blumenau: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2009. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2009/resumos/R16-0568-1.pdf>. Acesso em: 29 out. 2025.

O caso Patrícia Campos Mello e a atuação do gabinete do ódio e das milícias digitais no Brasil

Murilo Coelho Macedo¹
Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

RESUMO

Este estudo, inserido em uma pesquisa mais ampla, investiga a atuação do chamado gabinete do ódio e suas milícias digitais como uma estratégia organizada de intimidação contra jornalistas no Brasil. O objetivo central é analisar de que modo essa estrutura promove uma violência sistêmica contra a imprensa, tomando como estudo de caso os ataques coordenados sofridos pela jornalista Patrícia Campos Mello. A metodologia se baseia em uma análise documental, que envolveu o exame de um corpus composto por inquéritos judiciais (como o Inquérito das Fake News, nº 4.781), o relato primário da jornalista em seu livro "A Máquina do Ódio" e reportagens sobre o tema. Além disso foi realizada uma análise bibliográfica, mobilizando colaborações teóricas de Caldeira Neto (2025), sobre o neofascismo e a infraestrutura digital da extrema direita, e de Sponholz (2020), com sua conceituação do discurso de ódio como pauta política. A análise demonstra que os ataques não são incidentes isolados, mas uma tática deliberada para desacreditar profissionais da imprensa e minar a democracia.

PALAVRAS-CHAVE

Violência contra a imprensa; Gabinete do ódio; Milícias digitais; Patrícia Campos Mello

INTRODUÇÃO

A pesquisa mais ampla, que se insere neste estudo, tem como objeto de estudo o gabinete do ódio e suas milícias digitais, estruturas que operam com o objetivo de coordenar campanhas de desinformação, ataques a opositores políticos e intimidação de jornalistas (Congresso em Foco, 2020). De acordo com investigações criminais, esse núcleo, supostamente liderado por Carlos Bolsonaro é formado por assessores próximos ao ex-presidente Jair Bolsonaro, funcionaria com o objetivo de coordenar campanhas de desinformação, ataques a opositores políticos e intimidação de jornalistas (Congresso em Foco, 2020). Tais ações, que utilizam redes sociais e perfis automatizados, foram descritas pela Polícia Federal como uma "milícia digital" (Vasconcelos, 2022). Em 2020, a jornalista

¹ Bacharel em Jornalismo (Universidade Federal de Juiz de Fora). Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM). e-mail: murilocm83@gmail.com

Patrícia Campos Mello já observava a formação desse grupo organizado em sua matéria para o New York Times, na qual questionava: “Por que os brasileiros deveriam ter medo do gabinete do ódio” (Campos Mello, 2020). A partir de sua própria vivência de ataques e perseguições, relatadas em seu livro “Máquina do ódio” (2020), a jornalista já apontava que o grupo, ainda que informal, “apoia uma rede de blogs bolsonaristas e perfis em redes sociais que espalham desinformação e ataques contra jornalistas” (Campos Mello, 2020). Essa violência contra a imprensa é o ponto central que esta pesquisa se propõe a analisar, demonstrando como essa estratégia de silenciamento e desacreditação não se limita a atos isolados, mas constitui uma tática deliberada para minar a credibilidade jornalística.

ANÁLISE

O caso da jornalista Patrícia Campos Mello serve como um exemplo da atuação das milícias digitais. Após a publicação de reportagens que investigavam o uso de disparos em massa de mensagens no WhatsApp durante as eleições de 2018, a jornalista virou alvo central de uma campanha de difamação e assédio sexual coordenada. O episódio escalou quando o ex-funcionário de uma empresa de marketing digital, Hans River do Rio Nascimento, prestou um depoimento à CPI das Fake News em fevereiro de 2020 no qual afirmou, sem qualquer prova, que a repórter teria se “insinuado sexualmente” a ele em troca de informações (Leitão, 2020). Como detalha a própria jornalista em seu livro “A Máquina do Ódio”, essa acusação falsa, feita sob juramento e transmitida em rede nacional, foi o estopim para um linchamento virtual em larga escala, legitimado por figuras-chave do governo.

A estratégia de ataque ganhou contornos institucionais ao ser imediatamente amplificada por membros da família Bolsonaro e as milícias digitais. O então deputado Eduardo Bolsonaro reproduziu as calúnias em suas redes sociais, que contavam com milhões de seguidores, e chegou a usar a tribuna da Câmara dos Deputados para afirmar que não duvidava que a jornalista tivesse se insinuado sexualmente (Leitão, 2020). O ápice da campanha de intimidação ocorreu quando o próprio presidente Jair Bolsonaro, em coletiva de imprensa, fez referência ao depoimento de forma misógina, afirmando que a jornalista “queria um furo” e “queria dar o furo” (Veja, 2020). Essa chancela presidencial ao assédio transformou o ataque pessoal em uma ofensa de Estado, enviando uma mensagem clara de que a perseguição a jornalistas críticos era tolerada e incentivada. A própria Campos Mello (Campos Mello, 2020, p. 5) relata que a sensação foi

de um "massacre, uma avalanche de xingamentos e memes obscenos" legitimados pelas mais altas esferas do poder.

Depois da repercussão, "Mensagens com calúnias contra a jornalista continuavam a chegar nos grupos de discussão até o final da semana" e "aparecem os memes. Nestas peças, o tom costuma subir e os alvos são vítimas de xingamentos, montagens grosseiras e ilações fraudulentas" (Rebello; Segalla, 2020).

A experiência de Campos Mello ilustra como esses grupos que são como instrumentos do bolsonarismo atuam. O gabinete do ódio e suas milícias digitais, conforme demonstram investigações e relatos, atuam como os operadores diretos dessa máquina. Sua natureza é, como aponta a jornalista Patrícia Campos Mello, informal e financiada com "dinheiro público", agindo por meio de uma "rede de blogs bolsonaristas e perfis em redes sociais que espalham desinformação e ataques contra jornalistas" (Campos Mello, 2020).

A incitação de Patrícia Campos Mello, que já observava a formação desse grupo em 2020, foi corroborada por investigações da Polícia Federal (PF). Um relatório entregue ao Supremo Tribunal Federal (STF) em 2022 confirmou a existência de uma "milícia digital" que usa a estrutura do chamado "Gabinete do Ódio" (Jornal Nacional, 2022). Em um inquérito específico, a PF concluiu em junho de 2025 que a chamada "Abin Paralela" serviu como um braço clandestino dessa organização, monitorando jornalistas para fins políticos. De acordo com o jornalista Juliano Galisi, a investigação revelou que essa estrutura usou "o aparato paralelo para atividades do 'gabinete do ódio', revelado pelo Estadão em 2019" e que o grupo "especializou-se em difamar reputações de inimigos políticos de Jair Bolsonaro e disseminar informações falsas nas redes sociais" (Galisi, 2025). As investigações apontaram ainda "indícios de prática de crimes" por parte do ex-presidente, do vereador Carlos Bolsonaro e do ex-diretor da Abin, Alexandre Ramagem (Galisi, 2025).

Esses episódios somam provas para o Inquérito 4781, que investiga justamente a ação desse gabinete. O inquérito, conhecido como Inquérito das Fake News, foi aberto ainda em 2019 com o objetivo inicial de investigar ataques à corte do Supremo, mas hoje é o principal meio por meio do qual o Gabinete do Ódio é investigado.

O Inquérito 4781 apura a divulgação de notícias fraudulentas, falsas comunicações de crimes, denúncias caluniosas, ameaças e demais infrações revestidas de ânimo para caluniar, difamar e injuriar o

Supremo Tribunal Federal e seus integrantes, por meio de esquemas de financiamento e divulgação em massa nas redes sociais, com o intuito de lesar ou expor a perigo de lesão a independência do Poder Judiciário e ao Estado de Direito (Supremo Tribunal Federal, 2024).

Em paralelo, a Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) acompanhada pelo Sindicato dos Jornalistas de São Paulo (SJSP), solicitou ao STF a inclusão dos ataques e hostilidades dirigidos contra jornalistas no âmbito do Inquérito 4874, que investiga as milícias digitais. Esse inquérito foi instaurado para apurar a existência de uma “organização criminosa, com forte atuação digital” que tem a “nítida finalidade de atentar contra a democracia e o Estado de Direito” (Brasil, 2025). Esses inquéritos, portanto, judicializaram o que a jornalista já havia relatado em sua obra e em sua matéria para o New York Times.

A atuação do gabinete do ódio e suas milícias digitais deve ser compreendida no contexto mais amplo do avanço do neofascismo no Brasil. Como explica Caldeira Neto (2025), esse movimento se desenvolveu em duas "ondas" principais, sendo a segunda, a partir dos anos 2000, intrinsecamente ligada à popularização da internet. Foi esse salto tecnológico que permitiu ao neofascismo brasileiro se tornando um movimento "mais plural e articulado internacionalmente", um resultado direto do "impacto de novas tecnologias e da emergência de novos grupos no ambiente neofascista brasileiro" (Caldeira Neto, 2025, p. 4, tradução nossa). Nesse novo ecossistema, as plataformas digitais são a infraestrutura central para a articulação da “máquina de ódio”, onde "novas agendas foram introduzidas e mediadas através de plataformas digitais e aplicativos de mensagens diretas, como Telegram, Discord e X/Twitter, entre outros" (p. 43, tradução nossa).

Nesse terreno digital fértil, o discurso de ódio emerge como o mecanismo operacional central dessas redes. Segundo Sponholz (2020, p. 221), esse fenômeno é definido como a "comunicação pública que degrada simbolicamente grupos historicamente oprimidos ou sistematicamente discriminados". O ataque misógino coordenado contra a jornalista Patrícia Campos Mello é um caso paradigmático: ao degradá-la publicamente, os agentes do gabinete do ódio colocaram em prática uma tática de "antinomia", que atinge as pessoas "pelo que são, e não pelo que pensam" (SPONHOLZ, 2020, p. 225). Dessa forma, a violência e o discurso de ódio empregada contra a jornalista se revela uma ferramenta consciente de silenciamento, que se aproveita da

lógica das mídias sociais para cumprir seus objetivos de deslegitimação dentro do projeto político da extrema direita.

Conforme documentado pela FENAJ, os ataques a comunicadores saltaram de 135 ocorrências em 2018 para um pico de 430 em 2021, o maior número desde o início da série histórica em 1990 (FENAJ, 2021, 2022). Essa escalada não foi espontânea, mas resultado de um ambiente institucional hostil fomentado pelo próprio Estado durante a gestão de Bolsonaro. Nesse cenário, o gabinete do ódio e as milícias digitais atuaram como peças centrais de uma estratégia orquestrada de deslegitimação, que visava silenciar vozes críticas. A violência coordenada analisada no caso Patrícia Campos Mello não foi um episódio isolado, mas parte integrante de um projeto político mais amplo de erosão democrática.

Referências

BRASIL. Polícia Federal. PF conclui inquérito sobre caso conhecido como “cabin paralela”.

Portal Gov.br, Brasília, 17 jun. 2025. Disponível em: <https://www.gov.br/pf/pt-br/assuntos/noticias/2025/06/pf-conclui-inquerito-sobre-caso-conhecido-como-201cabin-paralela201d>. Acesso em: 15 set. 2025.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. Inquérito n. 4874. Relator: Min. Alexandre de Moraes. Trata-se de inquérito instaurado para apurar a atuação de organização criminosa digital voltada à disseminação de fake news. Brasília, DF, 2025. Disponível em:

<https://portal.stf.jus.br/processos/detalhe.asp?incidente=6214799>. Acesso em: 10 jul. 2025.

CALDEIRA NETO, Odilon. Neofascism and the Far Right in Brazil: From Marginality to the Mainstream. In: **The Oxford Handbook of the Radical Right**. [S. l.]: Oxford University Press, 2025. p. 1-60.

CAMPOS MELLO, Patrícia. A máquina do ódio: notas de uma repórter sobre fake news e violência digital. 1. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

CAMPOS MELLO, Patrícia. Bolsonaro e o gabinete do ódio. **The New York Times**, [S. l.], 4 ago. 2020. Disponível em: <https://www.nytimes.com/pt/2020/08/04/opinion/international-world/bolsonaro-gabinete-do-odio.html>. Acesso em: 15 set. 2025.

COALIZÃO EM DEFESA DO JORNALISMO. Cdjor repudia uso da Abin para monitorar jornalistas e organizações de imprensa. **Em Defesa do Jornalismo**, [S. l.], 1 jul. 2025. Disponível em: <https://emdefesadojornalismo.org.br/noticias/cdjor-repudia-uso-da-abin-para-monitorar-jornalistas-e-organizacoes-de-imprensa/>. Acesso em: 10 jul. 2025.

CONGRESSO EM FOCO. Ex-aliados de Bolsonaro detalham modus operandi do gabinete do ódio.

Congresso em Foco, [S. l.], 15 mar. 2020. Disponível em:

<https://www.congressoemfoco.com.br/artigo/17623/ex-aliados-de-bolsonaro-detalham-modus-operandi-do-gabinete-do-odio>. Acesso em: 15 set. 2025.

FENAJ. Relatório de Violência contra Jornalistas e Liberdade de Imprensa no Brasil - 2021. Federação Nacional dos Jornalistas, 2022.

FENAJ. Relatório de Violência contra Jornalistas e Liberdade de Imprensa no Brasil - 2022. Federação Nacional dos Jornalistas, 2023.

GALISI, Juliano. O que é a investigação da “Abin paralela”, que indiciou Bolsonaro, Carlos e Ramagem. **Estadão**, [S. l.], 17 jun. 2025. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/politica/o-que-e-investigacao-abin-paralela-indiciou-carlos-bolsonaro-alexandre-ramagem-nprp/>. Acesso em: 10 jul. 2025.

LEITÃO, Miriam. Ataque a Patrícia Campos Mello atinge imprensa, a democracia e a mulher. **Blog Miriam Leitão**, [S. l.], 19 fev. 2020. Disponível em: <https://blogs.oglobo.globo.com/miriam-leitao/post/ataque-patricia-campos-mello-atinge-imprensa-seria-democracia-e-mulher.html>. Acesso em: 15 set. 2025.

MALERBA, João; FERNANDES, Rosângela. Democracia silenciada: um panorama das violações contra comunicadores/as comunitários/as nas eleições 2018-2022. [S. l.], 2024.

SPONHOLZ, Liriam. O papel dos discursos de ódio (online) na ascensão da extrema direita: um aporte teórico. **Confluências**, Niterói, v. 22, n. 3, p. 220-243, dez. 2020/mar. 2021.

SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL. STF prorroga inquérito das fake news por 180 dias. **Notícias STF**, Brasília, 16 dez. 2024. Disponível em: <https://noticias.stf.jus.br/postsnoticias/stf-prorroga-inquerito-das-fake-news-por-180-dias/>. Acesso em: 10 jul. 2025.

VEJA. Bolsonaro faz insinuação sexual a repórter; jornal acusa quebra de decoro. **Veja**, São Paulo, 18 fev. 2020. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/politica/bolsonaro-faz-insinuacao-sexual-a-reporter-jornal-acusa-quebra-de-decoro/>. Acesso em: 10 jul. 2025.

Crise na Democracia: o papel do Jovem de Direita na Banalização da Política Brasileira

Rafael Augusto de Paula¹

Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

Talison Pires Vardiero²

Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

RESUMO

A pesquisa analisa como a juventude ligada a movimentos como o MBL atua no enfraquecimento do debate público e no agravamento da crise democrática. Parte-se da polarização extrema, da desconfiança institucional e de discursos simplificados que corroem a legitimidade democrática. Com base em autores como Rocha (2006; 2018; 2019), Abranches (2019), Solano (2019) e Dunker (2019), mostra-se como redes sociais, memes, vídeos curtos e estratégias digitais ampliam sua influência, transformando a política em espetáculo e favorecendo a desinformação. Os resultados indicam que o engajamento reforça bolhas ideológicas, invisibiliza pautas de raça, gênero e identidade e intensifica desigualdades, mas também aponta alternativas como educação política, jornalismo independente e diálogo plural.

PALAVRAS-CHAVE

Democracia; Polarização; Juventude; Movimento Brasil Livre; Desinformação.

Entre Memes e Fake News: a juventude de direita e a fragilização da democracia brasileira

O trabalho Crise na Democracia: o Papel do Jovem de Direita na Banalização da Política Brasileira analisa como a juventude de direita, articulada sobretudo em movimentos como o Movimento Brasil Livre (MBL), passou a exercer protagonismo político e, ao mesmo tempo, a contribuir para o esvaziamento do debate democrático no Brasil.

A pesquisa, de caráter qualitativo, baseia-se em análise bibliográfica e documental, utilizando como principais referências a coletânea Democracia em Risco (2018), a tese Menos Marx, Mais Mises (Rocha, 2019), o estudo de Guimarães (2018) sobre o MBL e os

¹Bacharel em Ciências Humanas (Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF), Estudante de graduação, 2º semestre do curso de Ciências Sociais da Universidade Federal de Juiz de Fora. e-mail: rafael.augusto@estudante.ufjf.br.

²Doutor em Comunicação, professor da Faculdade de Comunicação Social da Universidade Federal de Juiz de Fora - Facom/UFJF. Vice-coordenador do curso de Rádio, Tv e Internet (RTVI) e integrante do grupo de pesquisa Narrativas Midiáticas e Dialogias - Namídia/ CNPq/UFJF. E-mail: talison.vardiero@ufjf.br

trabalhos de Solano (2019), Dunker (2019), Lemos (2019), entre outros. O objetivo central foi compreender como as práticas políticas dos jovens de direita moldam a percepção social sobre a democracia, em especial através das redes sociais e da disseminação de desinformação.

Desde junho de 2013, o espaço público brasileiro foi transformado pela emergência de novos atores juvenis, que utilizam estratégias digitais para mobilizar em grande escala. O MBL exemplifica esse processo: fundado em 2014, assumiu um discurso liberal e antiesquerdista, utilizando memes, humor e uma linguagem acessível para atrair milhares de jovens. Porém, como aponta Abranches (2019, p. 20), a política assumiu contornos de “polarização afetiva”, marcada por rótulos vazios de conteúdo programático, mas carregados de emoção “amo a nós, logo odeio a eles”.

Essa lógica, fortalecida pelos algoritmos das redes sociais, simplifica questões complexas em narrativas dicotômicas, produzindo um ambiente político maniqueísta. Como explica Rocha (2019, p. 21), para muitos jovens de direita, a internet se tornou um “refúgio” contra o que consideravam um “horizonte cultural esquerdista dominante”, reforçando bolhas ideológicas e radicalizações. Castells (2009, p.21) complementa essa análise ao afirmar que “na sociedade em rede, o poder é exercido pela capacidade de moldar a mente através da comunicação”. Essa dinâmica foi amplificada pelo uso de *bots*, *big data* e *fake news*, tecnologias que permitiram ao MBL influenciar percepções e moldar narrativas políticas em momentos decisivos.

O impacto desse processo vai além da polarização. Ele contribui para o que Dunker (2019, p. 118) chama de “nova mítica e novo tipo de carisma”, em que líderes políticos confrontam a institucionalidade sob a lógica da antipolítica. Essa transformação, ao invés de enriquecer o debate, favorece a banalização da política, reduzindo-a a slogans, memes e ataques pessoais.

Solano (2019, p. 317) aponta que, nesse contexto, cresce a narrativa da “meritocracia e do hiperindividualismo”, em que a política é desprezada e o esforço pessoal é exaltado como caminho único. Bauman (2000, p.146) já antecipava esse cenário ao afirmar que “na política líquida, a volatilidade substitui a estabilidade, e a emoção substitui a reflexão”.

Outro ponto importante é a invisibilização de pautas de gênero, diversidade e identidade pelo discurso da nova direita. Isso reforça um viés excludente que limita o debate democrático e distancia parte da sociedade das discussões centrais. Como alerta

Mouffe (2005, p.16), “o perigo não é o conflito, mas a sua negação, pois ele retorna sob a forma de antagonismo destrutivo”. Ao transformar divergências políticas em antagonismos absolutos, o MBL e outros grupos juvenis reforçam a lógica do inimigo, minando o diálogo democrático.

A desinformação também se coloca como um dos maiores desafios da democracia contemporânea. Habermas (1984, p.89) já advertia que “o espaço público se enfraquece quando a linguagem é instrumentalizada para manipulação, e não para o entendimento”. Esse diagnóstico ajuda a compreender como *fake news* e campanhas de manipulação digital não apenas distorcem a percepção pública, mas corroem os fundamentos da democracia deliberativa.

Apesar do diagnóstico crítico, o trabalho aponta alternativas possíveis: fortalecer a educação política nas escolas, regular plataformas digitais, valorizar o jornalismo independente e promover espaços de diálogo entre jovens de diferentes visões ideológicas. Como observa Lemos (2019, p. 201), é necessário enfrentar o viés dos algoritmos, que priorizam conteúdos radicais, para recuperar um ambiente digital menos inflamado e mais democrático.

Conclui-se que a democracia brasileira enfrenta uma crise que é, ao mesmo tempo, institucional e cultural. O papel da juventude é central nesse processo: pode reforçar a polarização e a banalização da política, mas também pode ser agente de transformação e renovação democrática. O desafio está em superar a lógica do espetáculo político e reconstruir um espaço público baseado em diálogo, pluralidade e respeito às diferenças.

Referências

ABRANCHES, Sérgio. **Polarização radicalizada e ruptura eleitoral**. In: AUTORES, Vários (Ed.). **Democracia em risco? 22 ensaios sobre o Brasil de hoje**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019. p. 11–34.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001. p. 146.

CASTELLS, Manuel. **Comunicação e poder**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2009. p. 21.

DUNKER, Christian Ingo Lenz. **Psicologia das massas digitais e análise do sujeito democrático**. In: ABRANCHES, Sérgio et al. **Democracia em risco? 22 ensaios sobre o Brasil de hoje**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019. p. 116-135.

GUIMARÃES, Maria Clariça Ribeiro. **As novas formas de organização e articulação das classes dominantes: o MBL em questão**. Revista de Políticas Públicas, v. 22, n. 2, p. 621-640, jul./dez. 2018. Universidade Federal do Maranhão. Disponível em:

<https://www.redalyc.org/journal/3211/321158845002/321158845002.pdf>. Acesso em: 15 fev. 2025.

HABERMAS, Jürgen. **Teoria do agir comunicativo**. Vol. 1. São Paulo: Martins Fontes, 1984. p. 89.

LEMOS, Ronaldo. **Diante da realidade, seis ficções epistemológicas**. In: ABRANCHES, Sérgio et al. **Democracia em risco: 22 ensaios sobre o Brasil hoje**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019, p.196-211. MOUFFE, Chantal. **Sobre o político**. São Paulo: Martins Fontes, 2015. p. 16.

ROCHA, Camila. **Menos Marx, Mais Mises: uma nova gênese da nova direita brasileira** (2006-2018). 2019. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Universidade de São Paulo, São Paulo. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/T.8.2019.tde-19092019-174426> Acesso em: 15 fev. 2025.

SOLANO, Esther. **A bolsonarização do Brasil**. In: AUTORES, Vários (org.). **Democracia em risco? 22 ensaios sobre o Brasil hoje**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019. p. 309-323.

Análise comparativa da cobertura do genocídio em Gaza pelos jornais “O Globo” e “The Intercept”

Luana Giovannini Salles¹

Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

Talison Pires Vardiero²

Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

RESUMO

A pesquisa propõe uma análise comparativa entre duas matérias sobre o genocídio em Gaza publicadas, em fevereiro de 2024, pelos jornais O Globo e The Intercept, que apresentam opiniões editoriais divergentes sobre o conflito. Fundamentada em autores como Ilan Pappé (2016), Nelson Traquina (2008), Elissa Griner (2014) e Fabian Moraes (2015), a investigação utiliza a Análise de Conteúdo de Bardin (2011) para mapear padrões narrativos e escolhas de fontes. Os resultados indicam a produção de discursos contrastantes entre os veículos, evidenciando diferentes estratégias de enquadramento, subjetividade e parcialidade na construção jornalística do tema.

PALAVRAS-CHAVE

Palestina; O Globo; The Intercept; Palestina; Conflito Histórico; Genocídio.

INTRODUÇÃO

Os conflitos entre palestinos e israelenses ocorrem desde 1948, com a criação do Estado de Israel e a ocupação da Palestina. Com o fim da Segunda Guerra Mundial os países sentiram a necessidade de criar um espaço onde o povo judeu pudesse ter o próprio território. Como historicamente os judeus já habitaram a região da Palestina, e levando em conta a importância religiosa da região, a Organização das Nações Unidas (ONU) dividiu o território entre os dois povos. Ilan Pappé (2016) aponta que a fundação de Israel foi acompanhada por uma campanha de expulsão em massa dos palestinos, definida por ele como limpeza étnica.

Em outubro de 2023, um ataque do Hamas desencadeou uma ofensiva israelense contra Gaza, atingindo civis, hospitais e bloqueando ajuda humanitária. Nesse cenário, o

¹ Estudante de Graduação de Jornalismo da Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF. E-mail: luana.giovannini@estudante.ufjf.br.

² Doutor em Comunicação, professor da Faculdade de Comunicação Social da Universidade Federal de Juiz de Fora - Facom/UFJF. Vice-coordenador do curso de Rádio, Tv e Internet (RTVI) e integrante do grupo de pesquisa Narrativas Midiáticas e Dialogias - Namídia/CNPq/UFJF. E-mail: talison.vardiero@ufjf.br.

jornalismo assume papel central na construção de narrativas. Para Nelson Traquina (2008), o poder do jornalismo não está apenas na definição de pautas, mas também no enquadramento dos temas.

Desse modo, podemos classificar o conflito como “Genocídio”, termo de origem recente, formado pelo grego *genos* (raça ou grupo) e pelo latim *caedere* (matar), que designa o assassinato de um povo ou grupo étnico. A palavra foi cunhada pelo jurista judeu Raphael Lemkin, após perder sua família no Holocausto, e apresentada em seu livro *Axis Rule in Occupied Europe* (1944).

OBJETO DA PESQUISA

Como objeto da pesquisa, foram escolhidos dois jornais — um da grande mídia e outro da mídia independente —, respectivamente: O Globo e The Intercept. A escolha se deu com base nas posições editoriais opostas evidenciadas nas matérias: “Em discurso na Guiana, Lula volta a falar em genocídio em Gaza e critica gastos militares” e “Essa semana a mídia brasileira praticou dois dos seus esportes preferidos: atacar Lula e defender Israel”. Ambos os textos, publicados em fevereiro de 2024, abordam diferentes aspectos da fala do presidente Lula, que comparou os ataques a Gaza com o genocídio de judeus durante o Holocausto.

METODOLOGIA E ANÁLISE

Para desenvolver a pesquisa a partir da análise de conteúdo (Bardin, 2011) realizou-se uma pré-análise e leitura dos materiais para codificá-los e organizá-los, e assim estruturar o texto. Para concluir, foi feito o processo de inferências, interpretação e análise crítica das matérias jornalísticas.

Na matéria do O Globo, a autora — Alice Cravo — afirma duas vezes que a declaração do presidente Lula “colocou o Brasil em meio a uma crise diplomática” e destacou a decisão do ministro das Relações Exteriores de Israel, Israel Katz, de colocar Lula como “*persona non grata*” no país até que ele pedisse desculpas. Já o The Intercept afirmou que a “grande imprensa tentou fabricar uma crise internacional para desgastar Lula internamente” e se baseou no argumento que, mesmo sob o apelo de Israel nas redes sociais para que condenassem a fala do presidente brasileiro, “nenhum líder mundial se pronunciou”.

Enquanto o jornal da Globo se limita a citar e repassar um fato, o jornal

independente se propõe a fazer uma análise mais profunda da situação e expõe a opinião do autor — João Filho — livremente, como fica explícito no trecho: “A comparação de Lula pode até ser considerada um erro do ponto de vista político/estratégico — eu não acho — mas do ponto de vista técnico, está correta.”

Filho também traz um ponto importante para a análise: “Entre os ‘jornalistões’ brasileiros, a indignação perante à fala de Lula é inversamente proporcional à indignação aos crimes humanitários liderados por Israel”, mostrando preocupação com as vítimas, o que não aparece na outra matéria. De acordo com Moraes (2015), essa subjetividade pode valorizar a narrativa. A autora ainda afirma que “a subjetividade não pode ser percebida como algo apenas do âmbito individual” (p.12), ela também deve ser compreendida no âmbito coletivo.

Para analisar a matéria do O Globo, é possível embasar nas afirmativas de Nelson Traquina (2008), que afirma o poder do jornalismo não apenas na projeção de temáticas, mas também o modo como são enquadradas. Traquina (2008) também aponta o impacto dos valores-notícias de construção já que definem o que será realçado ou omitido — no caso, o foco está na suposta crise diplomática e não nas vítimas palestinas.

RESULTADOS INICIAIS

Como resultados preliminares, observamos a construção de dois discursos distintos. Elissa Griner (2014) mostra como interesses geopolíticos e culturais influenciam a interpretação da notícia. “Quando se trata do conflito árabe-israelense, para além da guerra física travada na região, há a guerra de discursos na cobertura midiática internacional” (p. 48), afirma a autora, “seja qual for o teor deste discurso, ele tem um grande impacto na percepção do público internacional acerca do conflito” (p. 48).

A construção das matérias também difere: O Globo busca imparcialidade, mas “mesmo no jornalismo objetivo há etapas subjetivas: a definição do que será ou não pauta, a angulação da apuração, a seleção de imagens e entrevistados são exemplos” (Chaves; Nocelli, 2023). Já o The Intercept valoriza a opinião do autor, nos termos de Moraes.

Referência

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Almedina Brasil, 2011.

CHAVES, Ana Paula Dessupoio; NOCELLI, Gracielle Loures. **Jornalismo de Subjetividade: a aproximação e o distanciamento com o Outro**. 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2023. Disponível em:

[https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/0816202308365964dcb4db3995c.pdf]. Acesso em: 23 de setembro de 2025.

CRAVO, Alice. **Em discurso na Guiana, Lula volta a falar em genocídio em Gaza e critica gastos militares**. O Globo, Brasília, 28 de fevereiro de 2024. Mundo. Disponível em: [<https://oglobo.globo.com/mundo/noticia/2024/02/28/em-discurso-na-gui-ana-lula-volta-a-falar-em-genocidio-em-gaza-e-critica-gastos-militares.ghml>] Acesso em: 17 de junho de 2025.

FILHO, João. **Essa semana a mídia brasileira praticou dois dos seus esportes preferidos: atacar Lula e defender Israel**. The Intercept, 24 de fevereiro de 2024. Disponível em: [<https://www.intercept.com.br/2024/02/24/essa-semana-a-midia-brasileira-praticou-dois-dos-seus-esportes-preferidos-atacar-lula-e-defender-israel/>] Acesso em: 22 de setembro de 2025.

GRINER, Elissa. **Guerra de discursos: um estudo comparado da cobertura jornalística do conflito árabe-israelense**. 2014. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014.

LEMKIN, Raphael. *Axis rule in occupied Europe: laws of occupation, analysis of government, proposals for redress*. Clark, Nova Jérsei: Lawbook Exchange, Ltd., 2014.

MORAES, Fabiana. **O nascimento de Joicy: transexualidade, jornalismo e os limites entre repórter e personagem**. Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2015.

PAPPÉ, Ilan. **A limpeza étnica da Palestina**. Tradução de Marcelo Dias. São Paulo: Sundermann, 2016.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, 2008.

Memes, jornalismo e credibilidade - análise dos memes sobre os altos preços de hospedagem em Belém na COP 30

Iury Andrade Roberti¹

Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

Talison Pires Vardiero²

Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

RESUMO: O estudo analisa os memes sobre os preços de hospedagem em Belém durante a COP 30, a partir da reportagem do Correio Braziliense “COP 30: hospedagem cara em Belém gera críticas e memes nas redes sociais”. Com base na Análise de Conteúdo (Bardin, 2011), foram classificados 15 memes em cinco categorias: exagero de preços, comparações inusitadas, ironia, crítica política e institucional e xenofobia. As lentes teóricas incluem a Cultura da Convergência (Jenkins, 2006), a Cultura de Participação (Shirky, 2011) e o potencial comunicacional dos memes (Shifman, 2013). Os resultados mostram os memes como expressão humorística da indignação e como narrativas apropriadas pelo jornalismo.

PALAVRAS-CHAVE

Memes; Cultura de Participação; Convergência; COP 30; Crise do Jornalismo

INTRODUÇÃO

No decorrer das últimas décadas, com o surgimento de novas tecnologias midiáticas e digitais, o Jornalismo passou por transformações significativas. Se antes a profissão desempenhava uma produção vertical de notícias, com a chegada da Internet e das redes sociais digitais, precisou se adaptar ao que Jenkins (2006) define como Cultura de Convergência³.

Nesse contexto, surge o que Christofolletti (2018) denomina Crise do Jornalismo, marcada pela necessidade de romper padrões tradicionais e adaptar-se às demandas de um mundo globalizado e digital, no qual mídias convergem e criam novas formas de comunicação.

¹ Estudante de graduação (UFJF), 8º Semestre do Curso de Jornalismo da Faculdade de Comunicação da UFJF, E-mail: iury.roberti@estudante.ufjf.br

² Doutor em Comunicação (UFJF), professor pela Faculdade de Comunicação da UFJF e atual vice-coordenador do curso de RTVI. E-mail: talison.vardiero@ufjf.br

³ Essa definição trata justamente a respeito de uma realidade em que diferentes mídias coexistem e convergem entre si, de modo a ampliar, dinamizar e descentralizar o processo comunicacional.

Esse cenário, marcado pelo que Shirky (2011) chama de Cultura de Participação, demonstra que o processo de construção dos conteúdos noticiosos não é mais feito de forma unilateral, mas conta com a participação de diversos agentes que mediam, interagem e influenciam nos próprios critérios de noticiabilidade.

Como parte desse processo, temos os memes como elementos inerentes da lógica contemporânea das redes digitais. Como discute Shiffman (2013), eles possuem a capacidade de condensar discursos complexos em uma linguagem simples e, em virtude do seu potencial de viralização, atuam também na formação de opinião e na construção de narrativas apropriadas pelo jornalismo.

Um exemplo dessa discussão são os memes sobre os altos preços de hospedagem em Belém (PA) durante a COP 30. Com base na Análise de Conteúdo (Bardin, 2011), este artigo analisa qualitativa e quantitativamente tais memes, tomando como objeto a reportagem do Correio Braziliense intitulada “COP 30: hospedagem cara em Belém gera críticas e memes nas redes sociais”.

ANÁLISE DOS MEMES

Analisando a reportagem, foram encontrados 16 memes com diferentes abordagens sobre os altos preços de hospedagem da COP 30. É importante destacar que essa quantidade inclui a repetição do conteúdo do usuário @oantonlojr. Então, existe um total de 15 memes.

A partir da Análise de Conteúdo (Bardin, 2011), os memes foram divididos em cinco categorias principais: exagero de preços; comparações inusitadas; ironia; crítica política e institucional; e xenofobia. O resultado pode ser observado no quadro a seguir:

Tabela 1 - Análise quantitativa dos memes da reportagem do Correio Braziliense

Categoria	Exemplos (memes)	Frequência	Porcentagem
Exagero de preços	Prints de diárias acima de R\$ 7000; “Hotel Nota 10” inflacionado; prints de anúncios no Booking.	7	43,8%
Comparações inusitadas	“Sai mais barato comprar um imóvel...”; meme da melancia; @oantonlojr; transferência da COP para o Rio em tom de piada.	4	25%

Ironia	“Melhor exercício do humor é olhar os preços”; “rir para não chorar”	2	12,5%
Crítica política e institucional	Meme envolvendo Eduardo Paes e a ideia de transferir a COP 30 para o Rio; crítica a autoridades/governo.	2	12,5%
Xenofobia	Meme (em forma de “tweet”) falando que a crítica aos preços, na verdade, é uma xenofobia velada à população paraense.	1	6,2%

Fonte: Correio Braziliense.

A maior parte dos memes se encontra na categoria “exagero de preços”, o que revela o fator econômico como um aspecto importante, tanto para gerar humor, quanto como prova social dessa “desproporção”, através dos prints das plataformas de hospedagem, que ilustram isso. Nesse caso, os memes funcionam como uma expressão humorística da indignação, já que escancaram uma incongruência entre a realidade econômica da região com os preços ofertados nas plataformas.

A segunda categoria “comparações inusitadas” recorre a hipérboles e associações improváveis, como comparar o valor de uma diária ao preço de um imóvel, como recurso discursivo para problematizar a questão de forma mais compreensível e palpável. Já a categoria “ironia” usa do humor e da espetacularização para representar a percepção dos próprios usuários, e torna o fato de “rir dos preços”, uma prática compartilhada socialmente.

A categoria “crítica política e institucional”, por sua vez, utiliza dos memes e de elementos humorísticos para tecer críticas políticas às autoridades e instituições do governo, bem como sua responsabilidade na escalada dos preços. Por fim, um meme discute sobre a problemática da xenofobia ao construir o viés de que a crítica aos altos preços de hospedagem em Belém seriam uma forma velada de praticar discursos xenofóbicos à população paraense.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise dos memes publicados na reportagem do Correio Braziliense revela a força desse artefato cultural na prática da comunicação. Ela revela também como o

jornalismo vem se preocupando em sobrepor, muitas vezes, elementos relevantes à cultura digital, em detrimento a abordagens mais tradicionais de um jornalismo de profundidade. Entretanto, a reportagem não deixa de ser crítica: mesmo sem muito aprofundamento teórico e discursivo, os memes encontram uma forma de criar vieses, narrativas e mobilizar a opinião pública - como defende Shiffman (2013) - em um ambiente marcado pelas Culturas de Convergência (Jenkins, 2006) e de Participação (Shirky, 2011).

Nesse sentido, a escolha da centralidade em torno das redes, traz reflexões na esfera da credibilidade jornalística. A utilização dos memes como próprio critério de noticiabilidade da reportagem, em virtude de sua relevância midiática, faz com que o veículo corra o risco de perder credibilidade com um público mais conservador. Entretanto, aproxima a reportagem de públicos que consomem e produzem conteúdo nas redes, amplificando o alcance do conteúdo jornalístico e estabelecendo vínculos de confiança com os usuários.

Diante disso, vemos a construção de um novo “fazer comunicacional”, que precisa, no entanto, estar atento. É preciso refletir até que ponto o jornalismo não submete sua função ética e responsabilidade social à lógica de engajamento das redes. Se as escolhas editoriais pautadas na cultura digital mudam os critérios de noticiabilidade das produções jornalísticas, altera-se também o próprio papel do jornalismo na sociedade.

Referências

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 3. ed. Lisboa: Edições 70, 2011.

BOTELHO, Gabriel. COP30: hospedagem cara em Belém gera críticas e memes nas redes sociais. **Correio Braziliense**, Belém, 1 ago. 2025. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/brasil/2025/08/amp/7216523-cop30-hospedagem-cara-em-belem-gera-criticas-e-memes-nas-redes-sociais.html>. Acesso em: 03 set. 2025.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2006.

CHRISTOFOLETTI, R (org.). **Credibilidade jornalística**. 1. ed. Florianópolis: Editora Insular, 2024. e-book. ISBN 978-85-524-0486-6.

SHIFFMAN, L. **Memes in digital culture**. Cambridge: MIT Press, 2013.

SHIRKY, C. **A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

Comunidades masculinistas na formação de jovens brasileiros: violência e discurso de ódio nas plataformas digitais

Ana Beatriz Araujo⁴
Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF
Eduardo Marques⁵
Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF
Karen Lima⁶
Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF
Leticia Ferreira Romão⁷
Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF
Maurício João Vieira Filho⁸
Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

RESUMO

Este estudo examina a correspondência entre a crescente do identitarismo masculinista e o surgimento de comunidades violentas no ambiente virtual, como *Red Pill*, *Incel* e *MGTOW*. Nesse sentido, a pesquisa sugere o vínculo entre a ação das *big techs* e de suas bolhas informacionais na difusão dessas narrativas de vitimização masculina e a expansão da extrema-direita política e o aumento do discurso de ódio na internet. Para descrever a anatomia desse fenômeno e, assim, entender alternativas de enfrentamento, foram realizados estudos de casos e análises bibliográficas, a partir de autores dos campos dos estudos de gênero, comunicação digital e discurso de ódio.

PALAVRAS-CHAVE

Manosfera; Violência; Misoginia; Mulheres; Plataformas digitais.

INTRODUÇÃO

A *manosfera* é composta por comunidades online de homens que discutem questões de gênero, grupos minoritários, masculinidade, relações e criticam o feminismo. Há três casos: *Red Pill*, cujos membros acreditam que a sociedade favorece mulheres e oprime homens; *Incel*, homens que espalham ódio contra mulheres por não conseguirem parceiras; *Man going their own way* (*MGTOW*), homens que evitam vínculos com mulheres, acreditando ser um ato de autopreservação e empoderamento masculino (O Assunto, 2023).

⁴ Universidade Federal de Juiz de Fora, Graduanda em Jornalismo, anabeatriz.araujo@estudante.ufjf.br

⁵ Universidade Federal de Juiz de Fora, Graduando em Jornalismo, eduardo.marques@estudante.ufjf.br

⁶ Universidade Federal de Juiz de Fora, Graduanda em Jornalismo, karen.lima@estudante.ufjf.br

⁷ Universidade Federal de Juiz de Fora, Graduanda em Jornalismo, leticia.romao@estudante.ufjf.br

⁸ Universidade Federal de Juiz de Fora, Doutor em Comunicação, mauriciovieiraf@gmail.com

Para eles, o feminismo é visto como opressão masculina, e avanços legais como a Lei Maria da Penha, por exemplo, teriam acabado com os “direitos dos homens”. Eles acreditam na igualdade constitucional como privilégio feminino e a equidade como vantagem indevida. Com isso, atribuem às mulheres e à sociedade a culpa por seus fracassos amorosos, profissionais e sociais, crendo que o empoderamento feminino custa o sofrimento masculino. Muitos também aderem a teorias da conspiração sobre uma “matrix Feminista” para enfraquecer homens (Silva; Hennigen, 2024).

Este estudo examina a correspondência entre a crescente do identitarismo masculinista e o surgimento de comunidades violentas no ambiente virtual, como *Red Pill*, *Incel* e *MGTOW*.

CRIMES, PLATAFORMAS E FORMAÇÃO DE JOVENS

A *manosfera*, presente na internet há tempos, tem tido aumento notório de discursos extremistas em aplicativos. Jovens conservadores tendem a defender políticas extremistas anti-equidade salarial, anti-direitos reprodutivos e anti-reparação histórica, alinhadas a pautas de *incels* e *red pills* observadas em fóruns online e em plataformas digitais (Bock, 2007).

A reportagem “Dores do Discord”, do *Fantástico*, em abril de 2024, revelou como grupos na plataforma *Discord* torturavam e estupravam virtualmente meninas de 12 a 15 anos. Os criminosos conheciam as vítimas por grupos no *Discord* e iniciavam conversas em tom romântico e manipulador, obtendo nudes e dados familiares. Em seguida, ameaçavam as famílias e compartilhavam fotos íntimas, caso elas não participassem de videochamadas com vários homens.

Um caso específico, retratado na reportagem, ultrapassou o virtual. Uma vítima viajou 500 km de Joinville (SC) para São Paulo para encontrar um dos criminosos. Nos 20 dias seguintes, a garota foi estuprada com videochamadas transmitidas no *Discord*. Ela conseguiu retornar para casa, e todos os criminosos foram presos e aguardam julgamento (Andrade; Wainer, 2023).

Cabe perceber que, nas plataformas, algoritmos personalizam a experiência do usuário, aumentando engajamento, mas criando bolhas que expõem jovens a grupos misóginos, racistas e LGBTfóbicos. Ademais eles funcionam de forma invisível, filtrando

conteúdos, o que traz diferentes resultados para usuários distintos e limitam o controle do que é consumido (Bondance, 2025).

IMPACTOS SOCIAIS DA *MANOSFERA*

A identidade é formada por fatores intrapessoais, interpessoais e culturais, tornando a adolescência uma construção social que impacta a subjetividade e o desenvolvimento humano. Nesse período, há uma absorção de ideais, pois ainda falta senso crítico da maturidade (Bock, 2007).

Relatórios como o *Hope not to hate*, de 2024, e estudos da UFRJ com o Ministério das Mulheres revelam a influência da *manosfera* e o aumento da misoginia online. Metade dos jovens de 16 a 24 anos acreditam que o feminismo dificulta o sucesso masculino. Owen Jones, da *Hope not to hate*, observa comportamentos agressivos de alunos homens que negam problemas e silenciam o empoderamento feminino. Vale destacar que o NetLab da UFRJ identificou 137 canais misóginos entre 2018 e 2024 que monetizam o ódio a grupos minorizados por plataformas digitais (Ministério das Mulheres, 2024).

RESISTÊNCIA E FUTURO

Nesta pesquisa, discutimos a fragilidade do pensamento crítico juvenil diante das mídias sociais, que impulsionam discursos de ódio, especialmente ligados à violência de homens, prejudicando a saúde mental dos indivíduos e agravando desigualdades sociais. Para combater esse problema, acreditamos na alfabetização digital e estética, na redefinição da socialização masculina e na escuta ativa e narrativas humanizadoras. Além disso, as *big techs*, ao manterem as câmaras de eco e bolhas digitais e influenciarem o governo, precisam ser responsabilizadas por fomentar discursos nocivos, exigindo mobilização e regulamentação.

Referências

ANDRADE, J.; WAINER, R. Rede sem lei no Discord: criminosos violentam e humilham meninas menores de idade. **G1**. Rio de Janeiro, 25 jun. 2023, reportagem. Disponível em: <https://g1.globo.com/fantastico/noticia/2023/06/25/rede-sem-lei-no-discord-criminosos-violentam-e-humilham-meninas-menores-de-idade.ghtml>. Acesso em: 7 ago. 2025.

BOCK, A. M. B. A adolescência como construção social: estudo sobre livros destinados a pais e educadores. **Psicologia Escolar e Educacional**, Campinas, v. 11, n. 1, p. 63- 76, 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pee/a/LJkIzRzQ5YgbmhcnkKzVq3x>. Acesso em: 7 ago. 2025.

BONDANCE, A. Como e por que os algoritmos nos fazem entrar numa bolha na internet. **Olhar Digital**. [S. l.], 26 maio 2025, reportagem. Disponível em:

<https://olhardigital.com.br/2025/05/26/internet-e-redes-sociais/como-e-por-que-os-algoritmos-nos-fazem-entrar-numa-bolha-na-internet/>. Acesso em: 7 ago. 2025.

HOPE NOT HATE. **Tate Misogyny**. [S. l.], 24 jul. 2024, postagem de blog. Disponível em: <https://hopenothate.org.uk/2024/07/24/plugged-in-tate-misogyny-2/>. Acesso em: 7 ago. 2025.

MINISTÉRIO DAS MULHERES. **Pesquisa inédita mostra como influenciadores lucram com conteúdos misóginos no YouTube**. Brasília, 13 dez. 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/mulheres/pt-br/central-de-conteudos/noticias/2024/dezembro/pesquisa-inedita-mostra-como-influenciadores-lucram-com-conteudos-misoginos-no-youtube>. Acesso em: 5 set. 2025.

O ASSUNTO. **Redpill - a misoginia como lucro**. Direção: Renata Lo Prete. G1. 3 mar. 2023. YouTube, podcast. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=eS_AULMG02Q. Acesso em: 7 ago. 2025.

SILVA, A. C. W.; HENNIGEN, I. Misoginia online: a red pill no ambiente virtual brasileiro. **Revista Feminismos**, Salvador, v. 12, n. 1, 2024. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/feminismos/article/view/57028>. Acesso em: 8 ago. 2025.

MESA 6
Cinema, TV e ficção seriada

O mito, a superstição e o destino: sentidos da cultura latino-americana na série “Cem anos de solidão”

Ana Luisa de Almeida Nascimento¹
Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

RESUMO

Durante as lutas por independência cultural e política na América Latina, o ‘realismo mágico’ surgiu como um símbolo da literatura latino-americana. Por meio da análise de imagem (Coutinho, 2012) busca-se entender a presença dos conceitos de mito, superstição e destino na construção do realismo mágico e da cultura latina, a partir da série “Cem anos de Solidão” (2024). Utilizou-se sobretudo estudos sobre latinidade (Barbosa, 2021; Santos, 2018), mitos e lendas (Fontes, 2021). Conclui-se que mito, superstição e destino não apenas estruturam a narrativa do realismo mágico na série, mas também funcionam como elementos centrais para a compreensão da identidade cultural latino-americana.

PALAVRAS-CHAVE

Cultura; latino-americana; imaginário; realismo mágico; audiovisual.

INTRODUÇÃO

A história da palavra latino é antiga: usada para denominar os habitantes naturais da região de Latium, na Itália; os povos europeus dominados pelo Império Romano e por fim, as sociedades das Américas ao sul (Barbosa, 2021). Entretanto, apesar de seus variados empregos, a palavra latino se tornou adjetivo que caracteriza somente as regiões e habitantes da América do Sul e Central.

Alvo de um profundo processo civilizatório, capitaneado especialmente por Espanha e Portugal, a América Latina esteve submetida ao controle político e econômico das nações europeias, de modo que funcionava como simples fonte de renda para as metrópoles.

A partir da busca por independência, um dos principais objetivos dos intelectuais latinos era a libertação cultural e “estabelecer o que caracteriza a literatura latino-americana” (Santos, 2018), com todas as suas especificidades. É neste contexto que surge o chamado “realismo mágico”, como forma de conceder à produção literária latina uma

¹ Graduanda em jornalismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora. e-mail: almeida.ananascimento@estudante.ufjf.br

marca, misturando realidade e vida cotidiana com elementos do sobrenatural e do fantástico. Este conceito pode ser expandido para além do cenário literário e ser utilizado das mais variadas formas. No presente artigo, abordaremos como os conceitos de mito, superstição e destino, contidos na série “Cem anos de Solidão”, baseada no livro homônimo do escritor colombiano Gabriel García Márquez, são destaques do realismo mágico na produção audiovisual e peças cruciais para marcar a produção cultural latino-americana.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A fim de contextualizar os conceitos de latino, latinidade e o surgimento da América Latina como um continente, foram usados estudos históricos sobre o tema, em especial o artigo de Keylla Barbosa, “As três faces da latinidade: significante, repetição e recalque”.

Foram também usados estudos sobre o realismo mágico, entre eles, “A função do realismo fantástico na literatura latino-americana a exemplo dos autores Gabriel García Márquez e Jorge Amado”, de Maria Aparecida Rocha e Volker Jaeckel e “Realismo mágico e real maravilhoso: um anseio de afirmação da literatura latino-americana”, de Bruna Carla dos Santos e Erinaldo Borges.

Com uma abordagem sociológica, usou-se estudos para compreender a relevância e caráter histórico-social dos mitos, lendas e histórias ligadas ao imaginário para a vida humana. Destaca-se neste momento o artigo de Vítor Fontes, “Mitos e Lendas”. Esses estudos fornecem a base para compreender como a série usa, em linguagem audiovisual, tradições literárias e culturais latino-americanas.

METODOLOGIA

A metodologia adotada neste trabalho é a análise de imagens proposta por Coutinho (2012), visto que o objeto central é uma produção audiovisual seriada. Essa abordagem busca compreender de que maneira algumas cenas da série representam, de forma metafórica e subliminar, os conceitos de mito, superstição e destino.

Segundo a autora, a análise das imagens nos meios audiovisuais deve levar em conta o “infrasaber”, “o conhecimento e a compreensão das características discursivas da grande narrativa na qual o registro visual está inserido” (Coutinho, 2012, p;343). Dessa

forma, a pesquisa procura identificar discursos simbólicos e narrativos que se relacionam com construções culturais latinas.

PRINCIPAIS RESULTADOS

Na série, o mito está presente sobretudo na fundação de Macondo, a partir de um sonho mirabolante do personagem principal e patriarca da família Buendía, José Arcádio. Ele sonha com uma cidade barulhenta, formada por paredes de espelho e com um nome que não tinha sentido.

A superstição reside na crença familiar e no temor de Úrsula Iguarán, esposa de José Arcádio, que seus filhos nasçam com rabo de porco. As visões e presságios de Aureliano Buendía também exemplificam como o sobrenatural é incorporado ao cotidiano como uma verdade incontestável.

O destino se evidencia no caráter cíclico da história da família Buendía, marcada pela repetição de nomes e eventos. Esse fato fortalece a ideia de que a trajetória das personagens já está traçada, independentemente de suas ações. O desfecho com a morte do último Buendía devorado por formigas, prova que o fim da família não foi acidente, mas destino.

Dessa forma, o mito, a superstição e o destino são observados durante toda a obra analisada. Ao fazerem parte da vida cotidiana das personagens, esses conceitos figuram-se na estética do realismo mágico, integrando a realidade à fantasia e abarcando o modo de compreender o mundo latino-americano.

CONTRIBUIÇÕES DA PESQUISA

O presente artigo pretende se juntar aos estudos sobre as produções audiovisuais latinas, na tentativa de delimitar algumas de suas características marcantes. Entende-se também que conceitos aparentemente irrelevantes, por serem ligados ao imaginário e ao fantástico, são, na verdade, parte fundamental da identificação da cultura latino-americana, refletindo em níveis sociais como uma extensa população se relaciona com a vida e com o incompreensível.

CONCLUSÃO

A produção cultural latino-americana perpassa por uma relação íntima com elementos não naturais e imaginativos, de forma que se misturam com a realidade

cotidiana das pessoas de forma muitas vezes imperceptível, mas extremamente presente. Assim, mito, superstição e destino não são apenas elementos narrativos, mas verdadeiros pilares da arte latino-americana, revelando como o realismo mágico é um reflexo de uma forma de compreender e experienciar o mundo.

Referências

BARBOSA, K. As três faces da latinidade: significante, repetição e recalque. **Em Construção**, Rio de Janeiro, v.5, n.9, p.70-83, 2021. [As três faces da latinidade: significante, repetição e recalque | Em Construção: arquivos de epistemologia histórica e estudos de ciência](#). Acesso em 21 de set. 2025

CEM ANOS DE SOLIDÃO. Direção: Alex García López. Colômbia: Netflix, 2024. Streaming. 8 episódios.

COUTINHO, I. Leitura e análise da imagem. In: JORGE BARROS. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2012, p.330-344.

FONTES, VITOR. Mitos e Lendas. In: LUÍS GROSSO CORREIA. **O passado é um país estranho**. Temas e estratégias para uma educação histórica de qualidade. Porto: Biblioteca Digital da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, 2021, pp. 89-121. DOI: <https://doi.org/10.21747/978-989-8969-94-1/passa4>>. Acesso em 21 de set. 2025.

ROCHA, M.; JAECKEL, V. A função do realismo fantástico na literatura latino-americana a exemplo dos autores Gabriel García Márquez e Jorge Amado. **Repositório Institucional da UFMG**, MISSANGAS: ESTUDOS EM LITERATURA E LINGÜÍSTICA, v. 8, n.6, p.26-40, 2022. [A função do realismo fantástico na literatura latina a exemplo dos autores Gabriel García Márquez e Jorge Amado](#). Acesso em 21 de set. 2025.

SANTOS, B.; BORGES, E. Realismo mágico e real maravilhoso: um anseio de afirmação da literatura latino-americana. **Cadernos CESPUC**, Minas Gerais, n.32, p. 20-27, 2022. [Realismo mágico e real maravilhoso: um anseio de afirmação da literatura latino-americana | Cadernos CESPUC de Pesquisa Série Ensaios](#). Acesso em 21 de set. 2025.

O papel do som nos *edits* da segunda temporada de *Wandinha*

Lorena Fontainha¹

Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

Gabriela Borges²

Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

Letícia Torres³

Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

RESUMO

O presente artigo busca compreender quais são as principais características trabalhadas na produção de sentidos dos conteúdos remixados e compartilhados no TikTok a partir dos sons empregados. A exploração da amostra de seis vídeos parte dos estudos de Knobel e Lankshear (2008) sobre remixagem a partir do conceito de sincronização. Assim, concluímos com a pesquisa que o elemento da música é basilar na compreensão da narrativa desenvolvida nos *edits*.

PALAVRAS-CHAVE

Netflix; *Wandinha*; Remixagem; Tiktok; *Edits*.

INTRODUÇÃO

Em um mundo cada vez mais conectado (Jenkins, 2008), os conteúdos produzidos nas plataformas de mídias sociais circulam de diferentes maneiras, permitindo diferentes recortes, edições e cocriações. Partindo desse ponto, este artigo visa compreender quais são as principais características trabalhadas na produção de sentidos dos conteúdos remixados e compartilhados no TikTok a partir dos sons empregados. Como *corpus*, trabalhamos com seis *edits* referentes a segunda temporada de *Wandinha* (Netflix, 2025).

¹Mestranda em Comunicação na UFJF e pesquisadora nos grupos Comunicação, Arte e Literacia Midiática (UFJF) e Observatório da Qualidade no Audiovisual (UFJF). Bolsista da FAPEMIG. E-mail: lorenagabriellec@gmail.com.

²Professora Adjunta na Universidade do Algarve e docente no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFJF. E-mail: gaborges@ualg.pt.

³Doutora em Comunicação, Arte e Cultura, pela Universidade do Algarve. Docente da Universidade Federal de Juiz de Fora. E-mail: leticia.torres@ufjf.br.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Knobel e Lankshear (2008, p.22) definem remixar como “pegar artefatos culturais, combiná-los e manipulá-los em novos tipos de misturas criativas”. Dessa maneira, os vídeos curtos editados e remixados presentes na plataforma TikTok e dispostos aqui para análise representam tal exemplo: um rearranjo de narrativas acerca da segunda temporada da série *Wandinha* (Netflix, 2025). Stedman (2012) ao explorar as diferentes formas de conteúdos *remix* destaca o papel da apropriação criativa dos *fandoms*, onde esse novo conteúdo com diferentes significados do cânone encontra um público ávido para explorar novas possibilidades interpretativas.

Nesse mesmo viés, Knobel e Lankshear (2008) destacam as habilidades técnicas que tais colagens demandam. Se por um lado em décadas passadas eram necessários programas profissionais, cursos e equipamentos de alto custo, hoje, nos *edits* presentes no TikTok é possível notar uma maior facilidade de edição, seja ela sonora por meio do uso de recortes e áudios virais ou visual, por meio de filtros e efeitos ali disponíveis. A ferramenta associada à plataforma, o CapCut facilita ainda mais tal edição, uma vez que modelos “populares” são disponibilizados gratuitamente, permitindo que com poucos cliques o usuário da ferramenta poste seu conteúdo editado em uma roupagem “profissional” na sua conta do TikTok.

Para as empresas, como a Netflix, novas interpretações acerca de seus produtos deixam de se tornar algo reprimido e questionável para se tornarem algo desejável e incentivado (Jenkins, 2015; Fraade-Blanar e Glazer, 2018). Assim, as mixagens presentes no TikTok fomentam discussões dentro dos próprios *fandoms*, bem como estouram bolhas e chegam a um público mais amplo e até a marca responsável pelo conteúdo inicial.

ANÁLISE

Como parâmetro de análise, partimos de três pontos adaptados dos estudos de Knobel e Lankshear (2008, p.27) acerca dos conteúdos remixados: sincronização, conceito e efeitos. Neste artigo trabalharemos especificamente com o conceito de sincronização, que aqui entendemos como a conexão entre o que é visto e o que é ouvido no *edit*. Na Imagem 1 é possível conferir os seis vídeos analisados. Para filtragem selecionamos os seis melhor ranqueados na busca de “wandinha edit 2 temporada” na aba “top”.

Imagem 1 - Dados da amostra delimitada

The beauty of Wednesday #wednesday #wednesday2
#wednesdayedit #edit #fyp #aesthetics #120fps #4k
#goviral #aesthetic

Link de acesso: vm.tiktok.com/ZMABMfNAo



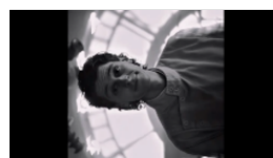
#wednesday #wednesdayseason2 #jennaortega
#wednesdayseason2edit #edit #fyp

Link de acesso: vm.tiktok.com/ZMABMnYxW



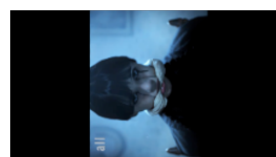
Face card so lethal I couldn't help but edit his crazy ass
#wednesdayseason2 #isaacnightedit #wednesdayedit
#slurpedit #isaacnight Isaac Night Owen Painter

Link de acesso: vm.tiktok.com/ZMABMpm2b



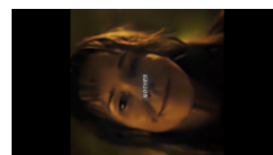
Somebody's watching me #wednesday
#wednesdayaddams #jennaortega #wednesdayseason2
#edit

Link de acesso: vm.tiktok.com/ZMABMpcER



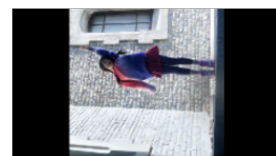
have i crossed the line? #wednesday2 #wednesdayedit
#wednesdayedits #tylergalpin #edit #fyp #viral

Link de acesso: vm.tiktok.com/ZMABMHckR



Barbie Girl 🧜‍♀️💖👛 #wednesdayaddams
#wednesdayseason2 #wednesdayedits #netflixseries

Link de acesso: vm.tiktok.com/ZMABMUUcf



Fonte: As autoras (2025).

A partir dos conteúdos, observamos o parâmetro explicitado anteriormente, percebemos que a sincronização é trabalhada de forma explícita e protagonista em toda a extensão da amostra, demonstrando o papel crucial do som na compreensão da narrativa dos *edits*. Os cortes são sincronizados de forma com as batidas sonoras, bem como as músicas com letras casam de forma perfeita com a atmosfera visual apresentada. No vídeo de @beitman.ae a música *Way Down We Go* além de remeter narrativamente à série e ao arco da personagem principal, as batidas guiam os cortes rápidos e as transições entre as cenas. Ao se utilizar, por exemplo, a música *Barbie Girl* do grupo Aqua, o *edit* produzido pelo @yadzuharu não só reforça o viés narrativo de mudança de personalidade da personagem como reforça a relação com a trilha sonora da série

Wandinha (2025), que emprega canções conhecidas dos anos 1980, 1990 e 2000. Neste mesmo viés, o *edit* de @jcqedits resgata a música *Somebody's Watching Me* do cantor Rockwell e diretamente ligada a temática de terror/suspense que tanto a narrativa da série apresenta quanto a narrativa de recorte da própria remixagem. Por fim, outro destaque se dá com a música *All The Things She Said* no *edit* de @celf.ae fundamental no entendimento do recorte, uma vez que explora de forma literal o arco narrativo do personagem Tyler Galpin.

Mesmo em casos nos quais a letra da música não casa perfeitamente com o conteúdo do *edit* o som ainda possui um papel de protagonismo, coordenando os cortes e os momentos de fala, como no vídeo de @bagulhosinistroseedit, em que a música *Domino* costura toda a edição. Em @bittercherrys a narrativa do *edit* é toda construída a partir da música *Lilith*, concedendo ao personagem Isaac uma atmosfera sensual e misteriosa, não abordada explicitamente na narrativa original da série.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como conclusão, compreendemos que além do papel basilar do som nos vídeos do TikTok, em geral as músicas empregadas nos *edits* possuem um papel crucial para entender o que o conteúdo se propõe, seja recapitular os acontecimentos da temporada, reimaginar cenas ou destacar a trajetória de determinado personagem. As escolhas feitas não foram fruto de um mero acaso e sim de um cuidadoso processo, que pensava as melhores melodias, batidas e principalmente letras para transmitir suas mensagens, mesmo que não fossem músicas virais na plataforma TikTok no período de produção ou ligadas a uma *trend* específica.

Referências

BAGULHOSINISTROSEEDIT. [04 set. 2025]. Disponível em:

<https://vm.tiktok.com/ZMABMnYxW/>. Acesso em: 11 set. 2025.

BEITMAN.AE. [04 set. 2025]. Disponível em: <https://vm.tiktok.com/ZMABMfNAo/>. Acesso em: 11 set. 2025.

BITTERCHERRYS. [07 set. 2025]. Disponível em: <https://vm.tiktok.com/ZMABMpm2b/>. Acesso em: 11 set. 2025.

SELF.AE. [05 set. 2025]. Disponível em: <https://vm.tiktok.com/ZMABMHckR/>. Acesso em: 11 set. 2025.

FRAADE-BLANAR, Z; GLAZER, A M. **Superfandom: como nossas obsessões estão mudando o que compramos e quem somos**. São Paulo: Rocco, 2018.

JCQEDITS. [10 ago. 2025]. Disponível em: <https://vm.tiktok.com/ZMABMpcER/>. Acesso em: 11 set. 2025.

JENKINS, H. **Invasores do Texto - Fãs e cultura participativa**. Rio de Janeiro: Marsupial Editora, 2015.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2008.

KNOBEL, M.; LANKSHEAR, C. Remix: The art and craft of endless hybridization. **Journal of adolescent & adult literacy**, v. 52, n. 1, p. 22-33, 2008.

STEDMAN, Kyle D. Remix literacy and fan compositions. **Computers and Composition**, v. 29, n. 2, p. 107-123, 2012.

WANDINHA. Direção: Tim Burton et al. Estados Unidos: Netflix, 2022 – presente. Série de TV.

YADZUHARU. [03 set. 2025]. Disponível em: <https://vm.tiktok.com/ZMABMUUcf/>. Acesso em: 11 set. 2025.

Telenovela e direção de arte - o caso da TV Globo

Maria Fernanda Lamas Sales de Castro¹
Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF
Luísa Vieira Gouvêa²
Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF
Rafael Barbosa Fialho Martins³
Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

RESUMO

O trabalho busca compreender como a direção de arte - figurino, cabelo/maquiagem, cenografia, materiais gráficos e objetos de cena - tem sido ou não creditada nas novelas das oito/nove da TV Globo nos últimos cinquenta anos. Para isso, realiza uma análise de conteúdo das informações de créditos extraídas das aberturas das novelas disponíveis no Globoplay. Resultados parciais indicam a irregularidade na maneira de creditar as funções relativas ao campo da direção de arte.

PALAVRAS-CHAVE

Telenovela; Direção de Arte Audiovisual; TV Globo.

O campo profissional da direção de arte é parte imprescindível para qualquer produção audiovisual, respondendo por setores como figurino, cabelo/maquiagem, cenografia, materiais gráficos e objetos de cena (Hamburger, 2013). A direção de arte é a dimensão da superfície material do filme, sendo capaz de comunicar sentidos, construir narrativas e gerar engajamento e identificação com o espectador. Dada essa relevância, Bastos (2023) chama atenção para o cuidado que o profissional de direção de arte deve ter ao fazer seu trabalho:

Qualquer um pode escolher uma roupa, mas aquele vestível só se torna figurino quando conseguimos organizar as informações visuais de tal forma que haja uma identificação com a personagem que usa. Qualquer espaço pode ser uma cozinha, mas aquele cenário se torna um ambiente quando é possível relacionar, de forma efetiva e afetiva, a que casa pertence e qual a relação com as personagens que habitam aquele lugar (Bastos, 2023, p. 29).

¹ Estudante do 4º período do curso de Rádio, TV e Internet da UFJF. Bolsista do projeto de iniciação artística LAB Arte. e-mail: maria.lamas@estudante.ufjf.br

² Estudante do 4º período do curso de Rádio, TV e Internet da UFJF. Bolsista voluntária do projeto de iniciação artística LAB Arte. e-mail: luisa.gouvea@estudante.ufjf.br

³ Orientador do trabalho, professor da FACOM. e-mail: rafael.fialho@ufjf.br

Todavia, tal relevância não tem sido historicamente reconhecida por parte dos setores produtivos brasileiros, que costumam dar mais créditos a fazeres mais clássicos, como direção e direção de fotografia.

Na área do cinema brasileiro, são recentes as discussões sobre a autonomização deste campo profissional, que vem lutando por melhores condições de trabalho e reconhecimento. A historiografia do cinema brasileiro registra que o primeiro filme a contar com a função de diretor de arte foi *El Justicero* (1967, Nelson Pereira dos Santos), contando com o trabalho de Luiz Carlos Ripper (Ferreira et al, 2023).

Se no cinema, campo consolidado e que goza de reconhecimento, a direção de arte é desvalorizada, na televisão esta função é ainda mais difusa, apresentando nomes e divisões variadas de afazeres ao longo dos anos e a depender da empresa, do gênero etc.

Assim, nosso trabalho terá o objetivo de entender como as funções profissionais relativas à direção de arte audiovisual têm sido atribuídas na produção de telenovelas brasileiras, especificamente no caso da TV Globo, principal empresa produtora do gênero no país. Para isso, iremos analisar os créditos das aberturas das produções exibidas entre a década de 70 e os dias atuais, buscando visualizar como têm sido organizados os fazeres profissionais no mais relevante campo de atuação do audiovisual brasileiro. Deste modo, buscamos responder às seguintes questões: a) como são creditadas as funções relativas à direção de arte; b) a eventual diversificação ou estabilidade dessas funções ao longo dos anos; c) possíveis movimentos de evolução ou retrocesso no fazer profissional da direção de arte neste período de tempo.

Embora saibamos que os créditos de encerramento dos capítulos das telenovelas exibidas também trazem informações sobre os profissionais da equipe (muitas vezes mais detalhadas, inclusive), entendemos que a abertura é uma peça audiovisual importantíssima para evidenciar o prestígio e visibilidade que a dimensão institucional confere às pessoas creditadas - ou não. Assim, com este recorte de *corpus*, poderemos entender que lugar a TV Globo destina ao campo da direção de arte historicamente.

Iremos catalogar as funções encontradas nos créditos de todas as aberturas disponíveis no Globoplay, que apresenta um acervo considerável, mas não totalizante da emissora. Como se trata de um primeiro movimento de observação do objeto de estudo, nos deteremos apenas nas novelas da faixa das oito/nove da noite, consideradas as mais importantes em termos de audiência e investimentos.

Metodologicamente, o montante de dados será organizado segundo a análise de conteúdo (Bardin, 2011), que nos auxiliará a mapear toda a gama de informações encontradas, além de categorizá-las para melhor entendimento do fenômeno estudado. Primeiro, selecionaremos todas as aberturas; depois, elencaremos quais funções relativas ao departamento de arte foram creditadas. A partir daí, com os dados em mãos, poderemos entender que categorias emergirão desse montante, para que possamos proceder à reflexão com base na teoria. Por exemplo, se constataremos apenas funções como “figurino” ou “maquiagem”, é possível inferir que tais setores eram/são vistos como mais relevantes que outros no âmbito de produção das telenovelas.

Embora o estudo ainda esteja em desenvolvimento, temos como hipótese geral, a partir de observação empírica inicial, a invisibilidade do trabalho de direção de arte na telenovela da TV Globo, que só recentemente passou a nomear como “direção de arte” as funções deste campo. Ainda assim, de maneira irregular, ora estando presente, ora dividindo por setores (“produção de arte”, “cenografia”, “figurino”, “caracterização” e congêneres). Acreditamos que o setor televisivo brasileiro, mesmo em seu produto mais importante, ainda não compreende o papel globalizante e criativo da direção de arte.

Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BASTOS, Dorotea Souza. Por uma dramaturgia da imagem audiovisual: direção de arte, narrativa e visualidade. FERREIRA, Benedito et al. (Orgs.). **Dimensões da direção de arte na experiência audiovisual**. Rio de Janeiro: Nau Editora, 2023.

HAMBURGER, Vera. **Arte em Cena: a direção de arte no cinema brasileiro**. São Paulo: Editora Sesc, 2013.

Cinemas de rua: um mapeamento de estudos

Aline Gomes Alvim¹
Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

RESUMO

O estudo analisa pesquisas publicadas nos anais dos congressos Intercom, Compós, Alcar e Socine (2020-2024) acerca dos cinemas de rua e de memória, identificando abordagens predominantes e estabelecendo os eixos de análise dos projetos evidenciados. Destaca-se a relevância dos trabalhos mapeados, bem como suas aproximações e distinções. Conclui-se que há predominância de estudos centrados na rememoração por meio de acervos e história oral, sendo minoritários aqueles que discutem o apagamento dos espaços e o papel das novas tecnologias.

PALAVRAS-CHAVE

Cinemas de rua; memória; mapeamento; pesquisa.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho se fundamenta em perceber como outros autores abordam o tema dos cinemas de rua e da memória e quais são as semelhanças que perpassam por esses trabalhos, bem como suas diferenças. Também temos como finalidade fazer um levantamento bibliográfico dos autores mais recorrentes, na intenção de poder utilizá-los posteriormente em nossa pesquisa mais aprofundada.

Cabe ressaltar que nossa motivação para essa investigação exploratória é a incorporação dos dados em nossa pesquisa principal, que se volta para pensar a memória dos cinemas de rua, em específico do Cinearte Palace (1948), situado em Juiz de Fora-MG, no centro da cidade, na chamada “Cinelândia juiz-forana”, que contava com esse e outros cinemas, como o Cine Theatro Glória (1929), Cine-Theatro Central (1929), Cine São Luiz (1955). Tais cinemas são um marco para a cidade, visto que fizeram parte da sociabilidade juizforana, indo além e mostrando que o cinema é mais do que apenas a exibição fílmica, sendo também um forte catalisador de trocas de afetos (Musse; Neto; Henriques, 2017).

¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFJF. Integrante do projeto de pesquisa A experiência da ida ao cinema: subjetividade, memória e comunicação. Membro do grupo de pesquisa/CNPq Comunicação, Cidade e Memória – Comcime. Email: gomes.aline@estudante.ufjf.br.

Compreendemos que nossa investigação, com base no mapeamento de trabalhos com relação ao tema, deveria se concentrar em obras atuais, pois nosso objetivo geral é observar como pesquisadores recentes abordam o objeto de análise e em que medidas podem contribuir para pensar os cinemas de rua. Como objetivo específico, buscamos analisar as obras de forma a entender quais são os congressos que fornecem maior quantidade de artigos sobre a temática e também desejamos observar como tais artigos abordam, ou não, a temática de apagamento de espaços culturais no desenvolvimento de suas produções.

A relevância desse mapeamento e desse estudo se dá a partir da necessidade de perceber como os pesquisadores atuais estão mobilizando a temática do cinema de rua e da memória e como tais contribuições, por muitas vezes são ferramentas de manutenção de memória urbana. Ressalta-se ainda a importância histórica da construção do Estado da Arte para o conhecimento científico, uma vez que ele possibilita um olhar crítico e reflexivo sobre o tema, além de promover avanços no campo estudado (Santos *et al.*, 2020).

PRINCIPAIS RESULTADOS

Inicialmente, cabe evidenciar que nos ancoramos nas concepções metodológicas de Barichello (2026) sobre a construção de um Estado da Arte e na proposição da autora quanto à sequência de etapas para a elaboração da pesquisa exploratória.

A partir disso, como o critério de busca para seleção das obras utilizamos os anais de congressos acadêmicos, que seriam o Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares em Comunicação, a Compós - Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, a Alcar - Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia e a Socine - Sociedade Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual. Além disso, utilizamos o recorte temporal de 2020 à 2024 para todas as pesquisas nos anais dos eventos citados e, para nossa busca, utilizamos as palavras-chave: “cinema de rua” e “memória”. Porém, aceitamos variações como, por exemplo, “histórias de cinemas”, “memória do cinema” e “memória do cinema de rua”. Ao final da pesquisa, conseguimos um total de doze artigos.

Em grande parte, as contribuições se voltavam para pensar a memória de determinado cinema de rua, pensar a sociabilidade que tais ambientes ofertavam, com foco na história desses cinemas e da cidade. Mas também pudemos achar artigos que se

voltavam para pensar na sobrevivência de algumas salas, bem como na reabertura de novas. Percebemos também um debate iniciado em cima da temática das salas de cinema e novas experiências de vivenciar o audiovisual através de formas distintas de tecnologia.

Com relação às metodologias utilizadas nos artigos, existe, de forma majoritária, a revisão bibliográfica e a consulta em acervos históricos e/ou digitais. Porém, também observamos a existência de trabalhos que abordam a perspectiva da História Oral (Thompson, 1992), bem como as perspectivas teórico-metodológicas de *New Cinema History* (Allen; Gomery, 1985) e da *histórias de cinemas* desenvolvidas em 1980 por autores brasileiros, como João Luiz Vieira e Margareth Pereira (1983).

Sobre os autores mais mobilizados nas obras que selecionamos, eles estão dispostos em alguns eixos predominantes e que, na hora de compor as pesquisas, mobilizam conceitos e temáticas específicas. Sendo assim, os que mais aparecem em comum entre os artigos são, primeiramente, aqueles que compõem as perspectivas de *New Cinema History* (Kuhn; Maltby; Biltereyst; Meers, 2011) e histórias de cinemas (Vieira, 2021), bem como os autores que abordam a metodologia da história oral (Thompson, 2002; Pollak, 1989) e aqueles que perpassam pelos conceitos de memória e nostalgia (Halbwachs, 1990; Nora, 1993; Huyssen, 2000; Niemeyer 2018). Cabe ressaltar também a autora contemporânea Talitha Ferraz (2012; 2017) que é referência nos estudos de cinemas de rua e memória.

Com isso, concluímos que as metodologias de revisão bibliográfica, histórias de cinemas e consultas em acervos são as mais usadas pelos autores como forma de sustentação das pesquisas elaboradas. Também pudemos perceber que as temáticas que envolvem a reconstrução do passado de alguns desses cinemas de rua é predominante entre os debates que perpassam o nosso objeto de estudo. Além disso, os conceitos da dimensão nostálgica, da memória e história oral também são fundamentais nessas análises.

Conseguimos observar, através do mapeamento desses trabalhos, que existe dentro dos mesmos uma iniciativa de resgate de memória dessas salas de exibição fílmica. Verificamos também que existe um entendimento sobre o apagamento desses espaços de cultura. Contudo, acreditamos que o debate sobre o apagamento de cinemas de rua não acontece de forma tão aprofundada e não proporciona um mapeamento de alternativas possíveis a ele. Como o intuito da nossa pesquisa é reconstruir a história do último cinema de rua de Juiz de Fora e, ao mesmo tempo, aprofundar no tema do apagamento e nas

formas possíveis de resistir a ele, achamos relevante ressaltar essa falta de abordagem no assunto.

Baseando-se nesse processo, acreditamos que seja importante pontuar a necessidade de manutenção da memória dessas salas e, por meio disso, compreendemos que podem existir várias formas de consolidar tais iniciativas, seja através de trabalhos acadêmicos, ações populares e até mesmo utilizando de plataformas digitais, atividade essa que acontece de forma mais recorrente na atualidade, com perfis em redes sociais digitais que nos permitem ter um acesso maior à história e às micro-histórias desses cinemas.

CONCLUSÃO

A partir da análise das produções recentes sobre cinemas de rua e memória, observamos que muitas pesquisas se voltam para observar o objeto com a vontade de reconstruir sua história, com base em acervos locais e digitais, bem como também utilizam da história oral para focar nas micro-histórias produzidas dentro desses espaços de exibição audiovisual. No entanto, percebemos que poucos trabalhos se dedicaram a pensar a relação que pode existir entre os cinemas de rua, o apagamento e as novas tecnologias.

Por fim, consideramos essencial reforçar a importância da nossa pesquisa fazer parte desses trabalhos que intercedem os dois âmbitos — tanto a abordagem da memória dos cinemas e da história oral, bem como da relação do passado com o presente tecnológico, que nos proporciona diferentes alternativas de rememoração desses espaços de cultura.

Referências

BARICHELO, Eugenia Mariano da Rocha. **A autoria na elaboração de uma tese**. In: MOURA, Cláudia Peixoto de; LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (orgs.). Pesquisa em comunicação: metodologias e práticas acadêmicas. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2016. p. 129–151.

FERRAZ, Talitha. **A segunda Cinelândia carioca**. Rio de Janeiro: Mórula Editorial, 2012.

FERRAZ, Talitha. **A memória da ida ao cinema e a mobilização das audiências no caso do Cine belas Artes**. XXVI Encontro Anual da Compós, Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2017.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. Paris: Edições Vértice, 1990.

HUYSEN, Andreas. **Seduzidos pela memória: arquitetura, monumentos, mídia**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.

KUHN, Annette. **“What to do with Cinema Memory?”**. In: MALTBY, Richard; BILTEREYST, Daniël; MEERS, Philippe (orgs.). *Explorations in New Cinema History: approaches and case studies*. Oxford: Blackwell Publishing, 2011.

MUSSE, Christina Ferraz; NETO, Gilberto Faúla Avelar; HENRIQUES, Rosali Maria Nunes. **Os cinemas de rua de Juiz de Fora: memórias do Cine São Luíz**. Juiz de Fora, FUNALFA, 2017.

NORA, P. **Entre memória e história: a problemática dos lugares**. Projeto História - Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em História e do Departamento de História. São Paulo, v. 10, 1993.

NIEMEYER, Katharina. **O poder da nostalgia: sobre o papel e o lugar da mídia e da comunicação (acadêmicos) em estudos sobre nostalgia**. In: CRUZ, Lúcia Santa; FERRAZ, Talitha (orgs.). *Nostalgias e mídia: no caleidoscópio do tempo*. Rio de Janeiro: E-Papers, 2018.

POLLAK, Michael. **Memória, esquecimento, silêncio**. In: *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro: vol. 2, nº 3, 1989.

SANTOS, Marcio Antonio Raiol dos; SANTOS, Carlos Afonso Ferreira dos; SERIQUE, Nádia dos Santos; LIMA, Rafael Rodrigues. **Estado da arte: aspectos históricos e fundamentos teórico-metodológicos**. *Revista Pesquisa Qualitativa*, São Paulo, v. 8, n. 17, p. 202–220, ago. 2020. DOI: [10.33361/RPQ.2020.v.8.n.17.215](https://doi.org/10.33361/RPQ.2020.v.8.n.17.215)

THOMPSON, Paul. **A voz do passado – história oral**. São Paulo: Ed. Paz e Terra, 2002.

VIEIRA, João Luiz. Prefácio. In: BRUM, Alessandra e BRANDÃO, Ryan (orgs.). **Histórias de cinemas de rua de Minas Gerais**. Juiz de Fora: Editora UFJF, 2021.

Crises de reputação na cultura digital: Lola Argento e o gerenciamento de crise em Beleza Fatal

Vinicius Augusto Moreira de Paula¹
Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF
Karolaine Victoria Ferraz²
Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF
Talison Pires Vardiero³
Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

RESUMO

Este artigo analisa Lola Argento, de Beleza Fatal (Max), como influenciadora digital que enfrenta crises de reputação. O estudo parte da compreensão da telenovela (Lopes, 2009; Vardiero, 2017) e de sua reconfiguração no streaming (Massarolo & Mesquita, 2023; Rocha, 2022), articulando com a lógica da influência (Karhawi, 2023; Almeida, 2024), os conceitos de reputação em rede (Recuero, 2009) e gestão de crise (Forni, 2019). A metodologia foi a análise de conteúdo (Bardin, 2011), aplicada a três cenas: escândalo conjugal, live de reparação e polêmica do batom emagrecedor. Os resultados mostram Lola como figura híbrida entre personagem ficcional e arquétipo midiático, revelando como a telenovela ressignifica práticas de visibilidade e comunicação de crise na cultura digital.

PALAVRAS-CHAVE

Beleza Fatal; Influencer; Telenovela; Gerenciamento de crise; Lola Argento

INTRODUÇÃO

Este estudo analisa a telenovela Beleza Fatal (Max)⁴, com foco na personagem Lola Argento (Camila Pitanga), influenciadora digital do setor de estética e beleza. O estudo parte da compreensão da telenovela como recurso comunicativo central na cultura brasileira, capaz de articular melodrama e cotidiano (Lopes, 2009) e de se reinventar a partir de vivências, ideologias e problemas sociais (Vardiero, 2017). Nesse contexto, a

¹ Estudante de Graduação, 8º Semestre, do Curso de Rádio, TV e Internet da Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF, e-mail: viniciusmoreira.paula@estudante.ufjf.br.

² Estudante de Graduação, 8º Semestre, do Curso de Rádio, TV e Internet da Universidade Federal da Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF, e-mail: karolaine.ferraz@estudante.ufjf.br

³ Doutor em Comunicação, professor da Faculdade de Comunicação Social da Universidade Federal de Juiz de Fora - Facom/UFJF. Vice-coordenador do curso de Rádio, Tv e Internet (RTVI) e integrante do grupo de pesquisa Narrativas Midiáticas e Dialogias - Namídia/ CNPq/UFJF. E-mail: talison.vardiero@ufjf.br.

⁴ Beleza Fatal é a primeira telenovela brasileira original da Max, conforme divulgado pela própria plataforma em seu material oficial de imprensa (Max, 2024).

pesquisa observa como a transição para o streaming modifica estéticas, modos de circulação e formas de engajamento (Massarolo; Mesquita, 2023; Rocha, 2022), reposicionando o gênero em um ambiente global e interativo. *Beleza Fatal* emerge nesse cenário como obra que traduz a tradição melodramática para a lógica digital, inserindo a cultura da influência como eixo central da narrativa.

A protagonista Lola é analisada como uma figura híbrida, que oscila entre personagem ficcional e arquétipo midiático. Como influenciadora, sua atuação mobiliza a lógica da visibilidade descrita por Karhawi (2023), segundo a qual a autenticidade performada é um dos pilares da credibilidade, e se articula com a noção de reputação em rede proposta por Recuero (2009), que destaca a fragilidade constante diante de fluxos virais.

Além disso, a análise se apoia nas discussões de Almeida (2024), que demonstra como influenciadores constroem arquiteturas híbridas de defesa em crises de imagem, e em Forni (2019), que descreve a comunicação de crise como prática estratégica baseada em planejamento, clareza e reposicionamento narrativo.

METODOLOGIA E ANÁLISE

A metodologia adotada foi a análise de conteúdo (Bardin, 2011), que permite identificar não apenas as mensagens explícitas, mas também os silêncios e valores que estruturam a comunicação. A partir dessa perspectiva, foram selecionadas três cenas centrais de *Beleza Fatal*: (1) o escândalo conjugal com Benjamin, no qual Lola adota o silêncio estratégico como resposta à exposição midiática; (2) a live de reparação realizada com Sofia (Camila Queiroz), que transforma a vulnerabilidade em trend de engajamento; e (3) a polêmica em torno da venda de um batom emagrecedor, que desencadeia uma crise de marca e mobiliza práticas de contenção e reposicionamento.

Tabela 1: Tabela criada a partir das cenas disponibilizadas pela Max

Cena	Crise	Gerenciamento da crise	Resultados
Capítulo 7	Cena envolvendo a traição de Benjamin e sua exposição em uma casa de BDSM,	Lola opta por não se pronunciar, utilizando o silêncio como estratégia de contenção inicial.	O posicionamento evita um desgaste imediato, mas abre espaço para especulações e fragiliza a reputação da personagem.
Capítulo 8	A live de reparação ao lado de Sofia representa a virada estratégica.	A transmissão pública funciona como ritual de confissão e reconciliação, transformando a crise em narrativa de engajamento.	A repercussão positiva da trend ilustra a lógica de legitimação coletiva descrita por Recuero (2009).
Capítulo 29	Na cena, envolvendo o batom emagrecedor, a narrativa aborda uma crise de produto que atinge diretamente a autoridade de Lola.	Lola utiliza de sua autoridade midiática para conter os danos e especulações sobre o produto.	Ainda que recupere parte de sua credibilidade, a reputação de Lola permanece marcada pela polêmica, refletindo a constante negociação descrita por Recuero (2009).

Fonte: desenvolvida pelos autores.

A primeira cena mostra que o não pronunciamento de Lola é um silenciamento estratégico. Bardin (2011) destaca que o não-dito também comunica, e Forni (2019) aponta que o silêncio pode ser eficaz se seguido de uma estratégia. Esse posicionamento evita desgaste imediato, mas gera especulações e fragiliza a reputação, evidenciando a vulnerabilidade descrita por Recuero (2009).

Na cena seguinte, a transmissão ao vivo funciona como um ritual de confissão e reconciliação, gerando engajamento. Bardin (2011) ressalta o valor simbólico da autenticidade, e Forni (2019) observa que a comunicação de crise exige clareza. Nesse sentido, Karhawi (2023) destaca a autenticidade performada como recurso de influência, e Almeida (2024) mostra que as lives articulam redes, imprensa e seguidores na reconstrução da credibilidade.

Por fim, a polêmica do “batom emagrecedor” ativa críticas éticas sobre saúde e estética. Bardin (2011) lembra que estereótipos e valores simbólicos importam, e Forni (2019) reforça a importância da transparência e de especialistas em crises de marca. Almeida (2024) descreve essas ações como arquiteturas híbridas de defesa, enquanto Karhawi (2023) mostra que, ao expor seu capital simbólico, Lola compromete sua autoridade como influenciadora.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados da análise apontam que Beleza Fatal dramatiza, em chave melodramática, as práticas de gerenciamento de crise utilizadas por influenciadores reais, mostrando como silêncio estratégico, confissão performada e transparência em crises de marca são mobilizados como recursos narrativos. A personagem Lola encarna um arquétipo híbrido que sintetiza a tradição da telenovela com a cultura da influência, expondo os dilemas contemporâneos da reputação em rede, da autenticidade performada e da dependência de fluxos virais.

Conclui-se que a novela reafirma a centralidade da telenovela como recurso comunicativo para compreender transformações culturais e midiáticas no Brasil. Ao articular melodrama e estratégias de visibilidade digital, Beleza Fatal opera como um espelho narrativo das práticas de influência e gestão de imagem na era do streaming, revelando tanto a força quanto a vulnerabilidade da credibilidade em ambientes digitais. A obra mostra como o gênero se reinventa sem abandonar sua função central: traduzir

dilemas sociais em histórias que, ao mesmo tempo, entretêm e refletem a cultura de seu tempo.

Referências

- ALMEIDA, Thaiana Alves. **Fluxo Híbridos Multilaterais e os Influenciadores Digitais: do surgimento à Bianca Andrade no BBB20**. UFJF, 2024. Disponível: <https://repositorio.ufjf.br/jspui/handle/ufjf/16724>. Acesso em: 20/09/2025
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2011.
- FORNI, João José. **Gestão de Crises e Comunicação: o que gestores e profissionais de comunicação precisam saber para enfrentar crises corporativas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2019.
- KARHAWI, Issaaf. **Influenciadores, criadores e postagens: Proposição de categorias de conteúdos públicos por influenciadores digitais**. Revista do centro de pesquisa e formação / Nº 17, dezembro 2023
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo. **Telenovela como recurso comunicativo**. Matrizes, v. 3, n.1, p. 21-47, dez./ago. 2009 Disponível: https://repositorio.usp.br/bitstream/handle/BDPI/32406/art_LOPES_Telenovela_2009.pdf. Acesso em: 20/09/2025
- MASSAROLO, João Carlos; MESQUITA, Dario. **TV online no Brasil: estratégias dos serviços de distribuição da Globo**. Revista Extraprensa, v. 16, n. 2, p. 113-136, 2023.
- RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- ROCHA, Simone Maria. **Ficção seriada televisiva no Brasil: apontamentos sobre a produção para streaming**. Revista Eptic, VOL. 24, Nº 3, SET.-DEZ. 2022. Disponível: <https://doi.org/10.54786/revista%20eptic.v24i3.17801>. Acesso em: 20/09/2025
- VARDIERO, Talison Pires, **50 Tons de branco: A representação da relação médico paciente**. UFJF, 2017. Disponível: <https://repositorio.ufjf.br/jspui/handle/ufjf/4581>. Acesso em: 20/09/2025

Faculdade de Comunicação Social - UFJF
XXII Encontro Regional de Comunicação

ANAIIS

RESUMOS

EXPANDIDOS



**XXII
ERECOM**
Comunicação e Emergência Climática



ISBN: 978-65-01-83020-9